

# الاتصال الجماهيري

دكتور محمد عبد البديع السيد

## الفصل الأول

### مفهوم الاتصال وأهميته

#### مفهوم الاتصال :

لفظ الاتصال – communication مشتق من اللفظ اللاتيني communis بمعنى عام أو مشترك أو " تأسيس جماعة أو مشاركة.

**والاتصال :** عملية اجتماعية مستمرة فنحن لا نحقق الاتصال من خلال اللغة أو الكلمات المنطوقة أو المكتوبة – فقط – بل نحققها أيضا من خلال مجموعة من الأفعال المتعددة أو ما يسمى بالاتصال الحركي كأن يتم التفاهم بابتسامة أو تجهم أو عبوس ، أو عن طريق هزة الرأس أو المصافحة باليد أو هز الكتفين أو غيرها والاتصال والحركات تتحدث أو تتخاطب بصوت مرتفع تماماً مثل الكلمات في حالات الاتصال الشخصي وحتى في حالة الاتصال بين الأمم والشعوب.

وأثبتت بعض الدراسات أن 85 % من نجاح الفرد في حياته الشخصية والعملية يتوقف على مدى استخدامه للمهارات الاتصالية مع ذاته ومع الآخرين، حيث يقوم الاتصال بدور أساسي في نجاح العلاقات الإنسانية في مختلف مجالات الحياة، فهو من المهارات الضرورية التي يتعين على جميع الأفراد اكتسابها وتطبيقها في تعاملاتهم، ليتمكنوا من تنمية ذواتهم وتطوير معارفهم لتحقيق مهامهم على أفضل وجه.

وقد تعددت المفاهيم التي طرحت لتحديد معنى الاتصال بتعدد المدارس العلمية والفكرية للباحثين في هذا المجال، وتعدد الزوايا والجوانب التي يأخذها هؤلاء الباحثون في الاعتبار، عند النظر إلى هذه العملية، فعلى المستوى العلمي البحثي يمكن القول بوجود

ثلاث اتجاهات لتعريف الاتصال :

### الاتجاه الأول :

ينظر إلى الاتصال على أنه عملية يقوم فيها طرف أول (مرسل) بإرسال رسالة إلى طرف ثان (مستقبل) بما يؤدي إلى أحداث اثر معين على متلقي الرسالة .

وفي ضوء هذا الاتجاه عرف بعض الباحثين الاتصال بالنظر إليه كعملية يتم من خلالها نقل معلومات أو أفكار معينة بشكل تفاعل من مرسل إلى مستقبل بشكل هادف، ومن نماذج هذه التعريفات :

\* الاتصال هو العملية التي يتم من خلالها نقل رسالة معينة أو مجموعة من الرسائل من مرسل أو مصدر معين إلى مستقبل .

\* الاتصال هو نقل أو انتقال للمعلومات والأفكار والاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة لآخر أو لآخرين، من خلال رموز معينة .

\* الاتصال يعرف على أنه عملية تحدد الوسائل والهدف الذي يتصل أو يرتبط بالآخرين، ويكون من الضروري اعتباره تطبيقاً لثلاثة عناصر: العملية-الوسيلة-الهدف .

\* الاتصال عملية تفاعل بين طرفين من خلال رسالة معينة، فكرة، أو خبرة، أو أي مضمون اتصالي آخر عبر قنوات اتصالية ينبغي أن تتناسب مع مضمون الرسالة بصورة توضح تفاعلاً مشتركاً فيما بينهما .

### الاتجاه الثاني :

يرى أن الاتصال يقوم على تبادل المعاني الموجودة في الرسائل، والتي من خلالها يتفاعل الأفراد من ذوي الثقافات المختلفة، وذلك من أجل إتاحة الفرصة لتوصيل المعنى، وفهم الرسالة .

وفي ضوء هذا الاتجاه الذي ينظر إلى الاتصال على أنه عملية تبادل معاني يعرف بعض الباحثين الاتصال كعملية تتم من خلال الاتكاء على وسيط لغوي، حيث أن كلاً

من المرسل والمستقبل يشتركان في إطار دلالي واحد، بحيث ينظر إلى الاتصال هنا على أنه عملية تفاعل رمزي، ومن نماذج هذه التعريفات :

\* الاتصال تفاعل بالرموز اللفظية بين طرفين :أحدهما مرسل يبدأ الحوار، وما لم يكمل المستقبل الحوار، لا يتحقق الاتصال، ويقتصر الأمر على توجيه الآراء أو المعلومات، من جانب واحد فقط، دون معرفة نوع الاستجابة أو التأثير الذي حدث عند المستقبل .

\* الاتصال عملية يتم من خلالها تحقيق معاني مشتركة (متطابقة) بين الشخص الذي يقوم بالمبادرة بإصدار الرسالة من جانب، والشخص الذي يستقبلها من جانب آخر .

الاتصال : عملية يقوم بها الشخص في ظرف ما، بنقل رسالة ما، تحمل المعلومات، أو الآراء، أو الاتجاهات، أو المشاعر، إلى الآخرين، عن طريق الرموز، لتحقيق أهداف معينة.

الاتصال : عملية يتم بمقتضاها تفاعل بين مرسل ومستقبل ورسالة في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن قضية، أو معني مجرد أو واقع معين .

### الاتجاه الثالث : مفهوم الاتصال في الفكرين الشرقي والغربي :

يركز اصحاب هذا الاتجاه علي أن اصحاب الفكر الشرقي يرون أن الاتصال ما هو إلا عملية اجتماعية تفاعلية في حين يري أصحاب الفكر الغربي أن الاتصال ما هو إلا مجموعة من الرموز والعلامات تؤدي الي التفاهم بين عناصر العملية الاتصالية ومن نماذج هذه التعريفات :

تعرف الدكتورة جيهان رشتي: الاتصال بانه : هو العملية الاتصالية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة, كائنات حية أو بشر في مضامين اجتماعية معينة وفيها يتم نقل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن حقيقة أو معني أو واقع معين.

ويعرف الدكتور محمد عبد الحميد: الاتصال بأنه العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تناول المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالة، بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع، وبين الثقافات المختلفة لتحقيق أهداف معينة.

ويعرف الدكتور سمير حسين: الاتصال بأنه النشاط الذي يستهدف حقيقة العمومية والذبوع أو الانتشار أو الشبوع لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية، وذلك عن طريق انتقال باستخدام رموز ذات معنى واحد، ومفهوم بنفسى الدرجة لدى الطرفين.

كما يعرف الدكتور محمد عودة: الاتصال بأنه يشير إلى العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعى معين يختلف من حيث الحجم ومن حيث العلاقات المتضمنة فيه.

### مفهوم الاتصال فى الفكر الغربى :

يقول جورج لند برج: كلمة اتصال تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز، وتكون الرموز عبارة عن حركات أو صور أو لغة أو شيء آخر.

ويعرف تشارلس موريس: الاتصال بأنه استخدام الرموز لكي تحقق شبوعاً ومشاركة لها مغزى وكذلك فهو أى ظرف يتوافر فيه مشاركة عدد من الأفراد فى أمر معين.

فالاتصال عملية مستمرة دينامىكية تتميز بالتغير، ويتم من خلاله تبادل مجموعة من الرموز والمفاهيم والادوار بين أطراف عملية الاتصال، سواء كان ذلك بشكل قصدى أو غير قصدى. ويحدث الاتصال بين الصغار والكبار، بين الاصدقاء والاعداء، بين الرجال والنساء، بين الانسان وغيره من المخلوقات.

والاتصال هو نشاط طبيعى يحدث عند اختلاطنا بأشخاص وأفراد آخرين قد نرغب فى إيصال معلومة أو فكرة إليهم. وهو أحد أهم وأكثر المهارات استخداماً فى الحياة اليومية (أكثر من تناول الطعام والشراب).

كما أن سعادة الفرد مرتبطة بشكل مباشر بقدرته على التواصل، حيث يستطيع من خلال الاتصال الناجح كسب الأصدقاء، والنجاح في العمل، وفرض احترامه على المجتمع وكسب ثقة أفراد العائلة. ويحدث الاتصال بشكل طبيعي بين الأفراد بغض النظر عن العمر، الثقافة أو العلاقة الاجتماعية. فقد يحدث الاتصال بين الصغار والكبار والأعداء والرجال والنساء.

ومهما كثرت التعريفات وتعددت، فإن الاتصال يتضمن العناصر التالية:

- 1 - وجود هدف لعملية الاتصال.
- 2 - وجود طرفين للاتصال.
- 3 - وجود رسائل يتم نقلها بين الطرفين.
- 4 - تبادل نقل الرسائل.
- 5 - تبادل الأدوار بين طرفي عملية الاتصال.
- 6 - استخدام اللغة والرموز والاشارات في عملية الاتصال.
- 7 - ضرورة عملية الاتصال.

### تطبيقات الاتصال

ومن التطبيقات المختلفة للاتصال في حياة الأفراد ما يلي:

- 1 - **الاتصال التعليمي** : وهو الذي يتم من خلال مراحل التعليم المختلفة، بين المعلم والطالب.
- 2 - **الاتصال الاجتماعي** :وهو الاتصال الذي يتم بين أفراد المجتمع على اختلافهم من خلال المشاركة في الافراح أو الأحزان أو المجاملات الاجتماعية وغيرها.
- 3 - **الاتصال الاقتصادي** :وهو الاتصال الذي يتم بين الأفراد بغرض البيع والشراء والعمليات التجارية.
- 4 - **الاتصال الثقافي** :وهو الذي يتم بين الأفراد من ثقافات مختلفة لتبادل المعلومات والأفكار والحوارات الثقافية.
- 5 - **الاتصال الإعلامي** : وهو الذي يتم من خلال وسائل الإعلام المختلفة ويحتوي على الاخبار والترفيه والتثقيف وغير ذلك من البرامج.

## أنواع الاتصال :

يعد التعرف على كل نوع من انواع الاتصال أمراً ضروريا لأسباب متعددة منها انه يرسم الحدود التقريبية لكل منها رغم تداخلها وارتباطها ببعض ولأنه يبين المستويات المختلفة التي نمارس فيها الاتصال الإنساني واخيرا لأنه يساعدنا فى فهم عملية الاتصال بشكل عام وعملية الاتصال بالجماهير بشكل خاص .

وقد اتفقت أغلب الدراسات والبحوث الأكاديمية على تقسيم الاتصال إلى عدة أنواع من أبرزها :

1 - الاتصال الذاتي .

2 - الاتصال الشخصي .

3 - الاتصال الجمعي .

4 - الاتصال الثقافي .

5 - الاتصال الجماهيري (الإعلامي) : وهذا النوع من الاتصال، وبشكله العصري

التقني يتجاوز اللقاء المباشرة، والتفاعل الاجتماعي وجها لوجه، وذلك باستخدام وسائل تقنية معقدة باهظة التكاليف، كالطباعة والإذاعة المسموعة والتلفزيون والسينما فضلا عن منظومة الاتصالات والمعلومات عبر الأقمار الاصطناعية، وشبكة الإنترنت .

وينقسم الاتصال إلى قسمين الاتصال اللفظي والاتصال الغير لفظي والذي يقوم على أساس اللغة المستخدم وهو النوع الأول والثاني يعتمد على مستوى الاتصال من حيث أنه ذاتي وشخصي وجمعي أو عام وثقافي وجماهيري.

## أولاً: الاتصال الذاتي :

هو الذى يتم بين الإنسان ونفسه فيكون هو المرسل والمتلقي فى نفس الوقت كيف يشعر ويفكر كيف يستقبل المعلومات والرموز عبر الحواس الخمس ويحللها ويفسرها ، وكيف يترجم الخبرات الي معاني كيف يستجيب لكل ذلك ؟

كما هو الاتصال الذي يكون محوره الفرد ذاته بحيث يكون الفرد نفسه هو المرسل والمستقبل في نفس الوقت، وهو أحد أكثر أنواع الاتصال استخداماً في حياتنا اليومية .حيث يتخذ الفرد قراراته بناء على المعلومات التي يتلقاها من حواسه هو نتيجة مخاطبته لنفسه فيما يتعلق بالأفكار والمشاعر التي تدور في خلده، مثل الاستعداد لمقابلة أو اختبار، أو التهيؤ لحضور اجتماع، حيث تكون وسيلة الاتصال هي المخ الذي يترجم الأفكار والمشاعر ويفسرها ويتخذ القرارات بناء على ذلك.

والاتصال الذاتي أذن يسهم فى تعريف الإنسان بذاته مفكراً ومنتصلاً ومشاركاً في فهم عملية الاتصال بمختلف مستوياتها .

وهذا يؤكد أهمية الاتصال الذاتي فى حياة الإنسان في إثراء قدرته علي التواصل مع البيئة المحيطة به وفهمها ولا ينقطع الاتصال الذاتي طوال حياة الإنسان حتي أثناء النوم فان ثمة اتصال يتم بين الإنسان وعقله الباطن يتلقي وينقل منه وإليه معلومات ورسائل يستجيب لها إما بأقوال أو أفعال أو حركات تعبر عنها ما يراه الإنسان من أحلام أو ما يقوم به من سلوك حركي أثناء النوم.

والاتصال الذاتي يتحقق باستعمال الرموز التي تعبر عن خبرات الإنسان وإدراكه لما يحيط حوله وبتبادل هذه الرموز والخبرات مع الآخرين وتأخذ الرموز معناها من تفاعل المرء مع بيئته ونمو الإنسان يعني نمو مخزونه من الرموز والمعارف التي تمثل الخبرات المتجمعة لديه.

وتدخل الرموز فى تكوين الرسائل التي تصدر عن العقل والاتصال الإنساني يقوم علي أساس إرسال الرسائل واستقبالها لتحقيق أهداف معينة ويعمل العقل علي ملاحظة الأشياء واقامة العلاقات المنطقية بينها فالإنسان لا يرى الأشياء منفردة بل مرتبطة مما يضيف عليها معني معيناً لذلك فان حصيلة تفاعل المعني مع المخزون المعرفي تؤدي الى تكوين المعرفة الشخصية أو الصورة العقلية image التي علي ضوئها يتصرف الإنسان ويأتي بالأفعال والأقوال التي تتفق وتلك المعرفة أو الصورة.

### طرق الاتصال مع الذات:

- 1 - الحديث مع الذات: وهو يستخدم مع كل الأفراد، سواء بصورتها الإيجابية أو السلبية، يكون في كل الاوقات والأماكن والظروف، حيث يبنى على المصارحة الشخصية مع النفس.
- 2 - مراجعة الذات: حيث يقوم الفرد بمراجعة كلماته وأدائه ومواقفه وخططه، وذلك كنوع من التغذية الراجعة، من أجل التعديل أو الإحجام أو الاستمرار، وقد تأخذ مراجعة الذات صورة سلبية او صورة إيجابية كما يلي:
  - أ - لوم الذات : وهو الصورة السلبية لمراجعة الذات، ويهدف إلى تأنيب الذات بشكل متكرر بسبب القيام بفعل ما، فإذا قام الشخص بأداء سلوك معين بدأ بتأنيب ذاته عما بدر منها من تصرفات وسلوكيات، الامر الذي يترك الاثر السلبي في نفس الشخص يؤدي به إلى الاحجام عن مداومة التواصل مع الآخرين.
  - ب - نقد الذات : وهو الصورة الايجابية لمراجعة الذات، ويهدف إلى الكشف عن مواطن القوة والضعف لدى الفرد ذاته أثناء وبعد القيام بعمل معين، وذلك من أجل تلافي الأخطاء وتعزيز الايجابيات، مما يؤثر إيجاباً في تواصل الفرد مع ذاته والآخرين من حوله.

ج - تعزيز الذات : ويهدف إلى تحفيز الفرد لذاته بعد قيامه بعمل معين والاستمرار فيه، وذلك من خلال متابعة عمله وتشجيع نفسه، مما يساعد في تواصل الفرد الإيجابي مع ذاته ومع الآخرين.

د - تقدير الذات : يهدف إلى احترام الفرد لذاته من خلال تقديره لقدراته وإمكاناته ومهاراته، ويعتقد بأنها ذات قيمة ويجب تقديرها، ويشعر في داخله بأنه يستطيع انجاز أعمال ذات قيمة، الأمر الذي يعكس قبوله لذاته.

### مميزات الاتصال الذاتي:

- 1 - وحدة طرفي الاتصال، فالمرسل هو نفسه المستقبل وهو الشخص ذاته.
- 2 - وسيلة الاتصال الرئيسية هي العقل.
- 3 - الصدق، حيث لا يوجد مجال للشك في محتوى الرسالة الاتصالية لأن مستقبل الرسالة هو نفسه مرسلها.
- 4 - الايجابية، حيث يميل الشخص دائماً إلى التخلص من عيوبه والظهور بأفضل صورة ممكنة مما يؤدي إلى تطوير أداء الفرد بصفة مستمرة.
- 5 - الموضوعية، حيث يتم الحديث مع الذات بكل موضوعية ودون تحيز، فلا مجال للمدارة ولا داعي لإخفاء الحقيقة عن الذات.
- 6 - السرية، حيث يتم من خلاله مصارحة الذات والمحافظة اسرارها.
- 7 - سرعة الاستجابة، حيث يتم تعديل الرسالة الاتصالية في نفس الوقت.
- 8 - قلة التشويش، حيث تكون حواس الشخص نفسها هي وسيلة الارسال والاستقبال للرسالة الاتصالية.
- 9 - آنية التغذية الراجعة، حيث تكون التغذية الراجعة في نفس الوقت لإرسال الرسالة وبالتالي يتم تعديل الرسالة بصورة فورية.

### ثانياً : الاتصال الشخصي :

وهو الاتصال الذي يحدث بين شخص وشخص آخر أو أكثر بشكل مباشر وجها لوجه فيتبادلون الرموز والمعاني وتتاح أمامهم فرصة التأكد من وصول المعني من خلال ردود

الفعل المتبادلة التي تدفع المرسل لضبط رسائله وتوضيح معانيها بشكل يحقق الفهم الكامل لأفكاره .

وتعني دراسة الاتصال الشخصي ببحث الأوضاع الطبيعية غير الرسمية التي يلتقي فيها الأشخاص وجها لوجه فيحدث التفاعل بينهم لانهم أعطوا كامل انتباههم لبعضهم البعض من خلال تبادل الرموز اللفظية وغير اللفظية.

### ويتميز الاتصال الشخصي بعدد من الخصائص والصفات هي :

- 1- وجود شخصين أو أكثر يواجهون ويلاحظون بعضهم البعض عن كثب .
- 2 - فورية الاستجابة بين كل من المرسل والمستقبل.
- 3 - السير في اتجاهين، من المرسل إلى المستقبل والعكس.
- 4 - التفاعل الاجتماعي بين طرفي الاتصال من خلال وحدة المكان والزمان.
- 5 - المرونة، تعديل الرسائل وتصحيحها من خلال التغذية الراجعة الفورية.
- 6 - استخدام معظم حواس الانسان للمشاركين في العملية الاتصالية.
- 7 - الايجابية، حيث يحرص كل من الطرفين على الاستجابة لرسالة الاخر.
- 8 - الوجود المادي أو الشخصي في مكان واحد، او تتكون لديهم تصورات مشتركة.
- 9 - غير محكم البناء، حيث لا توجد قواعد تحكمه، وبالتالي يصعب تكرارها بنفس المواصفات.
- 10 - زيادة الثقة بين طرفي الاتصال المتقابلين وجها لوجه، ومضاعفة أثر عملية الاتصال.

والاتصال الشخصي عملية يتم - من خلالها - إقامة علاقات مع الآخرين تفرضها حاجات الفرد وهناك حاجات ثلاث يتقرر علي ضوئها كيف يتصرف الإنسان مع الآخرين :

- 1- حاجة الإنسان للتفاعل والاختلاط مع الآخرين ولفت انتباههم إليه .

2- حاجة الإنسان إلي أن يؤثر في الآخرين ليظهر سلطته وسيطرته وقدرته علي التأثير .

3- حاجة الإنسان للعطف والحنان والصداقة .

وتعد فرص النجاح في عملية الاتصال الشخصي اكثر من غيرها من أشكال الاتصال الأخرى وذلك بفضل المواجهة بين طرفي عملية الاتصال وقدرة كل منهما علي إعادة تشكيل رموز رسالته بما يسهل على الآخر فهمها واستيعابها .

### عوامل نجاح الاتصال الشخصي :

وثمة عوامل يمكنها أن تزيد من نجاح عملية الاتصال الشخصي أهمها :

- 1- وضوح الموضوع للمشاركين بحيث يتفق موضوع الرسالة مع الإطار المرجعي او مستوى المعرفة لدى كل من المرسل والمتلقي.
- 2- القدرة علي التقمص الوجداني لطرفي الاتصال اي المقدرة علي التعاطف مع الآخرين والشعور بأحاسيسهم.
- 3- قدرة المشارك علي أن يجعل الآخرين يثقون فيه .
- 4- الصدق والأصالة وإبداء الاهتمام الحقيقي .
- 5- فهم شعور الآخرين بتجاوز المعني الحرفي للكلمات ومحاولة إدراك شعور الآخرين إدراكا صحيحا .

### أنواع الاتصال الشخصي :

ويمكن تقسيم الاتصال الشخصي بناء على عدد الأفراد المشاركين في الاتصال إلى

النوعين التاليين:

#### •الاتصال الثنائي :

حيث يكون بين فردين كل منهما يقوم بدور المرسل والمستقبل في نفس الوقت مع الطرف الآخر من خلال الرسائل اللفظية وغير اللفظية، فيتحقق أكبر قدر من التفاعل ويقبل

التشويش على الرسائل، وقد يتم ذلك الاتصال وجها لوجه أو من خلال الوسائل التكنولوجية كالهاتف والانترنت.

#### •الاتصال من خلال المجموعات الصغيرة :

وهي مجموعات لا يزيد أفرادها عن عدد قليل مثل الاسرة أو مجموعة الاصدقاء، حيث يوجد مجموعة من المرسلين والمستقبلين في نفس الوقت، وبذلك تكون عملية الاتصال أكثر تعقيدا من الاتصال الثنائي، وتزداد فرص التشويش على الرسائل وعدم الوضوح أثناء العملية الاتصالية.

#### مهارات الاتصال الشخصي:

يتميز الاتصال الشخصي الفعال بالعديد من المهارات الشخصية، والتي منها استخدام لغة الجسد بوضوح بالإضافة الى الكلمات المناسبة، ومن المهارات السلوكية المهمة في الاتصال الفعال ما يلي:

1 - **اتصال العين** : ويقصد به الالتقاء البصري أي أن تنظر بصدق وثبات إلى الشخص الآخر، إما إلى عينه أو إلى ما بين العينين أو إلى مقدمة الرأس أو إلى الوجه بصفة عامة، مع ملاحظة الثقافة العامة والقيم السائدة في المجتمعات.

2 - **وضعية الجسد** : ويقصد بها أن تقف منتصباً وتتحرك حركة طبيعية بكل حرية وسهولة دون تقيد أو تكلف، مع ميلان قليل للأمام في اتجاه المستقبل.

3 - **الإشارات الطبيعية** : وذلك من خلال استخدام الذراعين واليدين بطريقة طبيعية دون تكلف أو تعمد أثناء الكلام أو عملية التواصل.

4 - **اللبس الملائم والمظهر اللائق** : وذلك بأن تلبس وتزين وتظهر بمظهر ملائم للبيئة التي أنت فيها دون تكلف أو مبالغة.

5 - **نبرات الصوت** : حيث تعمل نبرات الصوت على تأكيد ما تقول أو تصحيح معناه، فهي تعمل على توضيح المعنى المقصود من الكلمة أو العبارة، وهي عملية تحتاج إلى تدريب وانتقان.

6 - **استخدام الوقفات** : حيث تعمل الوقفات على توضيح المعنى المقصود، فالتوقف في المكان غير المناسب يعمل على تغيير المعنى المقصود من العبارة، هذا بالإضافة الى استخدام الكلمات المناسبة.

7 - **التجاوب** : ويقصد به التجاوب مع الطرف المقابل في عملية الاتصال وذلك من خلال الاهتمام والمشاركة وقراءة الانطباعات.

8 - **كن ذاتك الطبيعية** : وذلك بأن تبتعد عن الافتعال والتكلف وتكون صادقاً مع نفسك وطبيعياً في تصرفاتك، فالتكلف والافتعال يعمل على تقليل فعالية عملية الاتصال.

9 - **الابتسامات الطبيعية** : حيث تعمل الابتسامات الطبيعية على تقبل الطرف الآخر وزيادة جانب الألفة بين الطرفين، أما الابتسامة المصطنعة فإنها تهدد استمرارية عملية الاتصال.

10 - **الجدية** : ويقصد به أن يتناول الفرد موضوعاً مهماً، وأن يستخدم الكلمات الجادة ذات المعنى الواضح ويبتعد عن الكلمات الهزلية أو المزاح المفتعل.

### **فوائد الاتصال الشخصي :**

للاتصال الشخصي فوائد كثيرة في حياة الإنسان، بدءاً من إشباع حاجاته الفطرية الطبيعية وانتهاء بتقدير الذات الذي لا يتم إلا من خلال التفاعل مع الآخرين، سواء في الأسرة أو المدرسة أو في المجتمع بصفة عامة. ويمكن القول: إن الاتصال أو التواصل عبارة عن عملية نقل واستقبال أو تبادل للمعلومات بين طرفين أو أكثر.

ويقوم الاتصال على مبدأ ثلاثية التأثير، ويقصد به أن تأثير الاتصال في الآخرين لا يتوقف على الكلمات المستخدمة فقط بل يتوقف على ثلاثة عناصر أساسية تستخدم جميعها في عملية الاتصال، وهذه العناصر هي:

- 1 - الكلمات والعبارات، ويكون تأثيرها بنسبة 7 % فقط من عملية الاتصال.
- 2 - نبرات الصوت، ويكون تأثيرها بنسبة 38 % من عملية الاتصال.
- 3 - تعبيرات الجسم الأخرى (الجسدية والرمزية)، ويكون تأثيرها بنسبة 55 % من عملية الاتصال، وبذلك تكتمل نسبة الاتصال ( 100 % ) لدى المستقبل.

### ويمكن تحديد أهم فوائد الاتصال الشخصي فيما يلي:

1 - **الاستمتاع** : يلجأ كثير من الأفراد إلى التواصل مع الآخرين من أجل الاستمتاع بالحديث معهم وقضاء الأوقات الطيبة سوياً، أو للخروج إلى المتنزهات سوياً حيث إن الإنسان بطبعة اجتماعي ولا يستطيع تحقيق الاستمتاع بحياته وهو منفرداً. كما يتحقق الاستمتاع بين طرفي الاتصال من خلال احترام كل منهما لوجهة نظر الآخر والحرص على الاستفادة من الخبرات الجديدة وتبادل المعلومات الثقافية والعلمية، والتسليّة وتناول القصص وسرد الأحداث، وهي متعة عقلية يحتاج إليها كل فرد ليستزيد فكرياً وعلمياً ولا تتم إلا من خلال التواصل مع الآخرين.

2 - **السعادة الشخصية** : يسعى جميع الأفراد إلى تحقيق درجة كبيرة من السعادة الشخصية، ويختلف معنى ودرجة تلك السعادة عند الأفراد باختلاف أفكارهم وعقائدهم وثقافتهم وطموحاتهم ومراحلهم العمرية وجنسهم. وبصفة عامة فإن السعادة الشخصية تعني وصول الفرد إلى مستوى عالٍ من الرضا والاطمئنان النفسي والوجداني عن سلوكياته وأفعاله وأقواله، وتظهر السعادة الشخصية على الفرد من خلال بعض العلامات التي تدل عليها كالابتسامات والكلمات الطيبة. والسعادة الشخصية لا تتحقق إلا من خلال علاقات التواصل التي يقيمها الفرد مع الآخرين، فيشعر بالرضا من التعامل مع الآخرين من خلال

تقدير الآخرين واحترامهم له، أو من خلال تحقيق المكاسب المشتركة بينهم، فيرغبون في استمرار عملية الاتصال بينهم لزيادة تحقيق السعادة الشخصية.

### 3 - الإِنتماء : من فوائد الاتصال تحقيق الإِنتماء للفرد، والانتماء من العلاقات

الاجتماعية الضرورية التي يسعى اليها الفرد، وهو حاجة ملحة للفرد تجعله يشعر بأنه جزء من مجموعة أكبر يعتز ويفتخر بها، ويحرص على الوحدة معها والدفاع عنها، يتقيد بقيمها وأعرافها. فالفرد ينتمي لأسرة صغيرة والأسرة تنتمي إلى قبيلة والقبيلة تنتمي إلى مجتمع أكبر وهكذا، كما أن الفرد ينتمي إلى الحي الذي يسكن فيه والحي ينتمي إلى البلدة التي يعيش فيها والبلدة تنتمي إلى الدولة التي يحمل جنسيتها، وهكذا تزداد دائرة الإِنتماء عند الفرد وتتنوع، ويعمل التواصل على تقوية درجة الإِنتماء بين الأفراد وزيادة العلاقة بينهم.

### 4 - الهروب : يحقق الاتصال الحاجة الهروبية للفرد والتي يحتاج إليها أحيانا للتسلية أو

التخفيف من التوتر والشعور بالراحة بعيدا عن الموقف، ثم يعود بتفكيره مرة أخرى في مشكلته، فيتواصل مع فرد آخر يثق فيه ليتناول معه أطراف الحديث في موضوعات أخرى تجعله يبتعد قليلا عن جو المشكلة ثم يعود إليها مرة أخرى ليفكر فيها من وجهة نظر جديدة ومن زاوية أخرى. مثال ذلك ما يحدث في أيام العطلات الأسبوعية من اتفاق الأصدقاء على الخروج في نزهة لا يفكرون فيها في الدراسة ليعودوا بعد قضائهم تلك النزهة وهم متحمسين للدراسة مرة أخرى .

وكذلك الحال عندما تواجهك مسألة صعبة أو يطلب منك إعداد تقرير مهم، فإنك بين الحين والآخر تتواصل مع الأصدقاء لمجرد الحديث والتسلية فقط للهروب عن الموقف الذي تمر فيه الآن ثم تعود إليه مرة أخرى وقد إزداد حماسك له فتقوم بإنجازه على أفضل وجه. وعلى ذلك فإن الاتصال يلبي لك حالة الهروب من الموقف لتعود إليه مرة أخرى أكثر حماسا وإيجابية.

5 - **الاسترخاء** : يعمل التواصل على توفير حالة الاسترخاء للفرد والتي قد يحتاج إليها كثيرا بعض عناء المذاكرة أو العمل الدؤوب، فيلجأ الفرد للتواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء لغرض الاسترخاء والحصول على قسط من الراحة النفسية والجسمانية، وتغيير حالة التعب التي يمر بها ليعود بعد تواصله إلى مذاكرته وعمله نشيطا. ويحقق التواصل الاسترخاء للفرد من خلال التواصل الإلكتروني أو من خلال الزيارات الاجتماعية والتنزه مع الأهل والأصدقاء وإعطاء العقل فترة راحة بعيدا عن أعباء ومشاكل العمل.

6 - **السيطرة** : يلبي التواصل تحقيق الحاجة إلى السيطرة والتي هي من ضمن احتياجات الفرد، فالإنسان بحاجة إلى الشعور بنوع من القوة والسيطرة على غيره من الأفراد في المجتمع لإشباع حاجة لديه، وهذه الحاجة نجدها في تتجسد في سيطرة الوالد على أبنائه، والزوج على زوجته، أو الزوجة على زوجها، والسيد على خادمه، والمدير على من يعمل تحت إدارته.

ولا يمكن تصور تلبية هذه الحاجة بدون تواصل بين الطرفين سواء كان تواصل لفظي أو كتابي، ومن هنا يسعى الأفراد إلى الزواج من أجل الإنجاب وتحقيق السيطرة الوالدية والزوجية، أو الاجتهاد في وظائفهم للوصول إلى مراكز قيادية تمكنهم من ممارسة السيطرة الوظيفية

ويمكن ملاحظة ممارسة سلوك التواصل من أجل السيطرة على عدة مستويات منها:

أ - **المستوى الفردي**: مثل ما يحدث بين الأصدقاء كمحاولة إقناع صديقك لك بأن تذهب معه في سيارته للجامعة أو للتنزه، أو يفرض عليك تناول وجبة غذائية يحبها هو.

ب - **المستوى الجماعي**: مثل محاولة فريق كرة القدم السيطرة على الفريق الآخر في ملعب الكرة للانتصار عليه وتحقيق الفوز.

ج - **المستوى الدولي** : مثل ما يحدث في حالة الحرب بين دولتين، أو من خلال الغزو الفكري بسيطرة قنوات إعلامية على أفكار وعقول أفراد دول أخرى، بهدف فرض ثقافة

معينة وطمس ثقافة أخرى وهو ما يجب الحذر منه والعمل على مواجهته حماية للثقافة الخاصة.

**7 - تحقيق الاطمئنان** : حيث يعمل الاتصال بين الأفراد على إزالة الغموض أو الخوف الذي قد ينتاب الإنسان من مواجهة الآخرين، ومن خلال التواصل معهم يبدأ كل منهم في تحقيق الاطمئنان مع الطرف الآخر، بل وينتج عنه زيادة العلاقة بين الطرفين وتبادل الافكار وعقد الصفقات التجارية وغيرها. وبدون عملية التواصل فإن كل منهم يبقى مجهولا للطرف الآخر ويعمل على أخذ الحيطة منه بل ومناصبته العدا، ولا يزول هذا العدا إلا بعد التواصل والتقارب بينهما، فالإنسان عدو ما يجهل.

**8 - التوافق الاجتماعي** : من فوائد التواصل بين الأفراد والجماعات تحقيق التوافق الاجتماعي، وهو ما ينتج عن العلاقات التواصلية بين الأفراد، إذ يتقابل الأفراد المتقاربين في الطباع والميول والرغبات من بعضهم، كما يعمل التواصل على تقريب وجهات النظر بين الأفراد المختلفين مما يسهل عملية الترابط الاجتماعي بينهم، فيتبادلون أطراف الحديث ويتبادلون الهدايا والزيارات ويصل الأمر إلى تكوين الصداقات والعلاقات الأسرية، ويصبح كل منهم مهتم بالآخر وحريص على التعاون معه، فيتحقق الاندماج الاجتماعي بين الأفراد وينشأ المجتمع الترابط الذي يحرص كل فرد فيه على مصالح الطرف الآخر.

**9 - الألفة والمحبة** : وهي من فوائد الاتصال بين الأفراد، ويقصد بها وصول الفرد في علاقته مع الآخر إلى درجة يشعر فيها الفرد أنه حر تماما في التعبير عن مشاعره العميقة للطرف الآخر، وفي نفس الوقت يكون الطرف الآخر على قدر كبير من تفهم هذا الشعور ويبدله معه، وهي حاجة انسانية ضرورية يحتاج إليها الإنسان. وتتوفر هذه العلاقة عند الأفراد في حالات العلاقات الوثيقة جدا كالعلاقات الزوجية ومع الوالدين والأبناء والأخوة والأخوات، بل والصداقات الحميمة أحيانا. فيتبادل كل منهم الشعور بالمحبة والألفة مع الطرف الآخر ويسعى لإرضائه، وهو ما لا يتم إلا من خلال الاتصال.

### ثالثاً : الاتصال الجمعي :

هو عملية تتم بين شخص ومجموعة محدودة من الأشخاص المتلقين الذين يجمعهم بالمرسل مكان واحد يستطيعون فيه مشاهدته والاستماع إليه كما يمكنه التعرف بشكل كبير علي ردود أفعالهم إزاء رسالته ومن ثم تعديلها بما يحقق مزيداً من فهم المتلقين لها ومن أمثلة الاتصال الجمعي المحاضرات الجامعية خطبه الجمعة الدرس في الكنيسة اللقاءات الشعبية والمؤتمرات وغيرها.

وعلي الرغم من أن المبدأ الذي يقوم عليه هذا النوع من الاتصال يشبه الاتصال الشخص إلي حد بعيد فانه من الأفضل الفصل بينهما وذلك ان قيم ومواقف الإنسان تتأثر عموماً بالمجموعات البشرية التي ينتمي إليها ويختلط بها وفي هذه الحالة يصبح دور المجموعة الصغيرة كحلقة الوصل بين الفرد والمجتمع.

ويمكننا القول أن المجموعة الصغيرة التي يتم من خلالها الاتصال الجمعي تتكون من مجموعة من الأفراد الذين غالباً ما يتقابلون ويتباحثون في الأمور المختلفة وهم يلتقون علي معايير ومصالح مشتركة ورغم أن لكل واحد منهم أهدافه الخاصة التي يسعى إليها إلا انهم غالباً يميلون لاتخاذ مواقف موحدة في القضايا المختلفة .

### مميزات الاتصال الجمعي:

- 1 - تلقائية الاتصال كما يحدث في المحادثات غير الرسمية.
- 2 - وحدة الاهتمام والمصلحة والالتقاء حول الأهداف العامة.
- 3 - امكانية استخدام اللغة المناسبة لمستوى الأفراد المتحدث اليهم.
- 4 - انخفاض تكلفة الاتصال بالمقارنة بالوسائل الاخرى.
- 5 - موجه إلى عدد كبير من الاشخاص لا يمكن الوصول اليهم بالاتصال الشخصي.
- 6 - يكون غالباً في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبلين.

7 - المستقبل هو من يتحكم في العملية الاتصالية، حيث هو من يختار وسيلة الاتصال وموضوعها.

8 - قد يستخدم فيه وسائل عرض الكترونية لتسهيل عملية الاتصال.

9 - امكانية التفاعل محدودة بالمقارنة بالاتصال الشخصي.

### رابعاً : الاتصال الجماهيري :

الاتصال الجماهيري : هو عملية التفاعل الاجتماعي من أجل إشباع الحاجات المتنوعة ، فهو من أهم الظواهر البشرية والاجتماعية، لأنه نتاج للتفاعل بين الفرد والمجتمع .

الاتصال الجماهيري : هو اتصال منظم ومدروس يقوم علي أساس إرسال رسالة علنية وعامة صادرة عن مؤسسة للاتصال ترسل الرسالة الإعلامية عبر وسيلة الية تتميز بقدرتها علي صنع نسخ كثيرة من الرسالة الأصلية لتوزع علي جمهور عريض ومتفرق ولا محدود وغير متجانس .

الاتصال الجماهيري : هو ذلك النمط من الاتصال الذي يتم بين أكثر من شخصين لإتمام العملية الاتصالية، والتي غالبا ما تقوم بها المؤسسات أو الهيئات عن طريق رسائل جماهيرية .

كما أنه يعني : الضرورة البشرية الملحة التي يعيش الإنسان معها طوال عمره لأجل إشباع حاجاته المتعددة.

ويقصد به أيضا : تلك العملية التي تتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيري .

وهو : عملية اشتراك ومشاركة في المعنى من خلال التفاعل الرمزي ، تتميز بالانتشار في الزمان والمكان ، فضلا عن استمراريتها وقابليتها للتنبؤ .

فهو اتصال منظم ومدروس يقوم على أساس إرسال رسالة علنية وعامة إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات غير معروف للقائم بالاتصال، باستخدام وسائل

الاتصال الجماهيري من صحف ومجلات وإذاعات ومحطات تلفزيونية وشبكات الانترنت والفضائيات ودور النشر الكبيرة وغيرها.

**ويعرف الاتصال بالجماهير** بأنه العملية التي يتم بوساطتها الاتصال بجمهور، أو بغالبية المجتمع الكلي أو جمع كبير منه، اتصالاً (يمكن أن يكون مباشراً أو غير مباشر) يهدف إلى إحداث تغيير في استجابته السلوكية الظاهرة أو غير الظاهرة.

إن الاتصال الجماهيري، وبشكله العصري التقني، يتجاوز اللقاء المباشر والتفاعل الاجتماعي وجها لوجه، وذلك باستخدام وسائل تقنية معقدة باهظة التكاليف، كالطباعة والإذاعة المسموعة والتلفزيون والسينما فضلا عن منظومة الاتصالات والمعلومات عبر الأقمار الاصطناعية، وشبكة الإنترنت.

والاتصال الجماهيري يمتاز بخاصية التوجه لجمهور ضخم وكبير متعدد المشارب والاتجاهات والاختلاف في القدرات والأعمار والمعارف والميول والأذواق، حيث تصل الرسالة في الاتصال الجماهيري إلى جميع الناس في وقت واحد.

فضلا عن أن المرسل في الاتصال الجماهيري غالبا لا يكون فردا بل مؤسسات وشركات عملاقة وكبيرة، والمرسل لا يرى جمهوره وجها لوجه كما هو في الاتصال الوجيه المباشر، الأمر الذي يجعل التغذية الراجعة معدومة أو نادرة. أن المرسل بالاتصال الجماهيري لا يرى الجمهور، ولذلك تكون التغذية المرتدة الراجعة قليلة نسبيا وأحادية الاتجاه.

ويهدف الاتصال الجماهيري إلي تحقيق أغراض اجتماعية مختلفة ( أخبار - ترفيه - تعليم - تثقيف -إعلان ) وبسبب ذلك ولضخامة الجماهير التي تتعرض له فيستلزم ذلك أن تؤثر رسائله في نفوس المتلقين وبالتالي تؤثر في أفكارهم وسلوكياتهم ولعل أهم

سلبيات عملية الاتصال الجماهيري هي غياب رجع الصدى ومن ثم فهو اتصال أحادي يكون الجمهور فيه متلقيا وللتغلب علي مشكلة غياب رجع الصدى في الاتصال الجماهيري يلجأ الإعلاميون إلي أساليب مختلفة منها رصد ردود الفعل الجماهيرية بأساليب علمية محددة كدراسات وبحوث استطلاع الرأي وبارومتر الاستماع والمشاهدة وبحوث المستمعين والاتصالات الهاتفية ورسائل القراء والمستمعين والمشاهدين .

### شروط الاتصال الجماهيري :

من أهم شروط الاتصال الجماهيري :

- أ - وجود قاعدة قوية لتمويل عملية الاتصال .
- ب - وجود قاعدة علمية ثقافية في المجتمع .
- ج - وجود قدر معقول من الكثافة السكانية .
- د - وجود مناخ حرية رأي وتعبير .
- هـ - وجود أماكنات تكنولوجية متاحة.

### خصائص الاتصال الجماهيري :

يمكن تحديد الخصائص والصفات التي تميز الاتصال الجماهيري عن غيره من أنواع الاتصال بما يلي :

- 1 - التنظيم، حيث يكون الاتصال الجماهيري معد مسبقا ومنظما بطريقة مدروسة وجيدة.
- 2 - قوة التأثير، حيث يكون تأثيره كبيرا على الأفراد لما يتمتع به من دقة وجودة في الاداء.
- 3 - الصفة الرسمية، حيث تكون المصادر في الاتصال الجماهيري ناجمة عن منظمات رسمية مثل المؤسسات الحكومية أو الأهلية ذات الصفة الشرعية والتي تستهدف الربح أو كسب الولاء من الجمهور.

- 4 - العمومية، حيث تتسم رسائل الاتصال الجماهيري بالعمومية لتتناسب جميع طبقات وأفراد المجتمع باختلاف ثقافتهم وتكون مفهومة ومقبولة لديهم.
- 5 - التركيز على المعاني المشتركة، حيث يكون الاتصال الجماهيري موجها لملايين الأشخاص الذين لا يعرفون بعضهم بعضا معرفة شخصية.
- 6 - استخدام التكنولوجيا، حيث يعتمد الاتصال الجماهيري على استخدام التكنولوجيا الحديثة ليستطيع الوصول إلى معظم الجماهير الكبيرة في نفس الوقت.
- 7 - الاستمرارية، حيث يتميز الاتصال الجماهيري بصفة الاستمرارية في الاوقات المختلفة التي تناسب ظروف المستقبلين على تنوع أوقاتهم وأماكنهم وبيئاتهم.
- 8 - التنوع، حيث تتنوع الرسالة الاتصالية لتتناسب اهتمامات الفئات العمرية والاجتماعية والثقافية والمهنية المختلفة، فتنوع الرسالة الاتصالية بين الرسالة الترفيهية والعلمية والتثقيفية والاجتماعية والاعلامية والرياضية.
- 9 - الجذب والتشويق، حيث يتم اعداد الرسالة الاتصالية بشكل جذاب ومشوق للجمهور المستهدف من خلال استخدام الصور والالوان والحركات والمؤثرات الصوتية والالفاظ المناسبة وعناصر الاتصال الرمزية المختلفة.

### أنواع الاتصال الجماهيري<sup>(1)</sup>:

- أ-الإعلام : وهو عملية اتصال موضوعية تهدف وترمي إلى تزويد الجماهير بالمعلومات الصحيحة وتنظم التفاعل بينها .
- ب- الإعلان : وهو من وسائل الدعاية التجارية لتسويق المنتجات والسلع عن طريق توجيه الجمهور ولفت نظره ، ولاشك أن الترويج لهذه السلع أسهل من ترويج الأفكار والمبادئ ، وذلك لأن الحاجة المادية أقوى بكثير عند الإنسان من غيرها.
- ج-التعليم : يعرف التعليم على أنه إحداث سلوك مستجد عند المتعلم ، يحمل نظريات

(1) <http://masscomm.kenanaonline.net/posts/142686>

مختلفة في طريق تنمية الفكر وتقوية ملكات النقد وتربية الشخصية ، كما أن التعليم يوثق جدور الحضارة مع الحاضر فيغرس في الأذهان المفاهيم و المبادئ المستحبة .  
**د-الدعاية :** و يتميز هذا النوع من الاتصال الجماهيري بأسلوب الإغراء والاستهواء بغض النظر إلى الموضوع الذي ترمي و تهدف إليه ، فهي ترمي إلى التأثير على السلوك أكثر مما ترمي إلى الإقناع لدى نجدها قوية التأثير في مجتمع النساء والجماعات البدائية والفقيرة والأطفال ومن وسائل الدعاية المألوفة نجد الصحف ، والتلفزيون ، والمجلات ، وأغلفة البضائع .

### **خامساً : الاتصال الثقافي :**

هو الاتصال الذي يتم بين أفراد لا ينتمون إلى ثقافة واحدة، بل من ثقافات مختلفة، حيث يتعلق عادة بالقيم والعادات والاتجاهات والسلوكيات .

### **أشكال الاتصال الثقافي :**

يأخذ الاتصال الثقافي عدة أشكال وذلك كما يلي:

1 - **من حيث العدد :** يمكن تقسيم الاتصال الثقافي من حيث عدد أفراده إلى:

**أ - فردي :** حيث يكون بين فردين من ثقافتين مختلفتين.

**ب - جمعي :** حيث يكون بين مجموعتين من الأفراد كل منهما من ثقافة مختلفة عن الأخرى.

**ج - جماهيري :** ويتم من خلال متابعة فرد من ثقافة معينة لوسائل الاعلام من ثقافة أخرى.

2 - **من حيث الكيفية :** يمكن تقسيم الاتصال الثقافي من حيث كفيته إلى:

**أ - مباشر :** وذلك من خلال التعامل وجها لوجه بين فردين أو مجموعة من الأفراد من ثقافات مختلفة، وذلك كما يحدث عند السفر إلى دول أخرى، أو مقابلة السائحين، أو ما يحدث في البلدان التي بها تنوع عرقي مثل لبنان.

**ب - غير مباشر :** ويتم باستخدام الأجهزة التكنولوجية الحديثة دون الانتقال إلى أماكن أخرى، وذلك كما يحدث من خلال متابعة الاذاعات الاجنبية والقنوات التلفازية الاخرى، أو من خلال أجهزة الحاسوب واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

### مميزات الاتصال الثقافي:

1 - التنوع، حيث يؤدي تنوع الثقافات والبيئات إلى تنوع المهارات والأفكار والمعلومات لطرفي عملية الاتصال .

2 - الاثراء، وذلك من خلال تبادل واطافة معلومات جديدة لكل من طرفي الاتصال.

3 - التفائنية، حيث تقل فيه الصفة الرسمية، خاصة اذا كان مباشرا لوجهها لوجه.

4 - تلاحق الأفكار ،وذلك من خلال تبادل الأفكار والآراء من وجهات نظر مختلفة، مما يؤدي إلى نمائها وتكاملها وزيادتها.

5 - الانفتاح العقلي، حيث يؤدي النقاش والحوار والاطلاع على ما هو جديد إلى الانفتاح العقلي، والنمو العقلي.

6 - اتساع الحدود، حيث لا يعترف الاتصال الثقافي بحدود مكانية ولا حدود زمانية معينة، فهو يتم بين كل الثقافات ويتم في كل الاوقات دون قيود.

## الحاضرة الثانية

### الاتصال اللفظي والاتصال الغير لفظي

#### أولاً : مفهوم الاتصال اللفظي :

هو : تبادل اللغة الكلامية من خلال الحديث بين طرفين ( المرسل والمستقبل ) بهدف إيصال أكبر قدر ممكن من معاني الرسالة ومحتواها ، فالإتصال بناء على ذلك علاقة بين طرفين لنقل رسالة لها هدف معين.

ويتركز الإتصال اللفظي على الكلام المنطوق أو المكتوب حيث تعد اللغة أحد أهم وسائل الإتصال بغض النظر عن هدف أو طبيعة الإتصال، وبالعادة هناك اختلاف واضح بين الأشخاص وطريقة تعبيرهم عن أفكارهم ومشاعرهم من خلال الكلمات حيث تختلف الكلمات المنتقاة من شخص لآخر مما يجعل الإتصال اللفظي عملية متنوعة وصعب تكرارها .

ويشمل الإتصال اللفظي العديد من الوسائل وقنوات الإتصال المختلفة كالمقابلات الشخصية، وشبكات الفيديوكونفرانس، والرسائل المكتوبة ، وتتلقى كل من هذه الوسائل بالعديد من الإيجابيات والسلبيات وعلى المرسل اختيار الوسيلة المناسبة لنقل الرسالة ومحتواها بفعالية ونجاح.

وينقسم الإتصال اللفظي الى نوعين أساسيين هما:

1 - الإتصال الشفهي : وينقسم الي قسمين :

أ - الكلمات .

ب - وهي المؤثرات الصوتية المصاحبة للكلمات والتي يكون تأثيرها بنسبة % 83 من عملية الإتصال.

## 2 - الاتصال الكتابي .

### ومن المهارات المهمة للاتصال اللفظي ما يلي:

**1 - مهارات الاتصال الشفهي:** وتشتمل على المهارات التي تتعلق بعملية النطق واستخدام المؤثرات الصوتية في عملية الاتصال، ومن المهارات اللازمة للاتصال الشفهي ما يلي:

أ - **مهارة التحدث :** وهي القدرة على الاستخدام الجيد للغة أثناء عملية الاتصال بالإضافة إلى الإلقاء الجيد لها.

ب - **مهارة الاستماع :** وهي القدرة على اعمال العقل فيما يقال والانفعال معه والاستجابة الصحيحة له.

## 2 - مهارات الاتصال الكتابي :

وهي مهارات التركيز على قواعد اللغة واتقان الكتابة بدون أخطاء إملائية والتعبير الصحيح باستخدام الكلمات المناسبة. وتشتمل على المهارات التي تتعلق بالقدرة على التعبير الكتابي وتسجيل البيانات بصورة تسهل من عملية توصيل الرسالة بالطريقة الصحيحة الى المستقبل .

## 3 - مهارات القراءة :

وهي مهارات التعرف على الكلمات والحروف وتحويلها الى معاني ومدرجات لدى الفرد بحيث تصل المعاني الحقيقية للكلمات دون تحريف او تشويه. إن هذه المهارات المهمة في عملية الاتصال تحتاج الى مزيد من المعرفة والتدريب لكي تتم عملية الاتصال بطريقة فعالة وتصل الرسالة الى المستقبل بنفس المعنى الذي قصده المرسل .

## **أنماط الأشخاص من حيث الاتصال اللفظي :**

يمكن تقسيم الأفراد وفقا لنمط اتصالاتهم بالوسط المحيط بهم، وإدراكهم أثناء الاتصال إلى ثلاثة أنماط أساسية هي:

### 1 - نمط الشخص البصري:

وهو الشخص الذي يرى العالم حوله من الصور والرؤية بالعين، فهو يركز في تعامله مع الآخرين على الأشياء المرئية كالصور والمناظر والعروض المختلفة والألوان، ويحول المعاني المجردة إلى صور مشاهدة، وعندما يصف حادثة معينة يصفها من خلال الصور، وغالبا ما يستخدم مفردات خاصة في كلامه توحى بنمطه الحسي، مثل: أرى، أشاهد، ألاحظ، أتصور، أحاول رسم الصورة في مخيلتي، أنظر، وضوح، لمعان، مراقبة، منظر، ألوان، ظلام.

### صفات الشخص البصري :

ومن صفات الشخص ذو النمط البصري، السرعة في الحركة أو الكلام أو الطعام، أو التصرفات وذلك بسبب تأثره بالنمط الصوري القائم على الصور المتلاحقة السريعة، ذو قرارات سريعة فجائية أحيانا، لذا فمستوى المخاطرة عنده كبير.

**كيفية التعامل مع الشخص البصري :** يتم التعامل مع هذه الشخصية من خلال الصور والأشكال والألوان الجذابة أو الرسومات التي تعبر عن الرسالة المقصودة بشرط أن تكون الرسومات على درجة عالية من الإتقان والألوان متناسبة.

### 2 - نمط الشخص السمعي:

هو الشخص الذي يرى العالم من خلال حاسة السمع، فالحاسة الغالبة لدى هذا الشخص هي استقبال المعلومات من خلال السمع ورؤية العالم من حوله بأذنيه، فهو يركز في تعامله مع الآخرين على وقع الصوت وتأثيراته، فهو يحب السمع كثيرا وله مقدرة كبيرة على الاستماع دون مقاطعة، ويهتم باختيار الألفاظ والعبارات ويركز على نبرات صوته عند الكلام، لذا فإن كلامه يكون بطيئا، وكثيرا ما يميل للمعاني المجردة النظرية واستخدام الكلمات المرتبطة بالسمع مثل: أسمع، أنصت، أتحدث، أقول، إصغاء، إزعاج، صياح، همس، لهجة.

**صفات الشخص السمعي :** من صفات الشخص ذو النمط السمعي البطء في الحركة والكلام متأثراً بسرعة الصوت التي هي أقل بكثير من سرعة الضوء، والتأني في اتخاذ القرار ويجمع أكبر قدر من المعلومات قبل اتخاذه للقرار ليقلل من مستوى المخاطرة الى أدنى درجة، فهو صاحب قرار حكيم وحذر، ويصلح لأن يكون إداري ناجح.

### **كيفية التعامل مع الشخص السمعي :**

يتم التعامل مع هذه الشخصية من خلال الكلمات والقصص والروايات المتنوعة والدخول إليه من خلال سرد الأحداث والقصص المشابهة، وتأييد الموقف الحالي بمواقف أخرى سابقة.

### **3 – نمط الشخص الحسي:**

هو الشخص الذي يرى العالم من خلال الشعور والأحاسيس، عندما يحكي تجربة معينة يحكيها من خلال ما شعر به أو ما حس به، وكلامه أكثر بطناً من النمطين السابقين، ويستشعر ثقل المسؤولية أكثر من غيره، لذا فهو ينفعل للمبادئ ويندفع للعمل لها، كما يركز في تعامله مع الآخرين على إحساسه ومشاعره، وغالبا ما يكثر في عباراته استخدام الكلمات والعبارات ذات الدلالات الحسية، مثل: أشعر، أحس، ألمس، إمساك، ضغط، ألم، شدة، حزن، سرور، ثقل، جرح، ضيق.

### **صفات الشخص الحسي :**

من صفات الشخص ذو النمط الحسي أنه أكثر بطناً من النمط البصري والسمعي، ويبني قراراته بناء على المشاعر والأحاسيس والعواطف، لذا فإن غالبا ما تكون قراراته غير حكيمة لتغر الأحاسيس والعواطف طبقاً للحالة النفسية للفرد، فهو لا يصلح أن يكون إدارياً حازماً، بل تتأثر إدارته بظروف وأحوال مرؤوسيه.

**كيفية التعامل مع الشخص الحسي :** أفضل طريقة للتعامل مع هذه الشخصية هو التعامل معها من خلال الكلمات المؤثرة في المشاعر والأحاسيس أو الهدايا الرمزية التي تحرك مشاعره.

### **مقومات الاتصال اللفظي**

يقوم الاتصال اللفظي سواء كان شفهيا أو مكتوبا على مجموعة من المقومات والدعائم الأساسية التي تساعد في نجاح عملية الاتصال، وهي ضرورية عند إجراء عملية التواصل بين طرفي الاتصال، وتتمثل أهم مقومات عملية الاتصال فيما يلي:

#### **1- الرغبة في الاتصال :**

وهي من أهم مقومات عملية الاتصال الشفهي، حيث لا يمكن استنتاج الفرد بأي نوع من المعلومات إذا لم يرغب هو في ذلك، والرغبة الشخصية هي أساس استمرار أي عمل سواء كان فرديا أو اجتماعيا.

#### **2 - وضوح الصوت :**

ويقصد به خروج الحروف من مخارجها الطبيعية بطريقة سليمة، وبدرجة صوت مناسبة للمستقبل بحيث لا تسبب له تعباً أو إجهاداً، كما يكون موضوع الاتصال أو مضمون الرسالة واضحاً وعند مستوى فهم المرسل إليه وإدراكه، وأن يكون في نطاق اختصاصه وفي حدود السلطات المخولة له.

التكرار :ويقصد به إعادة ذكر الكلمات أو العبارات إذا لزم الأمر حتى يستطيع المستقبل التأكد من مدلولات الكلمات ويفهمها بنفس الكيفية التي يقصدها المرسل، ويكون ذلك غالبا للكلمات الصعبة والمصطلحات الجديدة.

#### **3 - التشجيع والتجاوب :**

ويقصد به تجاوب المستقبل مع المرسل ومن ثم يقوم المرسل بتشجيع المستقبل على التجاوب مع الرسالة الاتصالية. ويكون التشجيع والتجاوب غالبا من المستقبل، حيث

يصدر منه بعض الكلمات او الايماءات والحركات التي تدل على استجابته للرسالة وانها تلقى عنده القبول، مما يعمل على تشجيع المرسل في الاستمرار في ارساله. أما إذا كان التجاوب عن طريق رسائل سلبية فإن المرسل سيصل الى مرحلة الكف والتوقف عن الارسال، وبذلك تتهدد عملية الاتصال.

#### **4 - التغذية الراجعة :**

ويقصد بها استجابة المستقبل الفورية للرسالة الاتصالية بحيث تصل تلك الاستجابة إلى المرسل في نفس الوقت، ويتأكد المرسل من وصول الرسالة بالمعنى المقصود الى المستقبل، مما يدعم بقاء عملية الاتصال واستمرارها.

#### **خصائص الاتصال اللفظي**

يعتمد الاتصال اللفظي (الشفهي والمكتوب) على استخدام اللغة المنطوقة أو المكتوبة، لذا فإن خصائصه تستمد من خصائص اللغة، من حيث الكلمات والحروف والتركيب والثقافة .  
**ومن أهم خصائص الاتصال اللفظي ما يلي:**

- 1 - يستخدم الرموز على شكل كلمات منطوقة أو مكتوبة.
- 2 - يستخدم رموزا ذات معاني.
- 3 - تتحكم فيه قواعد اللغة- أي لغة -من حيث القواعد والأسلوب والتركيب والبناء.
- 4 - قاصر على ثقافة واحدة فقط وهي ثقافة اللغة التي نبعث منها، حيث يحمل معانيها ومدلولاتها.
- 5 - أقل تأثيرا في المستقبل.
- 6 - يتم اكتسابه في مرحلة متأخرة من النمو، وهي مرحلة الكلام عند الطفل.

#### **مميزات الاتصال اللفظي**

يتميز الاتصال اللفظي بعدد من المميزات التي تميزه عن غيره من انواع الاتصال الأخرى، ومن هذه المميزات ما يلي:

- 1 - أنه لا يحتاج إلى الكثير من الوقت، حيث يتم الارسال والاستقبال بطريقة فورية وأنية بين طرفي الاتصال.

- 2 - يسهل عملية الاتصال الشخصي بين طرفي الاتصال.
- 3 - يشجع على التعاون ويساعد في تكوين الصداقات.
- 4 - يتيح فرصة للأسئلة والإجابات والمحاورة والنقاش والاستفسار.
- 5 - تظهر فيه التغذية الراجعة بوضوح.

### بعض معوقات الاتصال اللفظي

توجد كثير من المعوقات التي تعوق عملية الاتصال اللفظي، وتعمل على وصول الرسالة الى المستقبل بطريقة مشوشة، ومن هذه المعوقات ما يلي:

- 1 - سوء الفهم : سواء كان ذلك من المستقبل أو من المرسل.
- 2 - الشائعات : ويقصد بها العبارات التي تصل للفرد من دون التأكد مصدر ومدى صحتها.

- 3 - الاختلافات الثقافية : ويقصد بها تنوع الثقافات بين الشعوب المختلفة.
- 4 - حجب المعنى : ويقصد به استخدام التلميح وليس التصريح عند ارسال الرسالة.
- 5 - التعميم : ويعني تقليل الفروق بين الأشياء وصعوبة تصنيفها.

### ثانياً : مفهوم الاتصال الغير لفظي :

هو الاتصال الذي يعتمد على استخدام الكلمات أو الجمل والعبارات في العملية الاتصالية من خلال اصدار الأصوات واستخدام المؤثرات الصوتية عند نطق الكلمات، أو استخدام الكلمات المكتوبة من خلال مهارات الكتابة لتعطي معاني مختلفة للرسالة الاتصالية، ويشترك كل من المرسل والمستقبل في استخدام الاتصال اللفظي ومؤثراته المختلفة لتوضيح معاني الرسائل الاتصالية المستخدمة في الاتصال.

### أشكال وأنواع الاتصال الغير لفظي :

يمكن أن نتناول الاتصال الغير لفظي من خلال ثلاثة أشكال هي :الاتصال الشفهي، والمؤثرات الصوتية، والاتصال الكتابي، وسوف يتم توضيح هذه الأشكال الثلاثة فيما يلي:

#### 1 - التحدث :

التحدث هو من أهم وسائل الاتصال وأكثرها استخداماً، وهو إحدى الصفات المميزة للإنسان، ويتم الاتصال الشفهي عبر الكلمات والألفاظ، ويكون تأثيره فقط 7% من عملية الاتصال، فتبادل المعلومات من المرسل إلى المستقبل شفاهة، حيث تخرج الرسالة الصوتية من فم المرسل إلى أذن المستقبل، وتلعب اللغة المستخدمة والكلمات المنطوقة دوراً كبيراً في توضيح المعاني المقصودة من الرسالة. وغالباً ما يحدث الاتصال الشفهي عندما لا يكتسب الاتصال الصفة الرسمية ويريد المرسل التعرف على رد فعل المستقبل على الرسالة.

ولا يعتبر كل صوت تحدث، لأن التحدث يتكون من ألفاظ ذات معاني وفائدة، واللفظ صوت مشتمل على بعض الحروف التي تشكل كلمات تحمل المعاني والأفكار للمستقبل. ويحدث الاتصال الشفهي في خلال المقابلات الشخصية أو المحاضرات والندوات الاجتماعية والمؤتمرات، كما يحدث من خلال الاتصالات الهاتفية أو باستخدام الأجهزة الإلكترونية الأخرى كالاتصال من خلال أجهزة الحاسوب أو من خلال شبكات الفيديوكونفرانس.

حيث تتيح هذه الصور من الاتصالات التفاعل المباشر بين طرفي الاتصال في نفس الوقت، وهي الصورة المثالية في عملية الاتصال التي تتوفر فيها التغذية الراجعة بصورة مباشرة، كما تعتبر هذه الطريقة أقصر الطرق لتبادل المعلومات والأفكار بين طرفي الاتصال بالإضافة إلى سهولتها.

### مفهوم التحدث:

هو عملية تبادل المعلومات والأفكار بطريقة شفوية بين طرفي الاتصال من خلال الكلمات والاصوات المفهومة المعنى، ويمكن تعريف التحدث بأنه: "عملية توظيف المهارات اللفظية واللغوية والصوتية و مهارات الفصاحة للتواصل مع الآخرين وتبادل نقل المشاعر والآراء والأفكار بين طرفي الاتصال."

### عناصر عملية التحدث:

يقوم التحدث على أربعة عناصر أساسية تتعلق بالمهارات الشخصية لدى الشخص المتحدث، وهذه العناصر الأساسية هي:

1 - **الطلاقة**: ويقصد بها قدرة الفرد على استدعاء الكلمات والألفاظ والمعاني المترابطة والمترادفة من الذهن في صورة واضحة وقت الحاجة إليها دون اضطراب أو تلثم.

2 - **الإنسياب**: ويقصد به قدرة الفرد على سرد الأفكار والمعاني من العقل واخراجها في صورة مترابطة.

3 - **صحة التعبير**: ويقصد به قدرة الفرد على استخدام الألفاظ والكلمات الوصف الموقف وصفا دقيقا واضح المعنى والدلالة.

4 - **سلامة الأداء**: ويقصد به قدرة الفرد على اخراج الحروف من مخارجها الصوتية الصحيحة، لتكون الكلمات المقصودة بطريقة واضحة.

### فوائد اتقان مهارة التحدث:

لإتقان عملية التحدث فوائد كثيرة تعود على المتحدث بالدرجة الأولى، بالإضافة الى الطرف الآخر في عملية الاتصال، ومن فوائد اتقان مهارة التحدث ما يلي:

1 - **تحسين العلاقات**: حيث يعد التحدث وسيلة فعالة لبناء علاقات وجسور التواصل مع الآخرين، مما يعزز عملية التواصل مع الأفراد وزيادة العلاقات الاجتماعية وتحسينها، وهو أمر مهم في حياة الأفراد.

2 - **تفعيل الاداء**: حيث تعمل مهارات الاتصال على تفعيل دور الفرد في وظيفته من خلال التحدث والاستماع الجيد مع الزملاء في العمل، فمعظم مؤسسات الاعمال تفضل توظيف من يجيد مهارات التحدث والاستماع.

3 - **زيادة الخبرات**: حيث يعمل التحدث إلى الآخرين على تبادل المعلومات بين طرفي الاتصال، كما يؤدي الى زيادة الخبرات الاجتماعية في التعامل مع الأفراد من خلال معرفة أنماطهم المختلفة، حيث إن لكل فرد طريقته في التعامل، كما يعمل التحدث على زيادة إدراكات الفرد وتنمية قدراته العقلية.

4 - فهم الآخرون لما أقول: حيث تساعد اتقان مهارة التحدث على أن يفهم الآخرون ما أقوله بوضوح، وتقليل مواطن سوء الفهم التي قد تحدث بسبب التحدث، سواء كان ذلك في الحياة المهنية أو الحياة العامة، وهنا تأتي أهمية مهارة الالتقاء والتحدث واستخدام المؤثرات الصوتية.

5 - فهم ما يقوله الآخرون: وذلك من خلال اتقان مهارة الاصغاء والتجاوب مع

المتحدث من خلا التركيز فيما يقال دون التطرق الى موضوعات أخرى أو سوء الفهم.

6 - زيادة الثقة بالنفس: حيث تزداد ثقة الفرد بنفسه عندما يجد من يستمع اليه باهتمام

ويناقشه في وجهات نظره، كما تزداد ثقة الفرد بنفسه عندما يشعر بأنه يقود دفة الحوار بين

الطرفين، مما يؤدي الى زيادة وتقوية علاقات الاتصال مع الاخرين والتعارف على عدد

أكثر من الأفراد.

### مراحل عملية التحدث :

عملية التحدث هي عملية عقلية بالدرجة الأولى، وهي عملية تمر بمراحل وخطوات معقدة

إلى أن تتم في صورة تبادل للكلمات والعبارات وما يلزمها من مهارات أخرى كالإنصات .

### ويمكن توضيح أهم مراحل عملية التحدث فيما يلي:

1 - مرحلة الاستثارة :وهي أولى مراحل عملية التحدث وأول خطواتها، حيث تبدأ

الاستثارة الفكرية للعقل بسبب توفر مثير قد يكون خارجي وهو الموقف التفاعلي، وقد يكون

داخلي وهو الشعور والإحساس، حيث يبدأ العقل في الاستجابة لهذا المثير ويقوم باستدعاء

الحروف والكلمات طبقا للمعاني الراسخة في العمق الفكري .وفي هذه المرحلة يتم استدعاء

أكبر عدد ممكن من الحروف والكلمات.

2 - مرحلة التفكير : وهي المرحلة الثانية للتحدث، حيث يبدأ العقل في الاختيار من الكم

الهائل للكلمات التي تم استدعاؤها في المرحلة السابقة وحذف بعض الكلمات والابقاء على

الكلمات المناسبة والجمل المعبرة عن الموقف المثير وذلك بناء على الإطار المرجع

لل كلمات ومعانيها المكتسبة لديه في المراحل النمائية الاولى من حياته، فيبدا في ربط الأحداث سويا واستخراج الكلمات المناسبة معها.

**3 - مرحلة الصياغة :** وهي المرحلة الثالثة من مراحل التحدث، وفيها يقوم العقل بعمليات أكثر صعوبة وهي اختيار ترتيب الحروف والكلمات لتخرج في صورة معبرة عن المعنى المناسب للموقف المثير، ويتم ايضا في هذه المرحلة اختصار وحذف لمجموعة أخرى من الكلمات بناء على التشابه والتكرار للأحداث. فاللغة أي لغة محكومة بعدد محدد من الحروف وهو عدد بسيط، لكن التفكير العقلي يجعل اللغة لا نهائية الكلمات، من خلال اعادة ترتيب الحروف والكلمات وإعادة صياغتها حسب الموقف، وهي من أصعب العمليات العقلية وتحتاج إلى تمرين وتدريب لسهولة استدعاء الحروف وتكوين الكلمات المناسبة، وهنا تبرز براعة الكتاب والأدباء.

**4 - مرحلة النطق :** وهي آخر مرحلة من مراحل عملية التحدث، وفيها يتم تجميع الحروف والكلمات التي قام العقل بإعادة ترتيبها وصياغتها على مستوى الفكر وترجمتها إلى أصوات ذات معنى ودلالة متعارف عليها من أصحاب اللغة، حيث إن لكل حرف مخرجه الطبيعي من الفم وصوته المميز، ويتم في هذه المرحلة زيادة عملية الحذف لبعض الكلمات واختصار أكثر منعا من حدوث التكرار الممل وبناء على المنطق العقلي في تكميل الصورة الناقصة للمعنى، وبذلك تتكون الصورة النهائية لعملية التحدث بنطق العبارات والكلمات بصياغة مناسبة للأفكار العقلية التي أثارها المواقف الاتصالية.

### **العمليات العقلية للتحدث :**

عندما يتحدث الانسان فإن العقل يقوم بترجمة ما به من الأفكار إلى كلمات وذلك في نطاق العقل الباطن وهو ما يسمى بالتركيب العميق للكلمات، ثم يقوم المتكلم باختصار هذا التركيب العميق إلى صورة عبارات تخرج عن طريق اللسان وهو ما يسمى بالتركيب السطحي للكلمات، وعند انتقال الكلمات من التركيب العميق إلى التركيب السطحي فإن العقل يقوم بعمل ثلاثة أشياء على مستوى اللاوعي هي:

1 - **الحذف** :حيث يقوم العقل بانتقاء بعض الكلمات المتوفرة في التركيب العميق وفي نفس الوقت يقوم بحذف كم هائل من المعلومات، فعندما يقول مثلا» :محمد مصاب في حادث» ، فالواقع أنه يقصد أن محمد خرج من بيته للذهاب إلى عمله واستقل سيارته التي هي لونها كذا ومن نوع كذا واتجه إلى مقر عمله الساعة كذا، وأثناء توقفه في إحدى إشارات المرور اصطدمت بسيارته سيارة أخرى كانت مسرعة سببت له حادث انتقل بعده إلى المستشفى وهو الآن مصاب هناك ويتلقى العلاج.فهذه

القصة كلها تم حذفها في التركيب العميق وخرجت إلى التركيب السطحي في صورة العبارة القصيرة سالفة الذكر ، والمستمع بدوره يستطيع فهم هذه القصة من خلال سياق الحديث، ويستقر عن بعض المعلومات التي لم تتضح له.

2 - **التشويه** :حيث يقدم نسخة مبسطة من المعلومات، مما يؤدي إلى تشوه المعنى لعدم تكامله بالنسبة للمستمع، فيقول مثلا: أعتقد أن الأمر واضح تماما بالنسبة لك ، والواقع أنه واضح بالنسبة للمتحدث ( المرسل ) وليس للمستقبل.

3 - **التعميم** :حيث يرى المتكلم أن التلغظ بكل الاستثناءات والشروط الممكنة أمر ممل، فيستخدم التعميم فيقول مثلا : كل الأطفال يلعبون بالكرة ، وذلك بدلا من القول إن محمد يلعب بالكرة، وأحمد يلعب بالكرة، وأسامة يلعب بالكرة، وهكذا يعدد معظم الأطفال الذين يلعبون بالكرة.

**شروط التحدث الجيد** : يشترط للإتصال الشفهي أو التحدث الجيد توفر الشروط التالية:

أ - رغبة طرفي الاتصال في التحدث وإقامة العلاقة الاتصالية ،وتفهم طبيعة المستقبل وظروفه ورغباته وميولة وعدم المقاطعة أثناء الاتصال واتقان مهارة الإنصات.

ب - استخدام الوقفات في الوقت المناسب و البعد عن الجدال واستخدام العبارات الجذابة لاستمالة المستقبل و وضوح ومناسبة الصوت واستخدام المؤثرات الصوتية.

ج - استخدام لغة الجسد المصاحبة مع الاتصال اللفظي واختيار الوقت المناسب .

د - قراءة انطباعات المستقبل، وتعديل الرسالة بناء عليها و تجنب استخدام عبارات الاتهام أو الإساءة والتقليل من استخدام العبارات التي تحمل معنى القطع والتأكيد.

### المهارات اللازمة للتحدث :

يتطلب الاتصال الشفهي أو التحدث العديد من المهارات اللازمة التي يجب توفرها في كل من المرسل والمستقبل، وذلك للوصول إلى أكبر قدر من استيعاب الرسالة الاتصالية وتحقيق هدف الاتصال، ومن أهم تلك المهارات ما يلي:

1 - **النطق الصحيح**: ويكون النطق الصحيح للحروف والكلمات سببا في فهم المعنى

المطلوب من الاتصال والتحدث، فللكل حرف من حروف اللغة مخرجه الطبيعي من الفم والأنف، وخروج الحرف من غير مخرجه الطبيعي يؤدي الى تغيير وتشويه المعنى للحرف والتالي فهم الكلمات على غير معناها.

2 - **ترتيب الكلمات**: حيث لكل لغة قواعدا في ترتيب كلماتها وتتوعا الى حروف وأفعال وأسماء، ولكل منهم قواعده في الاستخدام، ويكون الترتيب الصحيح سببا في فهم الرسالة الاتصالية فهما صحيحا، فلكل كلمة حروفها والتي تكون بترتيب معين فإذا تغير ترتيب الحروف تغيرت الكلمة وتغير المعنى المقصود. وهكذا فإن الترتيب الصحيح للكلمات له تأثيره على التحدث.

3 - **تسلسل للأفكار**: حيث يقبل العقل للأفكار المنطقية والتي تتمشى مع الترتيب

الطبيعي للأفكار الانسانية، فيقبل العقل أن الطفل يولد لا يستطيع المشي ويبدا بالحبو ثم الوقوف ثم المشي، ولا يقبل العقل أن الطفل يولد ماشيا ثم يحبو بعد مشيه، وعلى ذلك فإن الترتيب غير المنطقي للأفكار من شأنه الاخلال بالمعنى المقصود من الرسالة مما يجعل عملية التحدث غير ذات معنى.

الجدية: ويقصد بها أن يكون المتحدث جادا ومهتما في حديثه بعيدا عن الهزل، فالهزل من الأسباب التي تضعف العلاقة بين المتحدث والمستمع، وتجعل المستمع يشعر بهزلية الحديث، ويرغب في انهاء الاتصال.

4 - **مراعاة القواعد اللغوية:** لكل لغة قواعدها في التحدث والكتابة، ففي اللغة العربية لا تدخل حروف الجر على الأفعال بل تدخل على الأسماء فقط، كما أن الفعل يتبعه فاعل، أما في الإنجليزية فالفاعل يأتي قبل الفعل، فإذا كانت اللغة لا تراعي القواعد الخاصة بها فإن التحدث يفقد معناه ويصبح التواصل عملية صعبة وشاقة، ومن القواعد المهمة المكملة لكل لغة قواعد الإعراب والحركات التي تغير طريقة نطق الكلمة وإن كانت لها نفس المعنى، وذلك كرفع الفاعل ونصب المفعول وجر المضاف إليه وهكذا.

5 - **تنوع المفردات:** ويقصد به تنوع استخدام المفردات اللغوية من حيث الكلمات ومرادفاتها ومعانيها، حيث لكل كلمة عدد من المترادفات، ولكل مترادف استخدامه الأنسب في اللغة، فمثلاً قعد وجلس مترادفان في اللغة العربية، لكن لكل منهما استخداماته الأكثر مناسبة.

6 - **فن الإلقاء والخطابة:** وهو من المهارات المهمة لعملية التحدث، ويقصد بها التنوع الصوتي من حيث القوة والضعف واستخدام المؤثرات الصوتية وتنوع الأسلوب بين الحماسي والعاطفي، والقصة والمثال واللقاء، وغيرها من الأساليب المستخدمة في التحدث بما يناسب تنوع واختلاف المستمع.

7 - **إثارة الاهتمام:** ويقصد به استخدام المتحدث لأساليب من شأنها إثارة اهتمامات المستمع مثل السؤال والقصة والفكاهة والأمثال والحوار وغيرها من الأساليب التي تجعل المستمع أكثر تجاوباً مع المتحدث.

8 - **تفعيل لغة الجسد:** ويقصد بها تفعيل استخدام الإيماءات الإيجابية والإشارات الدالة على التفاعل وحركات الأيدي والذراعين، وكذلك القرب المكاني من المستمع والابتسامات ونظرات الأعين، حيث يعمل استخدام لغة الجسد بفعالية على زيادة مهارة التحدث عند الفرد المتحدث.

9 - **التجاوب مع المستمع:** وهو من المهارات المهمة في عملية التحدث، ويقصد بها الانتباه لانطباعات واستجابات المستمع وشواغله أثناء عملية التحدث، والاستجابة لها من

حيث مواصلة الحديث أو تنويعه أو تغيير الأسلوب أو التوقف عن الحديث نهائياً. ويجب على المتحدث الانتباه إلى الأمور التي تشغل المستمع سواء كانت أمور شخصية كصراخ ابنائه وحالته الصحية، أو اجتماعية كثقافة المجتمع وتقاليد، أو بيئية كالحرارة والضوء والمقاعد غير المريحة، ويضعها في الاعتبار أثناء الحديث.

### ثانياً : المؤثرات الصوتية :

يقصد بالمؤثرات الصوتية تنوع المرسل لطبقات الصوت أثناء عملية الاتصال، وتغيير درجة شدة الصوت، أو التشديد على بعض الحروف والكلمات أو تكرارها، وكذلك تغيير معدل سرعة الكلام والتوقف قبل أو بعد الكلمات المهمة، وغيرها من المؤثرات الصوتية التي تعطي للرسالة معاني متعددة، حيث يكون تأثيرها على عملية الاتصال بنسبة 38 %.

والصوت هو الوسيلة الحيوية لنقل الرسالة الاتصالية، وتؤثر المؤثرات الصوتية بدرجة كبيرة على مصداقية الرسالة خاصة عندما لا نستطيع رؤية المتحدث، كما في حالة التحدث عبر الهاتف، إذ يمكننا أن نقرأ الكثير من أمزجة الناس وحالاتهم النفسية من النغمة الصوتية على الهاتف خلال الثواني الأولى القليلة .

ويحتاج المرسل إلى مهارة فائقة وتدريب باستمرار لإتقان تلك المهارة واستخدامها بكفاءة، حيث يكون لتلك المؤثرات الصوتية الدور الأكبر في توضيح المعنى المقصود من الرسالة أكثر من كلمات الرسالة ذاتها.

### أشكال المؤثرات الصوتية :

ومن المؤثرات الصوتية الأكثر استخداماً في عملية التحدث ما يلي. :

أ - **التكلم ببطء** : ويقصد به أن يتكلم المتحدث بسرعة مناسبة للجمهور بحث يمكن للمستمع متابعة أفكاره وإستيعاب معناها دون أن يفقد بعض الجمل أو الكلمات. ويمكن

استخدام هذا المؤثر عند تناول الموضوعات المهمة أو الموضوعات التي تحمل معاني جديدة أو مصطلحات فنية أو علمية.

**ب - تغيير شدة الصوت:** ويقصد بها تغيير الصوت من حيث القوة، فيستخدم الصوت القوي الجهوري مع بعض الكلمات، ويستخدم الصوت الضعيف أو الهمس مع كلمات أخرى، ويستخدم التشديد على بعض الكلمات عند عرض كلمات مهمة داخل النسق.

**ج - تكرار الكلمات:** ويقصد به إعادة ذكر بعض الكلمات أو الجمل، وذلك لجذب الانتباه الى أهميتها، والتأكيد على الفكرة التي تحملها.

**د - التشديد على الكلمات المهمة :** وذلك بنطق الكلمات المهمة بطريقة أكثر وضوحاً من باقي الكلمات الأخرى، وذلك ادعى لجذب انتباه المستمع.

**هـ - تنوع نبرات الصوت:** ويقصد به تنوع الصوت من حيث حدة الصوت فينوع بين الصوت الغليظ والصوت الحاد، حيث تستطيع نبرات الصوت نقل العواطف والأحاسيس من خلال طبقات نبرات المختلفة، بينما تتحدث بنبرة صوتية واحدة طوال فترة الحديث فإنه يبعث على الملل من جانب المستمع، وعلى المتحدث أن يختار نبرة الصوت الملائمة للكلمات التي يتحدث بها.

**و - تغيير مستوى الصوت :** ويقصد به تغيير الصوت من حيث الدرجة كالارتفاع أو الانخفاض، إذ يجب أن ينوع المتحدث من درجة صوته فيستخدم مع بعض العبارات أو الكلمات الصوت المرتفع، ويخفض الصوت مع بعض الكلمات الأخرى، لأن الصوت الرتيب يساعد على تسرب الملل الى نفس المستمع.

**ز - تغيير سرعة الكلام:** ويقصد بها معدل نطق الحروف والكلمات بالنسبة للزمن، فبعض العبارات يمكن أن يذكرها بسرعة من حيث نطقها، بينما يبطن من سرعة ذكر الكلمات الأخرى كالمصطلحات الفنية أو الكلمات الجديدة، من أجل أن يعطي فرصة للمستمع في أن يفكر ويستوعب ما يقال، ويلفت نظره الى أهميتها.

ح - **التوقف اللحظي**: ويقصد به توقف المتحدث عن الحديث للحظة معينة للفت الانتباه الى الكلمات التي تقال قبل أو بعد هذا التوقف، وتوضيح أهميتها وقيمتها.

ط - **خفض الصوت**: وهي مهارة تستخدم عند الحديث عن بعض الأشياء المهمة جدا أو غير المهمة، حيث يؤدي خفض الصوت إلى زيادة الانتباه من المستمع للكلمات التي تقال.

ى - **اتجاه الصوت**: ويقصد به مستوى الطاقة الصوتية عند نهاية الكلمة أو بعد فترة من بداية الحديث، فعندما يكون مستوى الطاقة الصوتية لأعلى فإن الفرد يكون متحمسا للحديث، وعندما تكون الطاقة الصوتية متجهة لأسفل فإن الفرد يكون بدرجة كبيرة من الهدوء الذي يقترب من المودة والحميمية، أو الرغبة في انهاء الحديث.

ك - **الكلمات المستخدمة**: حيث استخدام الكلمات الجيدة الايجابية يعد من المهارات الأساسية لاستمرار عملية التحدث ككلمات الإطراء والثناء والشكر، بينما استخدام الكلمات السلبية كالأهانات والاستهزاء فمن شأنه أن يهدد استمرار عملية الاتصال.

### **طرق إتقان مهارة الاتصال الغير لفظي:**

لكي ينجح المرسل في عملية التحدث، ويكو تحدثه فعال، يجب عليه إتقان مهارة

التحدث، ويكون ذلك الإتقان بالتدريب على ما يلي:

1 - استخدام التنوع الصوتي والمؤثرات الصوتية، وعدم التطبع بنبرة صوتية واحدة و خفض حدة الصوت، والتكلم بدرجة صوتية مناسبة.

2 - الوقوف على مسافة مناسبة من المستمع و استخدام اللمس بالأيدي في الوقت المناسب.

3 - تجنب استخدام أصبع الإشارة في الحديث، لأنه يشعر المستمع بالاتهام وعدم التسرع في الحديث.

4 - جمع المعلومات المسبقة عن آراء المستقبلين في موضوع الاتصال و إعداد موضوع الاتصال إعدادا جيدا، وتحديد أهم العناصر التي سيتناولها ومراعاة تسلسل الأفكار أثناء الحديث.

5 - اختيار الألفاظ والعبارات المعبرة عن المعنى المقصود و عدم استخدام ألفاظ التعميم عند التحدث.

6 - تكرار كلمات الشكر والثناء، وتجنب كلمات الاتهام أو الإساءة و الاهتمام بعملية الاتصال ذاتها ومراعاة الصدق في الحديث وتجنب الأخطاء النحوية و نطق الحروف من مخارجها الصحيحة والبعد عن الهزل والدعابة المفتعلة.

### مميزات وعيوب التعبير الشفهي:

للتعبير الشفهي في عملية الاتصال العديد من المميزات، كما أنه لا يخلو من العيوب التي تؤثر على كفاءة عملية الاتصال ، ويمكن تحديد أهم مميزات وعيوب التعبير الشفهي فيما يلي:

### مميزات التعبير الشفهي:

- 1 - التغذية الراجعة الفورية والقدرة على استخدام كل الحواس في نفس الوقت.
- 2 - وضوح الهدف من الاتصال و تفسير الغامض من المصطلحات أو الكلمات.
- 3 - مناسبة الأسلوب لمستوى الجمهور المستقبل و التفاعل في العملية الاتصالية و استخدام الفكاهة والدعابة .
- 4 - السرية والأمانة في الأداء وسرعة إيصال الرسالة إلى المستقبل.
- 5 - استخدام لغة الجسد أثناء التواصل و استخدام المؤثرات الصوتية.

### عيوب التعبير الشفهي:

- 1 - تحديد الوقت فلا يمكن تغييره و لا يمكن اعادته مرة أخرى بنفس الكيفية التي تم بها.
- 2 - لا يمكن إلغاء الرسالة الاتصالية.
- 3 - المقاطعات المستمرة بين المرسل والمستقبل.
- 4 - المجادلات العقيمة.
- 5 - تغيير الهدف من الاتصال طبقا لأسلوب الحوار.

## الفصل الثالث

### عناصر الاتصال

إن النظر إلى الاتصال كعملية مشاركة، يعني أن الاتصال لا ينتهي بمجرد أن تصل الرسالة من المصدر (المرسل) إلى المتلقي (المستقبل)، كما يعني أن هناك العديد من العوامل الوسيطة بين الرسالة والمتلقي، بما يحدد تأثير الاتصال؛ من جهة أخرى فإن كلا من المرسل والمتلقي يتحدث عن موضوع معين أو موضوعات معينة فيما يعرف بالرسالة أو الرسائل، ويعكس هذا الحديث ليس فقط مدى معرفة كل منهما بالموضوع أو الرسالة، ولكن أيضاً يتأثر بما لديه من قيم ومعتقدات، وكذلك بانتماءاته الاجتماعية الثقافية، مما يثير لديه ردود فعل معينة تجاه ما يتلقاه من معلومات وآراء، ويحدد أيضاً مدى تأثيره بهذه المعلومات والآراء .

في هذا الإطار المركز تطورت النماذج التي تشرح وتفسر عملية الاتصال بعناصرها المختلفة، حيث ظهر في البداية النموذج الخطي أو المباشر الذي يرى أن تلك العناصر هي: المرسل والرسالة والمستقبل، ولكن الدراسات التي أجريت منذ الأربعينيات، من القرن الماضي، بينت مدى قصور ذلك النموذج، وحطمت النظرية القائلة بأن لوسائل الإعلام تأثيراً مباشراً على الجمهور .

لقد ظهرت العديد من النماذج والتي تطورت من الطبيعة الثنائية إلى الطبيعة الدائرية، والتي على ضوئها تتكون عملية الاتصال من عدة عناصر أساسية هي :

#### 1 - المرسل Sender :

ويطلق عليه المصدر أو القائم بالاتصال وهو منشيء الرسالة وهو الشخص أو الجهة

التي تقوم بإنتاج وإعداد رسالة محملة بالمعاني يتم وضعها في رموز تنقل عبر وسيلة ما إلى الجمهور المستهدف .

ففي عملية الاتصال الجماهيري - مثلاً - يكون المرسل هو مجموعة منتظمة من الأفراد تعمل على وضع المعاني المتفق عليها في رسالة يقوم بنقلها نيابة عنها شخص ما كالمذيع مثلاً .

وقد يكون مصدر الرسالة هو نفسه المرسل وقد لا يكون هو نفس الشخص ، وينبغي أن تتوفر في المرسل عدة مهارات حتى يكون قادراً على صياغة أفكاره في رموز تناسب المتلقى وتؤدي إلى تحقيق أهدافه .

وقد يكون المصدر فرداً أو مجموعة من الأفراد وقد يكون مؤسسة أو شركة، غير أن ما يجدر التنويه إليه هنا أن المصدر ليس بالضرورة هو القائم بالاتصال، فمندوب التلفزيون قد يحصل على خبر معين من موقع الأحداث، ثم يتولى المحرر صياغته وتحريره، ويقدمه قارئ النشرة إلى الجمهور، في هذه الحالة وجدنا بعض دراسات الاتصال يذهب إلى أن كل من المندوب والمحرر وقارئ النشرة بمثابة قائم بالاتصال، وأن اختلف الدور، بينما يذهب نوع آخر من الدراسات إلى أن القائم بالاتصال هو قارئ النشرة فقط، أي أنه بينما يوسع البعض مفهوم القائم بالاتصال ليشمل كل من يشارك في الرسالة بصورة أو بأخرى، فإن البعض الآخر يضيق المفهوم قاصراً إياه على من يقوم بالدور الواضح للمتلقى .

**و يقوم المرسل بعدة عمليات في آن واحد:**

- أ - تحديد المعنى الذي يريد إيصاله للآخر.
- ب - ترميز للمعنى المراد إرساله إلى الآخر على شكل كلمات وإشارات ورموز وأصوات وتعبيرات جسدية يتم اختيارها لمساعدة المرسل في التعبير بشكل فعال عن مبتغاه.
- ج - إرسال الرموز والإشارات للطرف الآخر.
- د - توقع استجابة الطرف الآخر عند وصول الرسالة إليه.

هـ - التفاعل المناسب مع استجابة الطرف الآخر (المستقبل) للرسالة. ونظراً لأن عملية الاتصال عملية مستمرة ودائرية فإن المرسل لا يبقى دوره منحصرًا في عملية الإرسال طوال فترة التواصل بل يتحول إلى مستقبل عندما يصبح الطرف الآخر مرسلًا، وهكذا تتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل طوال عملية التواصل.

## 2 - الرسالة: (MESSAGE)

وهي المعنى أو الفكرة أو المحتوى الذي ينقله المصدر إلى المستقبل، وتتضمن المعاني والأفكار والآراء التي تتعلق بموضوعات معينة، يتم التعبير عنها رمزيًا سواء باللغة المنطوقة أو غير المنطوقة.

وتتوقف فاعلية الاتصال على الفهم المشترك للموضوع واللغة التي يقدم بها، فالمصطلحات العلمية والمعادلات الرياضية المعقدة الخاصة بالكيمياء الحيوية مثلاً، تكون مفهومة بين أستاذ الكيمياء وطلابه، أما إذا تحدث نفس الأستاذ عن الموضوع مع طلاب الإعلام والاتصال لا يكون الأمر كذلك، فهناك فجوة أو عدم وجود مجال مشترك للفهم بين المرسل والمستقبل، والمنطق نفسه إذا كان الأستاذ يلقي محاضرة بلغة لا يفهمها أو لا يعرفها الحاضرون، أو إذا استخدم إيماءات وإشارات ذات دلالة مختلفة لهم .

وتتألف الرسالة من مجموعة من الرموز التي يتم اختيارها بصورة منتظمة لتكون قادرة على نقل المعنى .

والرسالة الإعلامية تتكون من عدة عناصر هي :

\*الرموز .

\*المحتوى ( المعاني - الأفكار - القيم ) .

\* المعالجة أو أسلوب عرض وتقديم الرسالة .

ونظرا لأهمية الرسالة في عملية الاتصال فإنه لابد من توافر بعض الاعتبارات المهمة عند

انشاء الرسالة:

- 1 - تحديد هدف الاتصال بدقة .
- 2 - معرفة المستقبل معرفة جيدة .
- 3 - اختيار الألفاظ والعبارات الواضحة .
- 4 - التركيز على الخبرات المشتركة .
- 5 - اختيار الوقت المناسب .

### 3 - الوسيلة (CHANNEL):

وتعرف بأنها الأداة أو القناة التي من خلالها أو بواسطتها يتم نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، وتختلف الوسيلة باختلاف مستوى الاتصال، فهي في الاتصال الجماهيري تكون الصحيفة أو المجلة أو الإذاعة أو التلفزيون، وفي الاتصال الجمعي مثل المحاضرة أو خطبة الجمعة أو المؤتمرات تكون الميكروفون، وفي بعض مواقف الاتصال الجمعي أيضا قد تكون الأداة مطبوعات أو شرائح أو أفلام فيديو، أما في الاتصال المباشر فإن الوسيلة لا تكون ميكانيكية (صناعية) وإنما تكون طبيعية، أي وجها لوجه .

وتعد الصحف والراديو والتلفزيون والكتاب والسينما من وسائل الاتصال الجماهيري وذلك لانتشارها الواسع والسريع بين جماهير المتلقين ، وقد أسفرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة عن ظهور وسائل اتصال جماهيرية جديدة بدأت تأخذ مكانها جنبا إلى جنب مع الوسائل التقليدية ومن أمثلتها الكمبيوتر وشبكة الإنترنت .

ولا يتم اختيار الوسيلة المناسبة في الاتصال الجماهيري بصورة عشوائية بل يتحكم في هذا الاختيار عدد من العوامل أهمها :

\* طبيعة الفكرة المطروحة :

\* معيار التغطية الجغرافية للوسيلة .

\* عدد القراء أو المستمعين أو المشاهدين الذين يمكنهم استقبال الرسالة .

\* خصائص الجماهير المستهدفة ( عاداتهم - أذواقهم - ثقافتهم ) .

\* تكلفة إعداد الرسالة أو المادة الإعلامية .

\* الخصائص الفنية والإنتاجية للوسيلة .

\* معدل تكرار الرسالة أو المادة الإعلامية ومعدل استمرارها .

#### 4 - المستقبل RECEIVER

وهو الجمهور الذي يتلقى الرسالة الاتصالية أو الإعلامية ويتفاعل معها ويتأثر بها، وهو الهدف المقصود في عملية الاتصال .

وهو هدف الرسالة وغايتها ، فالمستقبل هو الذى تصله الرسالة فيعمل على فك رموزها وتحويلها إلى معنى يقصد تفسيرها وفهمها ، وفى الاتصال الشخصى أو الجمعى يكون المستقبل شخصا واحدا أو مجموعة محدودة من الأشخاص يستقبلون الرسالة المباشرة ، أما فى الاتصال الجماهيري فإن المستقبلين للرسالة يكونون أعدادا كبيرة مختلفى الأعمار والثقافات والأمزجة والاستعدادات والقدرات لذلك فإن الوصول إلى هذا الجمهور الضخم والمتنوع يحتاج إلى توفر مهارات خاصة فى المرسل قبل أن يصيغ رسائله ، والمستقبل - فى الاتصال الجماهيري - لا يتلقى الرسائل - ويستجيب لها بشكل أتوماتيكي محدد ولكنه يقوم بالاختيار فهو يتعرض لوسائل الإعلام انتقائيا ، ويقوم بإدراك الرسائل انتقائيا

كما أنه يتذكر المعلومات التي تقدمها تلك الرسائل انتقائياً ثم أنه يستجيب لها بشكل انتقائي أيضاً .

ولا شك أن فهم الجمهور وخصائصه وظروفه يلعب دوراً مهماً في إدراك معنى الرسالة ودرجة تأثيرها في عقلية ذلك الجمهور، ولا يمكن أن نتوقع أن الجمهور يصدق وينصاع تلقائياً للرسالة الإعلامية، فهو قد يرفضها أو يستجيب لها، إذا كانت تتفق مع ميوله واتجاهاته ورغباته، وقد يتخذ بعض الجمهور موقف اللامبالاة من الرسالة ولا يتفاعل معها .

### 5 - رجع الصدى FEED BACK :

يتخذ رد الفعل اتجاهاً عكسياً في عملية الاتصال، وهو ينطلق من المستقبل إلى المرسل، وذلك للتعبير عن موقف المتلقي من الرسالة ومدى فهمه لها واستجابته أو رفضه لمعناها، وقد أصبح رد الفعل مهماً في تقييم عملية الاتصال، حيث يسعى الإعلاميون لمعرفة مدى وصول الرسالة للمتلقي ومدى فهمها واستيعابها .

ورجع الصدى هو الاستجابة التي يقوم بها المستقبل نتيجة استقباله للرسالة، وهو اتصال مرتد يعبر عن مدى فهم المستقبل للرسالة واستيعابه لها ومدى نجاح المرسل في تحقيق أهدافه .

ومن هنا تتبع أهمية هذا العنصر من عناصر عملية الاتصال ذلك أنه عامل مهم في تبادل المعاني بين المرسل والمستقبل فمن خلال رجع الصدى يستطيع المرسل أن يقيم مدى نجاح رسالته وبالتالي يعدل أو يغير من استراتيجيته في الاتصال مستقبلاً .

ويتوفر لعملية الاتصال الشخصي أو الجمعي ظهور رجع الصدى بشكل فوري وسريع وواضح من خلال حالة التفاعل المستمرة بين المرسل والمستقبل، أما في الاتصال الجماهيري فإن ردود أفعال الجماهير - في حالة وصولها - فإنها تصل متأخرة وبطيئة

وفى أحيان كثيرة تكون غير واضحة بحيث لا تقدم للمرسل ما يمكنه من خلالها تعديل رسائله وتلافى الأخطاء التي وقع فيها.

ويلجأ القائمون بالاتصال فى وسائل الإعلام المختلفة إلى ابتكار الأساليب المختلفة للتعرف على ردود أفعال الجمهور وذلك بإجراء الدراسات الميدانية من خلال بحوث استطلاعات الرأى وبارومتر الاستماع والمشاهدة كما يلجأ البعض إلى استخدام أساليب التغذية المتقدمة - front feedback - والذى يتمثل فى عرض أعمالهم مقدما على عينة مختارة من الجمهور ورصد ردود أفعالها قبل عرض العمل من خلال وسائل الإعلام.

## 6 - التأثير EFFECTIVE :

التأثير هو الهدف النهائي الذي يسعى إليه المرسل وهو النتيجة التي يتوخى تحقيقها القائم بالاتصال.

والتأثير مسألة نسبية ومتفاوتة بين شخص وآخر وجماعة وأخرى، وذلك بعد تلقي الرسالة الاتصالية وفهمها، وغالبا ما يكون تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية بطيئاً وليس فورياً، كما يعتقد البعض، وقد يكون تأثير بعض الرسائل مؤقتاً وليس دائماً، وتنبع صعوبة هذا العنصر من صعوبة قياس التأثير فى عمليات الاتصال بصورة فاعلة ودقيقة، فمن الصعب علينا أن نتصور حدوث تأثير مباشر وسريع لوسائل الإعلام المختلفة لمجرد تعرض الفرد لرسالة واحدة أو اثنتين فيها، وتتم عملية التأثير على خطوتين، الأولى هي تغيير التفكير، والخطوة الثانية هي تغيير السلوك .

## 7 - بيئة الاتصال Context :

وهي الوسط الذي تتم في محيطه عملية الاتصال بكل ظروفه وعناصره، وما به من مشوشات تعرقل عملية الاتصال .

وفى أحيان كثيرة تختلف استجاباتنا لمؤثر واحد باختلاف الموقف الذى نوجد فيه ، أو اختلاف الأشخاص المشاركين لنا فى هذا الموقف وتتمثل البيئة الاتصالية فى المكان والزمان والمشاركين لنا فى الموقف الاتصالي ، ويمكن لعمليات الاتصال أن تتجج بشكل أفضل كلما كان السياق الذى تتم فيه ذا جوانب مشتركة بين المرسل والمستقبل.

### وتشمل بيئة الاتصال ما يلي:

#### أ - البيئة المادية :

وتشمل الظروف المادية المحيطة بعناصر الاتصال مثل الحرارة والضوء والأثاث وتنظيمه والألوان والروائح والسيارات والتلفاز وغيرها.

#### ب - البيئة الثقافية :

وتشمل كل ما يتعلق بعموميات الثقافة وهي العناصر الثقافية والسلوكيات المتمثلة في العادات والتقاليد السائدة والمستقرة في المجتمع والتي يستطيع من خلالها الرائي تمييز الفرد عن الآخرين من حيث بيئته وجنسيته حيث يشترك فيها مع أفراد بلده، أو خصوصيات الثقافة التي يستطيع الرائي فيها تمييز أصحاب المهن المتشابهة أو العرقيات المتشابهة.

#### ج - البيئة الاجتماعية :

وتشمل نظم التعامل مع الأفراد والجماعات المختلفة ونسبة التعليم والامية والنسبة بين الجنسين والنسبة بين المراحل العمرية المختلفة لأفراد المجتمع.

#### د - البيئة الجغرافية :

وتتمثل في التضاريس والمناخ الذي يتميز به مكان الاتصال، فالبيئة الجبلية تختلف عن البيئة الساحلية، والبيئة الصحراوية تختلف عن البيئة الممطرة، والبيئة الحارة تختلف عن البيئة الباردة، والبيئة الريفية غير البيئة المدنية، فلكل منها صفاتها وظروفها الخاصة التي تؤثر في عملية الاتصال.

#### هـ - البيئة الداخلية :

وهي الحالة النفسية التي يتواجد فيها الفرد أثناء عملية الاتصال كالانفعال والهدوء والإجهاد والراحة.

## 8 - التشويش Noise:

وهو كل العوامل التي قد تؤثر على المغزى أو المعنى وراء الرسالة التي يريد المرسل إيصالها للمستقبل، وتنقسم عوامل التشويش إلى نوعين:

### أ - عوامل خارجية

مثل أصوات السيارات والتلفاز، الروائح الكريهة، درجة حرارة الجو، وتشمل العوامل الخارجية كل ما يلفت النظر في المرسل والذي قد يؤثر على طريقة استقبال الرسالة وفهمها لدى المستقبل مثل تعثر الكلام، الحديث السريع، المظهر الأنيق والشكل الخارجي.

### ب - عوامل داخلية :

وهذه تشمل جميع الأفكار التي تدور في رأس المرسل والتي قد تسبب في تشويش الرسالة وتغيير المعنى الذي يفهمه المستقبل من ورائها. وفي بعض الأحيان قد تؤثر نبرة صوت المتحدث على نفسية المستقبل بطريقة قد تغير المعنى المراد من الرسالة.

### والتشويش نوعان :

### أ - التشويش الأتوماتيكي :

ويتعلق بالقناة أو الوسيلة التي يتم نقل الرسالة من خلالها ، وهو ناتج عن استخدام الأجهزة في نقل الرسائل ، ففي الصحف قد ينشأ التشويش نتيجة عدم ظهور حروف الطباعة أو زيادة كميات الحبر في بعض الصفحات مما يؤدي إلى عدم ظهور بعض الكلمات وفي الراديو أو التلفزيون قد يحدث التشويش نتيجة التداخلات الصوتية في عمليات المونتاج تؤدي إلى عدم وضوح الصوت أو أخطاء التصوير أو عيوب في عمليات المونتاج تؤدي إلى عدم وضوح المادة التلفزيونية أو تؤثر في إمكانية فهم المستقبل لها .

## ب - التشويش الدالى :

- وينتج عن عدم قدرة المستقبل على تفسير الرسالة تفسيراً صحيحاً ، بحيث يفهمها بطريقة خاطئة ، ومن أهم الحالات التى يمكن أن تحدث تشويشاً دلاليًا :
- \* استخدام المرسل لبعض الرموز أو المفردات التى لا يستطيع المستقبل فهمها بسهولة أو يفهمها بطريقة خاطئة .
  - \* احتواء الرسالة على موضوعات وأفكار فوق مستوى فهم المستقبل .
  - \* عدم وضوح هدف المرسل بشكل كاف .
  - \* دخول عوامل تشتت انتباه المستقبل وتقلل تركيزه أثناء التلقى مما يؤثر فى فهمه للرسالة فالمبالغة فى ماكياج المذيعة أو الإكسسوارات التى تستخدمها قد يشتت انتباه المشاهد ما يؤثر سلباً على فهم الرسالة !!

## الفصل الرابع

### خصائص الاتصال

#### أولاً : الاتصال تفاعلي وآني :

الاتصال نشاط قائم على التفاعل بين طرفين أو أكثر، يقوم أحدهما بإرسال الرسالة الاتصالية ويقوم الآخر باستقبالها، فيتحول المستقبل نفس الوقت إلى مرسل ليرسل رسالة اتصالية أخرى، وبذلك فإن التفاعلية في الاتصال تعني صعوبة التمييز بين المرسل والمستقبل في العملية الاتصالية، حيث لا يوجد مرسل دائماً ومستقبل دائماً، بل تتبادل الأدوار.

وما بين الإرسال والاستقبال توجد التغذية الراجعة التي تعزز عملية الاتصال وتدعم استمرارها، ويتم ذلك في الوقت نفسه إذ لا يمكن أن يتواصل شخص بآخر في نفس المكان، ثم ينتظر فترة من الزمن قبل أن يقوم بالرد وإرسال الاستجابة إليه. ففي العادة نقوم بإرسال رسائل إلى الآخرين قبل أن يكتمل إرسالهم إلينا وهو ما يؤكد آنية التواصل.

#### ثانياً : الاتصال غير قابل للتراجع :

نظراً لأن معظم تواصلنا مع الآخرين يعتمد على الكلمات سواء الشفهية أو المكتوبة، وهي لا يمكن إعادتها بعد خروجها، فإن الاتصال أيضاً لا يمكن الرجوع فيه بعد حدوثه، فلا يستطيع الفرد إلغاء ما أحدثه الاتصال في الآخرين من آثار إيجابية أو سلبية، بل إن كل

ما يمكن فعله في هذه الحالة هو التوضيح أو التفسير أو التبرير أو التأسف أو الاعتذار لإصلاح ما أفسده الاتصال أو التقليل من آثاره، ولكن يبقى الاتصال قائماً ومؤثراً في النفس قولاً وفعلاً.

ونفس الشيء يمكن أن يقال على الرسائل الرمزية والإيماءات أو الحركات والإشارات الجسدية التي تصدر من الفرد أثناء التواصل، إذ لا يمكن الرجوع عنها بعد صدورها. غير أن هناك حالات استثنائية للاتصال يمكن الرجوع فيها، ولكن بشرط قبل أن تصل الرسالة إلى المستقبل، وهي حينما يكتب أحد طرفي الاتصال رسالة اتصالية للطرف الآخر ولم يتم إرسالها بعد، ثم يتذكر أن بها بعض الأخطاء أو السلبيات فيعدل عن إرسالها ويقوم بتمزيقها، ففي هذه الحالة لم تصل الرسالة إلى الطرف الآخر، ويكون صاحبها قد تراجع في رسالته بعدم إرسالها، فتعتبر وكأنها لم تكن. أما إذا وصلت إلى المستقبل فإنها في هذه الحالة تأخذ صفة الرسالة الشفوية من حيث لا يمكن الرجوع فيها. الأمر الذي يتطلب التفسير والتصحيح أو الاعتذار.

### ثالثاً : الاتصال متشابك ومتداخل :

حيث ينبع الاتصال من تداخل عوامل شخصية واجتماعية وثقافية وبيئية لكل من المرسل والمستقبل، وذلك في ظل بيئة مشتركة بين طرفي الاتصال، فلا يمكن فصل أي من العوامل عن بقية العوامل

الأخرى أثناء عملية الاتصال، فالعوامل الشخصية لكل من طرفي الاتصال تكونت في بيئة اجتماعية وثقافية معينة أثرت على التكوين الشخصي للفرد، كما أن العوامل البيئية التي يعيش فيها الفرد تؤثر أيضاً على السمات الشخصية للفرد وكيفية تواصله مع الآخرين. وتتشابك كل هذه العوامل وتتداخل معاً أثناء عملية التواصل، ليصبح كل فرد له خصائصه وسماته التي تميزه عن غيره في عملية التواصل. كما تتشابك وتتداخل الكلمات والمعاني والأفكار والاتجاهات والمشاعر والظروف الشخصية للفرد أثناء عملية الاتصال، لتخرج العبارات متناسبة مع المواقف والمشاعر والأحاسيس التي يمر بها أثناء عملية التواصل، فلا يمكن أن نطلب من أحد المنشدين أن يقوم بالإنشاد في أحد الأفراح وهو (أي المنشد) قد فقد عزيزاً لديه في حادث أليم على التو، إذ تخرج الكلمات والعبارات منه في هذه الحالة متأثرة بالحالة النفسية التي يمر بها وهي حالة الحزن، ولا تكون مبهجة للحضور.

#### رابعاً : الاتصال متعمد وغير متعمد :

يكون الاتصال بشكل قصدي متعمد من طرفي الاتصال أو أحدهما، وقد يكون بشكل غير متعمد من طرفي الاتصال أو من أحدهما .

ويمكن تقسيم الاتصال بناء على عملية القصد لدى أطراف الاتصال إلى الأنواع التالية:

- 1 - أن يقوم المرسل بإرسال رسالة إلى الطرف الآخر بشكل مقصود حيث يتم استقبالها بشكل إيجابي يجعلها عملية اتصال ناجحة ومؤثرة.

2 - أن يقوم المرسل بإرسال رسالة بطريقة غير مقصودة ولكن المستقبل يقوم باستقبالها عن قصد، كأن يتنصت شخص على مكالمة أحدهم دون إذن منه.

3 - أن يقوم المرسل بإصدار رسالة عن قصد منه دون أن ينتبه إليها الطرف الآخر للاتصال فلا يستجيب إليها.

4 - أن يتم إصدار الرسائل واستقبالها بين طرفي الاتصال من دون قصد أو تعمد من الأطراف المختلفة لعملية الاتصال، فعلى سبيل المثال قد تمنح ملابسنا ومظهرنا العام انطباعاً ويصدر رسالة قد لا نرغب في إرسالها إلى الآخرين.

### خامساً : الاتصال ديناميكي وليس استاتيكيًا :

يتميز الاتصال بأنه عملية نشطة ومتغيرة وتدور بين طرفي عملية الاتصال، وأنه عملية تفاعلية حيث يتم تبادل الأدوار بين كل من المرسل والمستقبل في نفس الوقت فيصبح المرسل مستقبلاً ويصبح المستقبل مرسلًا وهكذا، فإن العلاقة التواصلية بين طرفي الاتصال في تغير مستمر وحركة دائمة تدور بين المرسل والمستقبل، كما تعني الديناميكية في عملية الاتصال أن كل من طرفي الاتصال يبني أفكاره وآرائه على أفكار وآراء وردود أفعال الطرف الآخر، وهكذا يتم التعديل أو الحذف أو الإضافة أو التصحيح أو التكامل لكل من طرفي الاتصال فكل منهما يستفيد من الآخر ويفيده.

### سادساً : الاتصال حتمي وضروري :

حيث يحتاج الانسان إلى التواصل مع الآخرين ولا يمكن له تجنب التواصل أو العيش بدون تواصل مع الآخرين، سواء كان ذلك بعهد منه وقصد أو بدون قصد، وسواء كان اتصاله صحيحاً أم خاطئاً.

فالتواصل ضرورة حياتية لقضاء حوائج الانسان وتحقيق مطالبه الشخصية والاجتماعية، فالإنسان بطبعه اجتماعي يعيش مع الآخرين ويتفاعل معهم، إذ لم يثبت على ممر التاريخ الانسان المعروف أو المسجل أن الانسان عاش بمفرده أو بمعزل عن الآخرين وبعبدا عن الحياة الاجتماعية، سواء كانت تلك الحياة الاجتماعية حياة بشرية أم غير بشرية، فالإنسان يعيش في البيئة يتفاعل معها ويتواصل مع عناصرها المختلفة الانسانية والحيوانية والنباتية بل والجمادية أيضاً. كما أن الانسان يحتاج الى التواصل في جميع مراحل العمرية منذ الميلاد وحتى الوفاة.

### سابعاً : الاتصال مستمر ودائم :

يتضمن الاتصال مجموعة من الأنشطة المتبادلة بين طرفي الاتصال، والتي ليس لها بداية محددة ولا نهاية محددة، فهذه الأنشطة مستمرة مع بقاء الانسان في الحياة. كما أن الاتصال عملية مستمرة لا يمكن ايقافها عند درجة معين لدراستها والتعرف عليها، كما لا يمكن قولبة الاتصال على صورة واحدة، فهو يعتمد على المشاعر والرغبات والمهارات الخاصة وهي متغيرة بين الافراد بتغير الزمان والمكان.

ويشمل الاتصال على مجموعة لانتهائية من الأفكار والآراء والأفعال المستمرة والتي لا يمكن تحديد بدايتها أو نهايتها بدقة، وتلازم عملية الاتصال الانسان في جميع ظروفه وأوقاته ومراحله العمرية، فلا يمكن تخيل أي انسان يعيش بلا تواصل مع الآخرين أو يقف تواصله مع الآخرين عند فترة عمرية معينة. وحيث إن الانسان متغير دائما ولا يقف عند حد معين، فإن عملية الاتصال هي أيضا دائمة التغير وفقا للظروف والوسائل المستخدمة في الاتصال، وهذا التغير من أقوى عوامل استمرا عملية الاتصال، حيث يتواصل الانسان لتبادل المعارف الجديدة والتزود بالمتغيرات الحادثة في البيئة، ولعل من أهم صور ذلك التغير في عملية الاتصال تبادل الأدوار بين كل من المرسل والمستقبل، الأمر الذي يعزز من استمرار عملية التواصل الاتصال عملية متكاملة: حيث تتكامل عناصر عملية الاتصال لكي يحدث الاتصال بالشكل الصحيح، فليس هناك خط فاصل يحدد الحدود بين أجزاء عملية الاتصال، كما أنه لا يمكن أن يتم الاتصال بأحد عناصر الاتصال فقط دون بقية العناصر الأخرى. إن الفصل بين عناصر الاتصال بفواصل أو حدود معينة هو فصل تعسفي يؤدي الى تشويه معنى الاتصال، ويخرج عملية الاتصال عن معناها المقصود منها ويفقدها طبيعتها الدائرية التي هي أساس بقاء واستمرار عملية الاتصال، فالالاتصال الفعال هو الذي تتكامل فيه العلاقة بين المرسل والمستقبل والوسيلة والبيئة الاتصالية والأهداف والتغذية الراجعة.

### ثامناً : الاتصال عملية رمزية :

حيث يقوم الاتصال أساساً على إخراج الأفكار والآراء والمعلومات من ذهن المرسل في صورة رموز بطريقة سهلة ومفهومة للمستقبل بحيث تصل إلى المستقبل بنفس المعنى الذي في ذهن وعقل المرسل، وهذه الرموز تأخذ شكل الكلمات أو العبارات أو الخطوط والأشكال التي لا معنى لها إذا كانت منفصلة عن بعضها، وتعتمد عملية الترميز على المرسل بدرجة كبيرة فهو الذي يضيف المعاني على الرموز من خلال ترتيبها بطرق مختلفة تحمل معاني معينة وذلك في سياق اجتماعي معين، وهو ما يعبر عنه بمهارة استخدام اللغة.

وعند قيام الفرد بعملية الترميز للأفكار التي في ذهنه واستخدام اللغة المعبرة عن أفكاره وخروجها إلى الطرف الآخر، فإنه يمر بالمراحل التالية:

**1 - مرحلة الحذف :** وفيها يقوم الفرد بانتقاء بعض الكلمات المتوفرة في ذهنه وحذف أو

اختصار مقدار كبير من المعلومات، إذ لا يستطيع الفرد - أي فرد - إخراج ذلك الكم الهائل من المعلومات التي في ذهنه في نفس الوقت، وهنا يأتي دور الطرف الآخر (المستقبل)

في الاستفسار والاستيضاح، فيقوم المرسل من جديد بإخراج بعض المعلومات الأخرى

المكتملة لما تم إخراجه في المرة الأولى، وهكذا يتم الحذف والإخراج من جديد وباستمرار

من خلال عملية التواصل إلى أن تتضح الأفكار وتتكمل الصورة الذهنية لدى المستقبل.

**2 - مرحلة التشويه :** وفيها يتم تقديم معلومات مبسطة عن الصورة الذهنية التي في ذهن

المرسل، فتصل تلك الصورة إلى ذهن المستقبل بطريقة غير مكتملة مما يؤدي إلى تشويه

الفكرة لديه، وهنا يقوم المستقبل بالاستفسار من جديد لاستكمال الصورة وتصحيح التشويه الذي انتقل اليه من المرسل.

3 - **مرحلة التعميم** : وفيها يقوم الفرد باستخدام كلمات تحمل معنى التعميم، إذ لا يستطيع المتكلم أن يتلفظ بكل الشروط والاستثناءات الممكنة لأن ذلك التلفظ يؤدي إلى الملل، فيستخدم عبارات التعميم فيقول مثلا: كل الأطفال يحبون الحلوى، وذلك بدلا من أن يعدد أسماء جميع الأطفال ويذكر كل واحد منهم باسمه أنه يحب الحلوى. وهنا على المستقبل أن يستوثق من درجة التعميم إذ إن لكل قاعدة شواذ.

### **تاسعا: الاتصال متكامل :**

حيث تتكامل عناصر عملية الاتصال لكي يحدث الاتصال بالشكل الصحيح، فليس هناك خط فاصل يحدد الحدود بين أجزاء عملية الاتصال، كما أنه لا يمكن أن يتم الاتصال بأحد عناصر الاتصال فقط دون بقية العناصر الأخرى. إن الفصل بين عناصر الاتصال بفواصل أو حدود معينة هو فصل تعسفي يؤدي إلى تشويه معنى الاتصال، ويخرج عملية الاتصال عن معناها المقصود منها ويفقدها طبيعتها الدائرية التي هي أساس بقاء واستمرار عملية الاتصال، فالإتصال الفعال هو الذي تتكامل فيه العلاقة بين المرسل والمستقبل والوسيلة والبيئة الاتصالية والأهداف والتغذية الراجعة.

## الفصل الخامس

### وظائف وسائل الاتصال الجماهيري

أصبح دور وسائل الإعلام الجماهيرية في المجتمع مهم وخطير جداً، إلى درجة خصصت جميع الحكومات أقساماً ودوائر ووزارات إعلام تتولى تحقيق أهداف داخلية وخارجية عن طريق تلك الوسائل، ومن تلك الأهداف الداخلية رفع مستوى الجماهير ثقافياً، وتطوير أوضاعها الاجتماعية والاقتصادية .

أما خارجياً فمن أهداف دوائر الإعلام تعريف العالم بحضارة الشعوب ووجهات نظر الحكومات في المسائل الدولية .

ولم يقتصر اهتمام الحكومات بوسائل الإعلام، بل أن مؤسسات اجتماعية وسياسية واقتصادية اهتمت بها، ووجدت أن تلك الوسائل تخدمها وتخدم أهدافها وتساعد في ازدهارها .

وليس أدل على أهمية الإعلام ووسائله مما أصبح معروفاً في العالم، من أن الدولة ذات الإعلام القوي تعتبر قوية وقادرة، فلقد أصبح الإعلام عاملاً رئيسياً في نفوذ بعض الدول، وبخاصة تلك التي وجدت فيه إحدى دعوماتها الرئيسية، وقدمته على باقي دعائم الدولة .

وسبب كل ذلك هو أن وسائل الإعلام مؤثرة في الجماهير وفاعلة سلباً أو إيجاباً؛ فما هي وظائف تلك الوسائل؟ .

## للإتصال عدة وظائف رئيسية هي :

### 1 - الأخبار :

تعني قيام وسائل الإعلام الجماهيرية بنقل الأحداث والقضايا المهمة، ومتابعة تطوراتها وانعكاساتها على المجتمع، وذلك لتلبية حاجة الإنسان الطبيعية لمعرفة البيئة المحيطة به، ومعرفة الحوادث الجارية من حوله، ويكاد المضمون الإخباري يشكل النسبة الرئيسية السائدة اليوم في وسائل الإعلام التي يفترض أن تقوم بتغطية تلك الأحداث بحيادية ودقة ومصداقية، لكي تحظى باحترام الجمهور .

وتعد الوظيفة الأولى والرئيسية التي أنشئت من أجلها الصحف وقامت بأدائها وتعد وظيفة الإعلام أو الإخبار ترجمة لوظيفة مراقبة البيئة التي قال بها لاسويل ذلك ان الإنسان - بطبيعته - مخلوق اتصالي تغلب عليه صفة الاستطلاع فهو لا يتوقف - طوال حياته - عن متابعة البيئة المحيطة به والتعرف على أخبارها درءاً للأخطار المحتملة وتأميناً لنفسه.

### وتحتوى هذه الوظيفة علي العناصر التالية :

\* تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات الدقيقة عن الأحداث والوقائع التي تحيط بهم وتؤثر عليهم.

\* توجيه الانتباه إلي العلاقات الموضحة للقوة والنفوذ في المجتمع .

\* مساعدة الأفراد على تكوين رأى عام صائل عن الأحداث والوقائع .

\* الإسهام في تشجيع الإبداع وتحقيق التكيف والتقدم الاجتماعي .

### 2 - التوجيه :

من المتعارف عليه أن المدرسة تتولى مهمة التوجيه، بعد العائلة، باعتبار أن الطالب

يقضي قسماً مهماً من حياته فيها؛ لكن المجتمع بجميع مؤسساته الأسرية والعائلية والاجتماعية والدينية والاقتصادية له دور كبير في مجال التوجيه، وتكوين المواقف والاتجاهات الخاصة بكل فرد .

من هنا تتلاقى تلك المؤسسات مع المدرسة في مهمة التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات، خاصة وأن المجتمع ليس كله طلاباً، ولا يتاح عادة لكل أفراد المجتمع دخول المدارس أو الاستمرار في الدرس والتحصيل .

وإذا كانت المدرسة تقوم بمهمتها تلك عن طريق الهيئة التعليمية والكتاب، فإن توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر وغير مباشر على السواء عن طريق وسائل الإعلام المنتشرة عادة، فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة ومحتوى، ازداد تأثيرها، فلا يعقل مثلاً أن تخاطب الذين لا يجيدون اللغة العربية باللغة الفصحى، ولا الذين ليس لديهم مستوى ثقافي معين بالمنطق وعلم الكلام والحجج الفكرية والفلسفية .

### 3 - التثقيف :

التثقيف العام هدفه زيادة ثقافة الفرد بواسطة وسائل الإعلام، وليس بالطرق والوسائل الأكاديمية التعليمية، والتثقيف العام يحدث في الإطار الاجتماعي للفرد سواء كان ذلك بشكل عفوي وعارض أم بشكل مخطط ومبرمج ومقصود .

والتثقيف العفوي هو مواجهة دائمة من جانب وسائل الإعلام للفرد، هذه المواجهة تقدم له . بدون أن يكون هو المقصود بالذات . معلومات وأفكار وصور وآراء، وهذا يحدث عندما يتجول الطالب في ساحة ملعب جامعتة فيفاجأ بجريدة حائط أو بتلفزيون نادي الجامعة أو باللافتات المرفوعة في أماكن من الجامعة، وكلها تحمل عبارات تلفت نظره، فيندفع في قراءتها أو متابعتها فتعلق بعض الكلمات في ذهنه ويأخذ ببعض الآراء .

أما التثقيف المخطط فهو حصيلة وظيفتي التوجيه والتبشير؛ لكن هناك بعض الحالات

## الفصل السادس

# أهداف الاتصال

الأهداف التي يضعها الانسان لنفسه ترتبط باحتياجاته التي يريد اشباعها ليتحقق له التوازن والاستقرار الداخلي والخارجي، إذ يمكن تنتج الحاجات من وجود أهداف لدى الانسان يريد تحقيقها والوصول اليها، كما أن اشباع الحاجات يمكن أن يولد لدى الفرد أهدافا جديدة يسعى لتحقيقها من خلال اشباع حاجات معينة، فالعلاقة بين الأهداف والحاجات متداخلة، ويؤثر كل منهما في الآخر.

وكما أن الأفراد مختلفون في احتياجاتهم، فإنهم أيضا يختلفون في أهدافهم بصفة عامة، وأهدافهم الاتصالية بصفة خاصة، إذ يسعى الأفراد من خلال علاقاتهم الاتصالية الى اشباع حاجات مختلفة ومتنوعة، والتي تتغير مع تغير مراحلهم العمرية وتنوع اهتماماتهم، وعلى ذلك فإنه من غير الممكن حصر أهداف الاتصال تماما مثل ما يصعب حصر احتياجات البشر .

غير أن تعدد وتنوع الأهداف أو الاحتياجات لا يمنع من تصنيفها في مجالات محددة بغرض الدراسة.

وانطلاقا من تصنيف الحاجات إلى مجموعات، فإنه يمكن تحديد الأهداف الاتصالية التي تلبى تلك الحاجات، حيث تنطلق أهداف الاتصال من مجموعة الحاجات الشخصية للإنسان، حيث يسعى الانسان الى التواصل مع الآخرين من أجل تلبية تلك المجموعة من الاحتياجات الشخصية، ومن هنا فإن أهداف الاتصال تكون تابعة للحاجات الانسانية ونابعة منها .

ويمكن تحديد أهداف الاتصال في المجالات المختلفة كما يلي:

تقع في دائرة التثقيف المخطط كالبرامج الزراعية التي هي عبارة عن حلقات إرشاد للمزارعين يدعون إليها أو تبث إليهم عبر الإذاعة أو التلفزيون .

#### 4 - تنمية العلاقات الاجتماعية :

ويعرف الاتصال الاجتماعي عادة بالاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم مع بعض، هذا الاحتكاك هو نوع من التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية وتتميتها .

فعندما تقدم الصحف كل يوم أخبارا اجتماعية عن الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات الاجتماعية والثقافية فأنها تكون صلة وصل يومية تنقل أخبار الأفراح من مواليد وزيجات، وأخبار الأحزان من وفيات وفشل وخسارة، وليست صفحة الولادات والوفيات والشكر بصفحة عابرة وغير مهمة في الصحف، بل أنها وسيلة للاتصال الاجتماعي اليومي بين جميع فئات الجماهير .

وهناك أمر ثان هو قيام وسائل الإعلام كلها تقريبا بتعريف الناس ببعض الأشخاص البارزين أو الذين هم في طريق الشهرة سواء في مجال السياسة أو الفن أو المجتمع أو الأدب .

#### 5 - الترفيه والتسلية :

تساعد وسائل الإعلام الأفراد على الهروب من عناء العمل ومشكلات الحياة اليومية بما تقدمه لهم من مواد ترفيهية تسعى لتحقيق مزيد من الاسترخاء والراحة النفسية واحتواء حالات التوتر الاجتماعي. فالأبواب المسلية في الصحف أو البرامج الكوميدية في التلفزيون. ضرورة لراحة الجمهور ولجذبه إليها.

ونلاحظ انه نظرا لجماهيرية المواد الترفيهية وتهافت الناس عليها أن بعض وسائل الإعلام تزيد من جرعة تلك المواد ما يدفعنا للقول انه على وسائل الإعلام ولا سيما في

الدول النامية أن تجعل من الترفيه والتسلية مجرد أداة لتحقيق أهداف أفضل وليس غاية في حد ذاتها .

فمن طريق الترفيه يمكن الدعوة إلى بعض المواقف ودعم بعض الاتجاهات أو تحويلها وحتى تغييرها، وهذا يتطلب بالطبع أساليب مناسبة من جانب وسائل الإعلام .

## 6 - الدعاية والإعلان :

تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهتم المواطنين، كما تقوم بدور مهم في حقول العمل والتجارة عندما تتولى الإعلان عن وجود وظائف شاغرة أو وجود موظفين مستعدين للعمل، أو عندما تتولى الإعلان عن إجراء مناقصة أو وضع التزام موضع التنفيذ... الخ .

ولهذا استطاعت وسائل الإعلام على تنوعها من صحافة وتلفزيون وإذاعة وسينما، أمام تعقيد الحياة وتعدد ما فيها من اختراعات وصناعات واكتشافات أن تقوم بمهمة التعريف بما هو جديد وتقديمه إلى الجمهور وعرض فوائده وأسعاره وحسناته بشكل عام .

هذه هي الوظائف الاجتماعية لوسائل الإعلام، وهي وأن جرى حصرها في ست وظائف، لكن تبقى هناك مهمات تفصيلية أيضا لوسائل الإعلام تندرج تحت هذه الوظائف، فوسائل الإعلام في الواقع أصبحت تقوم مقام المعلم والمربي، وحتى الأب والأم في حالات كثيرة، فالبرامج التربوية والمدرسية وبرامج الأطفال وبرامج الطلاب وغيرها من برامج تبثها وسائل الإعلام، إنما تلتقي بوظيفة التثقيف، لكنها تتعدى تلك الوظيفة إلى ما هو أعمق وأعم وأشمل، إلى درجة يمكن القول معها أن الفرد يولد وينمو قليلا حتى تتولاه وسائل الإعلام وترعاه وتقدم إليه ما يلزم من تثقيف وتوجيه وترفيه وإعلان وغير ذلك، وأحيانا تقدم إليه ما يسيء إلى نمو شخصيته وآرائه، فتتحرف بها أو تشوهها .

## 7 - التماسك الاجتماعي :

تلعب وسائل الإعلام دورا هاما فى ربط أجزاء المجتمع ولم شمله من خلال الضبط الاجتماعي للقيم والمعايير التي تحكمه وتحقيق الإجماع حول القضايا والمشكلات والمواقف التي تواجهه وتشمل هذه الوظيفة العناصر التالية :

\* تقديم التحليل والشرح والتفسير للأحداث والوقائع والمعلومات بما يحقق فهما اكبر لها من جانب الجماهير.

\* دعم وتعزيز القيم الاجتماعية السائدة فى المجتمع وتحقيق مزيد من الدعم للسلطة القائمة.

\* القيام بعملية التنشئة الاجتماعية للأفراد.

\* معاونة المؤسسات الاجتماعية الأخرى والتنسيق معها فى القيام بعملها.

\* الإسهام فى تحقيق الإجماع فى الآراء حول أهم القضايا المطروحة

\* إرساء الأولويات الاجتماعية وإضفاء القيمة والاحترام على الأفراد والمؤسسات والجماعات دون السخرية والتقليل من شأن أى فئة أو وظيفة أو قيمة .

## 8- المحافظة على التراث ونقله للأجيال الجديدة :

تلعب وسائل الإعلام دورا هاما وخطيرا فى ربط الجماهير بتاريخها وتراثها وحضارتها

القديمة وذلك من خلال ما تعرضه من هذا التاريخ والتراث فينشأ نوع من الولاء له

والاعتزاز به فوسائل الإعلام هي ذاكرة الأمة ومن خلال هذا الدور تقوم وسائل الإعلام

بإتاحة الفرصة للتعبير عن الثقافات السائدة فى المجتمع والحفاظ على الهوية الثقافية

للسعوب ودعم القيم الثقافية السائدة وتنميتها بما يحقق التواصل الحضارى والثقافى للأجيال المختلفة.

### 9- التعليم :

فى إطار التكامل فى دور المؤسسات الاجتماعية المختلفة تقوم وسائل الإعلام بدور مساند للمؤسسات التعليمية وذلك من خلال تقديم خدمات تعليمية دائمة أو موسمية ترتبط بمناهج التعليم المدرسى والجامعى وقد تزايد هذا الدور فى الآونة الأخيرة حين أنشئت العديد من القنوات الإذاعية والتلفزيونية المتخصصة فى تقديم الخدمات التعليمية وتلعب وسائل الإعلام دورا هاما كأدوات لنشر الثقافة بمختلف أشكالها للجمهور العام بل تضفى على الثقافة مذاقا يجعلها أكثر انتشارا وتأثيرا فى الجمهور العام.

### 10 - تعبئة الجماهير وحشد طاقاتها لتحقيق أهداف محددة :

تعد وسائل الإعلام إحدى أهم الأدوات التى تستخدمها الدول والحكومات لتحقيق التعبئة الوطنية وذلك بحشد طاقات الجماهير ودفعها لتحقيق أهداف الأمة وذلك من خلال توظيف تلك الوسائل فى الحملات القومية التى تقوم بها المجتمعات المختلفة من أجل تحقيق أهداف مجتمعية محددة قد تكون سياسية أو اجتماعية أو دينية أو غيرها ففي حالات الحروب والأزمات السياسية تحشد وسائل الإعلام كل طاقاتها لتعبئة الجماهير للدفاع عن الوطن وتقديم كل ما يعينه على تخطي تلك الأزمات.

**أولاً : أهداف جمالية :**

وهي الأهداف التي تتعلق بالنواحي الجمالية للإنسان، ويمكن أن نميز النواحي الجمالية الاتصالية التالية:

**1 - النواحي الجمالية الشخصية:** وتتعلق بالمظهر الجمالي الشخصي من حيث الملبس وتسريحة الشعر والعطر والمقتنيات الشخصية وغيرها، وهي التي تعطي الرسائل الاتصالية الرمزية أثناء عملية التواصل.

**2 - النواحي الجمالية البيئية:** وتتعلق بالمكان الذي يتم في محيطه الاتصال من حيث التجهيزات والترتيب والألوان والاضاءة والتهوية والحرارة وغيرها، والتي تبعث السرور في النفس أثناء عملية الاتصال، حيث يكون تأثيرها كبيرا في عملية الاتصال .

**3 - النواحي الجمالية الإبداعية:** وتتعلق بالإبداع الأدبي والفني سواء ما تعلق منها بمهارة استخدام اللغة مثل القصة والرواية والشعر، أو ما يتعلق باستخدام المهارات اليدوية كالأعمال التشكيلية والرسومات والأشكال الهندسية.

**ثانياً : أهداف نفسية :**

ويتمثل أهمها في الحاجات العاطفية التي تتعلق بالمشاعر، ويمكن تناولها من جانبين أساسيين هما:

**1 - المشاعر الإيجابية :** وهي كثيرة كالحب والاحترام والتقبل والميل والانجذاب وغيرها من المشاعر، حيث يهدف التواصل الى تحقيق تلك المشاعر الايجابية للفرد وتقويتها، إذ لا يمكن تصور فرد يعيش بدونها، ولا يمكن أن تحدث تلك المشاعر بدون تواصل.

**2 - المشاعر السلبية :** وهي مثل الكره والاساءة والرفض والبعد والنفور وغيرها من المشاعر، حيث يهدف الاتصال الى توضيح تلك المشاعر للأخرين وتقويتها أو اضعافها حسب الموقف، فالفرد بحاجة الى تقوية جانب الكره لديه لكل شيء مؤذي أو قبيح أو غير

حسن، بينما هو في حاجة الى تقليل جانب الكره لكل فرد يرتبط به بأي نوع من العلاقات الانسانية، ولا يتم ذلك إلا من خلال الاتصال.

### ثالثاً : أهداف اقتصادية :

يهدف الاتصال الى جمع المعلومات الاقتصادية وتبادلها بشكل دائم ومستمر ، حيث يبحث الإنسان بشكل مستمر عن أية معلومات قد يستخدمها لتحقيق المنافع والأمن في الحياة أو لإشباع الفضول الإنساني .فمثلاً يحرص بعض الناس على متابعة الصحف والأخبار بسبب رغبتهم في التعرف على ما يحدث في العالم من حولهم .كما يهدف الاتصال من الناحية الاقتصادية الى فهم العالم والمجتمع من حولنا، فيحاول الإنسان دائماً على الاتصال مع الآخرين لفهم دورهم في الحياة وفهم العالم من حولهم والمجتمعات التي يعيشون فيها .ويسعى الإنسان دائماً إلى اكتشاف كيف يتفاعل العالم المحيط مع معتقداته، ونظراته إلى نفسه، وعلاقته مع الآخرين، وما يظنه حقيقة وواقع.

### رابعاً : أهداف اجتماعية :

يهدف الاتصال الى تحقيق أهدافا اجتماعية للفرد، اذ أن الانسان بطبعة كائن اجتماعي لا يمكن له العيش بمفرده ولا الاعتماد على ذاته فقط دون الآخرين .

ومن أهداف الاتصال الاجتماعية ما يلي:

- 1 - تقوية الصلة، حيث يهدف الاتصال الى تقوية الصلة بأفراد العائلة والأصدقاء والجيران وجماعة الرفاق لاشباع احتياجاته الاجتماعية التي لا يمكن العيش بدونها.
- 2 - تحقيق التعاون، حيث يهدف الاتصال الى تحقيق التعاون والانضمام الى المجموعات المختلفة والانتماء إليها واكتساب عضويتها.
- 3 - المحافظة على المؤسسات الاجتماعية، حيث يهدف الاتصال الى تكوين وانشاء المؤسسات الاجتماعية مثل الأسرة والمحافظة على بقائها واستمرارها، الامر الذي يؤدي

الى بقاء المجتمع متماسكا، فالمجتمع ما هو إلا مجموعة من الأسر يربطها رباط مشترك ويشعرون بالانتماء الى مقر اقامتهم.

4 - التعرف على آراء الآخرين، يهدف الاتصال إلى التعرف على آراء الآخرين وأفكارهم في سياقها الاجتماعي، وذلك لكي يسير وفق أعراف المجتمع وآراءه وأفكاره ولا يشذ عنهم، مما يشعر الفرد بالوحدة الاجتماعية والانتماء للمجتمع.

### خامساً : أهداف معرفية :

وهي التي تتمثل في المعرفة والتعلم والاطلاع من أجل فهم البيئة التي يعيش فيها الفرد فهما جيدا، فالفرد لديه الحاجة إلى التعلم وحب الاستطلاع والاكتشاف، وهذه الحاجة المعرفية لا تتم الا من خلال الاتصال مع الآخرين ونقاشهم ومحاورتهم والتعامل معهم للاستفسار والاستزادة من المعلومات وتصحيح الخاطئ منها، مما يؤدي الى توجيه الفرد في أعماله بعد ذلك بناء على ما لديه من معلومات. ويتم تحقيق الأهداف المعرفية من

### خلال التواصل بطريقتين:

**الأولى بطريقة نظامية:** وتسمى التعليم، وهو ما يتم في مؤسسات التعليم النظامية التي يلتحق بها الفرد كالمدراس والجامعات، حيث يتم التواصل بين طرفين المعلم والمتعلم، حيث يقوم المعلم بإكساب المتعلم المهارات والمعارف والعلوم الصحيحة والمفيدة بطريقة نظامية تم التخطيط لها مسبقا.

**الثانية بطريقة غير نظامية:** وتسمى المعرفة، وهو ما يتم من خلال تواصل الفرد مع غيره من أفراد المجتمع باختلاف تخصصاتهم ومؤهلاتهم ومعارفهم، حيث يكون التواصل بين طرفين، احدهما هو مصدر المعلومات والآخر مستقبل للمعلومات، وهي غير خاضعة لنظام معين ولا اشراف جهة رقابية معينة وليس لها خطط معينة، فهي تتم بطريقة غير نظامية، وقد تكون المعلومات المتحصلة في هذه الحالة صحيحة وقد تكون خاطئة.

### سادساً : أهداف شخصية :

وهي الأهداف التي تتعلق بالنواحي الشخصية والبيولوجية للفرد من حيث تحقيق المطالب و الحاجات

الاساسية، حيث يهدف التواصل الانساني الى تلبية الأهداف المتعلقة بالاحتياجات البيولوجية الأساسية للإنسان وذلك للمحافظة على بقائه في الحياة واستمرار نوعه وجنسه وتقليل عوامل الفناء التي قد يتعرض لها مع ظروف حياته، بالإضافة الى تحقيق الحاجات النفسية والوجدانية ومن أمثلة تلك الأهداف ما يلي:

#### 1 - المحافظة على الحياة : حيث يكون التواصل من أجل تلبية الحاجة إلى الطعام

والشراب، فيتواصل الانسان مع الآخرين من أجل توفير الطعام والشراب الصحي والمناسب، من خلال الشراء والبيع والبحث عنه ومعرفة خصائص الطعام الصحي وأماكن تواجده وكيفية الحصول عليه.

#### 2 - الحاجة الى الدواء المناسب: وذلك في حالة المرض، حيث يتواصل الانسان مع

الأطباء والمتخصصين للاستفسار عن الحالة المرضية وكيف يحصل على الدواء المناسب لها، كما يتواصل من أجل وصف الحالة المرضية التي يعاني منها وصفا دقيقا، من أجل أن يتم تشخيصها تشخيصا صحيحا من الطبيب المعالج.

#### 3 - الشعور بالطمأنينة : وذلك من خلال التعبير عن المشاعر والرغبات والعواطف،

واستنباط انطباعات الآخرين عن الفرد.

#### 4 - التخلص من الأمراض: فيتواصل الانسان مع غيره للتخلص الامراض الجسمية

بالذهاب الى الاطباء المتخصصين والتواصل معهم من أجل التشخيص للحالة المرضية وعلاجها. كما يتواصل الانسان مع غيره من الأفراد الآخرين للتخلص من الأمراض النفسية التي تنتج عن العزلة عن الآخرين، او القلق الناتج عن تغير الظروف التي يمر بها الانسان كالقلق من الاختبار والقلق من تغيير المكان والقلق من الانتقال الى مهنة جديدة.

- 5 - **الحاجة إلى السكن والمأوى:** والبحث عن المناسب له ولأفراد أسرته للوقاية من الظروف البيئية القاسية كالحر الشديد أو البرد الشديد أو حتى الهروب من الوحوش القاتلة، فيتواصل الانسان مع الآخرين لمعرفة مواصفات السكن الصحي والمكان الآمن للسكن.
- 6 - **الحاجة إلى الإقناع:** حيث يشعر الكثيرون بالضرورة إلى إقناع الآخرين بأرائهم، وتؤدي مهارات الاتصال دوراً أساسياً في إقناع الآخرين ودفعهم على التصرف بالشكل المطلوب. وهو ما نراه بصفة يومية من خلال الإعلانات التي نراها يومياً من التجار والمصانع التي تحث المستهلكين وتقنعهم على شراء سلعهم.
- 7 - **التحكم في الآخرين:** حيث يسعى الإنسان إلى التحكم بالآخرين وإخضاعهم لسيطرته حتى لا يستطيعون التصرف بطريقة مخالفة للمطلوب. وعادة ما يستخدم هذا النوع من الاتصال الأفراد الذين يتمتعون بموقع اجتماعي مرموق أو اتصالات بأفراد مهمين أو يمتلكون معلومات قد يخشى الطرف الآخر إفشائها.
- 8 - **اتخاذ القرار المناسب:** يلجأ الكثيرون إلى الاتصال بالآخرين بهدف البحث عن القرار المناسب في الأمور الحياتية، فقد يطلب الإنسان النصيحة بشأن الدراسة الجامعية الأمتل والوظيفة الأفضل لهم.
- 9 - **توكيد القرارات والمواقف:** عندما يتخذ الإنسان قرار معين فإنه قد يرغب لاحقاً بالمضي قدماً بالقرار أو التراجع عنه، فهو قد يكون بحاجة لتوكيد القرارات أو التراجع عنها، وهنا يبرز دور الاتصال مع ذوي الخبرة والرأي والمشورة.

### **سابعاً : أهداف التعبير عن الذات والجدارة :**

وهي الأهداف التي تتعلق بتحقيق وإثبات الذات والتعبير عنها من خلال الوصول الى درجة عالية من المهارة، وما يتبعها من الوصول الى الجدارة في الأداء، حيث يهدف الأفراد من تواصلهم مع الآخرين إلى التعبير عن أنفسهم وإثبات ذواتهم بطريقة جذابة، ويمكن تمييز الأهداف الاتصالية المتعلقة بالجدارة من خلال الجانبين التاليين:

**1 - الاتصال الرمزي:** ويتم من خلال المظهر الخارجي للفرد كالملبس وقصات الشعر والعطر وغيرها، أو استعراض الفرد لبعض المقتنيات الشخصية الثمينة كمفاتيح السيارة والمسبحة والجوال، أو طريقة الجلوس، ليعطي بذلك رسالة اتصالية للآخرين بوصوله الى درجة عالية من الجدارة وأنه استطاع أن يشبع حاجته الشخصية في تحقيق ذاته.

**2 -الاتصال اللفظي:** وهو ما يصدر من الشخصيات القيادية والتي تتولى المناصب الإدارية العليا كالمديرين ورؤساء الأقسام، حيث يستخدمون أثناء تواصلهم مع مرؤوسيهـم بعض المصطلحات أو العبارات، وبطريقة إلقاء معينة، تشبع حاجاتهم الشخصية في تحقيق ذواتهم، وتوحي برسائل اتصالية إلى مرؤوسيهـم بمستوى جدارتهم وقدراتهم التي مكنتهم من الوصول الى تلك المناصب الإدارية العليا في المؤسسة التي يديرونها.

### ثامناً : أهداف أمنية :

حيث يسعى الانسان إلى التواصل مع الآخرين من أجل تحقيق الأهداف المتعلقة بالاحتياجات الأمنية اللازمة له، فكل انسان يحتاج الى الشعور بالأمن والاستقرار في حياته، ويتحقق هذا الهدف من خلال بناء الثقة والاحترام بين طرفي عملية الاتصال. ويختلف مستوى الاحتياج الأمني باختلاف المراحل العمرية المختلفة للإنسان وذلك كما يلي:

**1 - في مرحلة الطفولة:** يكون أهم أهداف التواصل عند الطفل مع والديه هو تحقيق الأمن والأمان فهو يمسك بيد والده وينام في كنف أمه ويلعب في محيط اخوانه الذين يشعر تجاههم بالأمان، ويتجنب الطفل في هذه المرحلة الشخص الذي يهدده أمنياً.

**2 - في مرحلة الرشد:** يبقى نفس الهدف مع الكبير أيضاً، ولكن يأخذ شكلاً آخر، فيتواصل مع الأقارب ويكون علاقات حميمية مع الأصدقاء والجيران ويلجأ للبحث عن

شريك حياته لزيادة تحقيق الأمان.

3 - في مرحلة الشيخوخة: يزداد الاحتياج الى عامل الأمان، حيث يحرص الفرد على التواصل مع الأبناء والأحفاد، ويزداد الارتباط بهم لتحقيق هدف الأمان.

### تاسعاً : أهداف روحانية :

حيث يتواصل الانسان مع خالقه لتلبية الحاجة الروحية، فالإنسان يشتمل على الجانب المادي الذي يستطيع تلبية احتياجاته من خلال مطالبه الجسدية، والجانب الروحي الذي يحتاج الى تلبية مطالبه من خلال الاتصال بالقوى الغيبية التي يثق في أنها مصدر كل شيء وأقوى من كل شيء، فيلجأ إليها للتقرب منها والتماس القوة منها، فيتخلص من همومه وآلامه وأحزانه ومشاكله ويوكلها الى تلك القوة الغيبية التي تستطيع أن تلبى إليه مطالبه وتحول آلامه إلى آمال وأحزانه إلى أفراح.

ويرى المؤمن أن هذه القوة القادرة على كل شيء هي الخالق سبحانه وتعالى فيلجأ لعبادته وتوحيده دون سواه من القوى الأرضية الأخرى المخلوقة . ولعلمه سبحانه باحتياج الانسان إليه والإلتجاء إليه ( ألا يعلم من خلق وهو اللطيف الخبير ) .

فقد فرض عليه الصلاة لتكون صلة بين العبد وخالقه، فيلجأ إليه كل يوم وفي كل الأوقات لتلبية احتياجاته الروحية، ويحيا حياة متوازنة مطمئنة .ومما يؤكد على أهمية الأهداف الروحية في التواصل الانساني ما نلاحظه من كثرة حالات الإكتئاب والأمراض النفسية والإنتحار لدى الأشخاص الذين يشعرون بنقص في تلبية تلك الحاجة الروحية، أو من لديه فراغ روحي أو قصور في التواصل مع خالقه.

أن تلك الأهداف الاتصالية للفرد قد تتداخل بعضها البعض، فالهدف الجمالي قد يتداخل مع الهدف

الأمني والهدف الاجتماعي، والأهداف البيولوجية قد تتداخل مع الأهداف الاجتماعية والأهداف النفسية وهكذا فإن الأهداف من عملية الاتصال لا يمكن فصلها عن بعضها، لأنها تشبع حاجة عن الفرد وحاجات الفرد متداخلة حيث إن الانسان كل متكامل.

## الفصل السابع

### معوقات الاتصال والمفاهيم الخاطئة عنه

#### أولاً : معوقات الاتصال :

يقصد بمعوقات الاتصال تلك المشاكل التي تصادف أحد عناصر عملية الاتصال وتؤثر في كفاءة وجودة عملية الاتصال، سواء كان ذلك التأثير بالمنع أو التعطيل أو التأخير أو التشويه، حيث تعمل تلك المشاكل على تشويش الرسالة الاتصالية، فينعكس على عملية الاتصال بأكملها فيعوقها عن تحقيق الغرض المقصود منها بالدرجة المطلوبة. وتتعلق معوقات الاتصال بكل عنصر من عناصر عملية الاتصال، ومن ثم فإن التعرف على تلك المعوقات ومعالجتها أو التغلب عليها سيؤدي بشكل كبير إلى رفع كفاءة عملية الاتصال والوصول إلى الهدف المقصود منها.

ويمكن تقسيم معوقات الاتصال إلى ثلاث مجموعات هي :

#### 1 - المعوقات مادية لعملية الاتصال :

وهي المعوقات التي تتعلق بالعناصر المادية المكونة لعملية الاتصال، كالوسيلة والرسالة والبيئة الاتصالية، وهي تشمل المعوقات التالية:

#### أ - معوقات تتعلق بوسيلة الاتصال :

وهي المعوقات التي تتعلق بوسيلة أو قناة الاتصال، حيث تكون غير مناسبة للرسالة، وتشتمل تلك المعوقات على ما يلي:

- الوسيلة غير مناسبة لعناصر العملية الاتصالية ( المرسل، المستقبل، الرسالة).
- الوسيلة غير مناسبة مع وقت الاتصال وتستخدم بشكل خاطئ أو غير فعال.

- الوسيلة تقليدية غير متناسبة مع العصر الحالي و غير شائعة الاستخدام.
- وجود عيوب أو أوجه قصور في الوسيلة ذاتها.
- استخدام الوسيلة يتطلب التدريب على مهارات فنية عليا من كل من طرفي الاتصال.
- الوسيلة غير متوفرة في جميع الأماكن وفي جميع الأوقات وعدم التنوع في استخدامها ب.

### - معوقات تتعلق بالرسالة :

- وهي المعوقات التي تتعلق بالرسالة الاتصالية ذاتها، مما يؤثر على محتواها ومغزاها، وتشتمل تلك المعوقات على ما يلي:
  - الفهم الخاطئ لمحتوى الرسالة وانتقاء الكلمات المعقدة غير المتداولة وصعوبة الفهم.
  - الرسالة متخمة بالمعلومات والمصطلحات الفنية والجمل المركبة.
  - احتواء الرسالة على اختصارات غير معروفة للجميع.
  - عدم اشتمال الرسالة على عنصر التشويق والإثارة لطرفي الاتصال.
  - موضوع الرسالة غير مناسب لاهتمامات وإدراكات المستقبل.
  - الكم الكبير من الرسائل في وقت واحد.
  - لغة الرسالة غير مفهومة لطرفي عملية الاتصال.
  - فهم الرسالة من المرسل يختلف عن فهمها من المستقبل.
  - استخدام الرسالة لكلمات غير مألوفة لطرفي عملية الاتصال و تحمل معاني وأفكار مشوشة.
  - استخدام اللغة غير المباشرة.
  - تشتمل الرسالة على أكثر من معنى دون تحديد أحد هذه المعاني.
  - استخدم الرسالة للرموز العلمية والمصطلحات الفنية غير المناسبة لطرفي الاتصال.
- ج - معوقات تتعلق ببيئة الاتصال :**

- وهي المعوقات التي تتعلق ببيئة الاتصال المحيطة سواء كانت البيئة مادية ومعنوية وتسبب تشويش عملية الاتصال، وتشمل تلك المعوقات على ما يلي:
- كل من المرسل والمستقبل يجهلون الأهداف المشتركة للرسالة.
  - البيئة الاتصالية لا تشجع على التغذية الراجعة للاتصال.
  - الظروف البيئية الطبيعية (الحرارة والتهوية والضوء والامكانيات المادية) غير مناسبة.
  - اختلاف العادات والتقاليد الثقافية والاجتماعية للبيئة الاتصالية.
  - الانفجار المعرفي الذي يميز العصر، وما صاحبه من كم هائل للمعلومات.
  - البيئة الاتصالية لا تسمح إلا بالاتصال في اتجاه واحد.
  - البيئة الاتصالية لا تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي الاتصال.
  - اعتماد العملية الاتصالية كلية على جهاز تكنولوجي واحد فقط دون تنوع.
  - قلة التنظيم في البيئة الاتصالية، وما ينتج عنه من كثرة المقاطعات أثناء عملية الاتصال.
  - قلة الثبات النسبي للظروف البيئية، وتغيرها باستمرار.

### ثانياً : المعوقات المعنوية لعملية الاتصال :

وتشمل كل من المعوقات التالية:

#### 1 - معوقات تتعلق بأهداف الاتصال :

- حيث إن عملية الاتصال لا تتم بدون أهداف، وتشمل تلك المعوقات على ما يلي:
- الهدف من الاتصال غير واضح لطرفي الاتصال أو لأحدهما.
  - اختلاف هدف المرسل عن هدف المستقبل في العملية الاتصالية.
  - الهدف من الاتصال غير واقعي ولا يمكن تحقيقه.
  - أهداف الاتصال تتعارض مع قيم ثقافة وعرف المجتمع.
  - أهداف الاتصال غير منسجمة وتتعارض مع بعضها البعض.
  - أهداف الاتصال غير متسقة مع مضمون الرسالة الاتصالية.

## 2 - معوقات تتعلق بكيفية الاتصال :

وهي المعوقات التي تتعلق بسير العملية الاتصالية وكيفية أدائها، وسلوكيات كل من طرفي الاتصال أثناء عملية الاتصال، وتشمل تلك المعوقات على ما يلي:

- التعالي والتكبر من أحد طرفي الاتصال.
- الانشغال بأشياء خارجية عن عملية الاتصال.
- علامات القلق والتوتر المستمر أثناء عملية الاتصال.
- الاشارات المستخدمة وتعبيرات الوجه السلبية التي تصدر من أحد طرفي عملية الاتصال.
- المظهر الشخصي العام، وما يحمله من رسائل ضمنية سلبية.
- كيفية الجلوس أثناء عملية الاتصال.
- طريقة التحدث وكيفية إخراج الكلمات والعبارات أثناء عملية الاتصال.
- ارتفاع الأصوات والصراخ أثناء عملية الاتصال.
- تحدث كل من طرفي الاتصال معا وفي نفس الوقت دون أن يستمع أي منهما للآخر.
- استخدام المجاملات المصطنعة أثناء عملية الاتصال.
- تحول العملية الاتصالية الى جدال عقيم لا فائدة منه.

## 3 - معوقات تتعلق بتوقيت الاتصال :

وتشمل تلك المعوقات على ما يلي:

- ضيق الوقت المتاح للعملية الاتصالية.
- طول الوقت المخصص للعملية الاتصالية.
- التوقيت غير المناسب.
- عدم مرونة وقت الاتصال، حيث الوقت محدد سلفا ولا يمكن تغييره.

## 4 - معوقات تتعلق بنوع العلاقة الاتصالية وكيفية سيرها :

- السخرية والتهكم والمزاح الثقيل.
- انشغالات الجانبية لأطراف الاتصال.
- المجادلة والبعد عن الموضوع الأصلي.
- التركيز على الأخطاء والعيوب لكل من الطرفين.
- التوتر النفسي لأطراف الاتصال.
- التوتر والقلق عند المقاطعة والاستفسار.
- عدم رغبة المستقبل في الاستماع والانصات.
- عدم السماح للآخرين بإدلاء آرائهم.
- الاستمرار بالنصح والإرشاد.
- البيئة الاتصالية مليئة بالمشوشات.
- التسرع في الحكم على الآخرين قبل الانتهاء من الاتصال.
- مقاطعة المرسل قبل إتمام الرسالة.
- عدم رغبة المرسل في سماع رد فعل المستقبل.
- التعالي في الحديث والتجاهل.
- عدم قناعة أي من طرفي الاتصال بعملية الاتصال او بالرسالة الاتصالية.

### ثالثاً : المعوقات الشخصية لعملية الاتصال :

وهي المعوقات التي تتعلق بالعناصر الشخصية الانسانية في عملية الاتصال وهي كل من المرسل والمستقبل، وتتعلق غالباً بالخبرة والثقافة والشخصية والمعتقدات، حيث تتشابه المعوقات لكل منهما نتيجة تبادل الأدوار بينهما، ويمكن تحديد تلك المعوقات فيما يلي:

#### 1 - معوقات تتعلق بالمرسل :

وهي المعوقات التي تتعلق بالمرسل أثناء قيامه بعملية الاتصال ، ومن أهم تلك المعوقات ما يلي:

- الترميز الخاطئ للرسالة.
- تصرفات المرسل غير العقلانية وغير الموضوعية.
- انفعالات المرسل أثناء تقديم الرسالة.
- عيوب النطق والكلام عند المرسل.
- عدم استخدام لغة الجسد المناسبة للرسالة.
- المرسل غير مقتنع بالرسالة التي يقدمها.
- المرسل يحمل اتجاهات سلبية نحو نفسه والآخرين.
- انخفاض الصوت بدرجة كبيرة لا يمكن سماعها من الطرف الآخر.
- سوء اختيار الكلمات أو الجمل والعبارات التي تعبر عن مضمون الرسالة.
- مراعاة المصلحة الشخصية للمرسل بغض النظر عن مصلحة المستقبل.
- اختلاف الخلفية الثقافية للمرسل عن الخلفية الثقافية للمستقبل.
- التحدث بمستوى أعلى أو أقل من مستوى المستقبل.
- الحالة النفسية والانفعالية للمرسل غير المناسبة.
- اعتقاد المرسل بأن المستقبل يفهم الرسالة كما يفهمها هو.
- إغفال المرسل للحالة النفسية للمستقبل.
- استئثار المرسل بالحديث وعدم اعطائه الفرصة للمستقبل.
- الإيحاءات السلبية التي يرسلها المرسل للمستقبل أثناء التواصل.
- تحدث المرسل بطريقة غير لائقة.
- استخدام كلمات توحى بالاستهزاء أو السخرية.
- التحدث بلغة لا يفهمها المستقبل.

- استخدام عبارات ومصطلحات فنية غير مفهومة من المستقبل.
- اختيار المرسل لوسيلة اتصال غير مناسبة.
- الخوف من ردود أفعال المستقبل.
- قولبة الناس.

## 2 - معوقات تتعلق بالمستقبل :

وهي تتشابه كثيرا مع معوقات المرسل السابق ذكرها، بالإضافة إلى ما يلي:

- مقاطعة المستقبل للمرسل.
- وجود قصور في حاسة السمع لدى المستقبل.
- الحالة النفسية غير المناسبة للمستقبل.
- التسرع في التقييم وإصدار الأحكام.
- التفسير الخاطئ للرسالة.
- أسئلة الاستدراج التي تؤدي إلى فقدان الثقة بين الطرفين.
- التهكم والسخرية مما يقوله المرسل.
- عدم التجاوب مع المرسل.
- الانشغال عن المرسل بالجوال أو بالمقتنيات الشخصية.
- التركيز على الأخطاء التي يقع فيها المرسل وتصيدها.
- تحويل النظر بعيدا عن المرسل أثناء عملية الاتصال.
- تكرار مرات الخروج والاستئذان.
- عدم مناسبة الموضوع لاهتمامات المستقبل.

## ثانياً : المفاهيم الخاطئة عن الاتصال :

من هذه التصورات الخاطئة ما يلي:

### 1 - مقاطعة الآخرين إثبات للذات :

وهو تصور خاطئ لدى كثير من الأفراد، إذ يبادر الفرد المستمع إلى مقاطعة المتحدث قبل أن يكمل فكرته، لإثبات ذاته وحضوره والإيحاء إليه بأنه يفهم ما سيقوله قبل أن ينطق به،

ويعتبر أن الانصات إلى المتحدث إلى أن ينتهي من حديثه نوع من الضعف الاجتماعي .  
والحقيقة أن حسن الانصات إلى المتحدث حتى ينتهي من حديثه هو من آداب الاتصال  
المهمة بل ومن عوامل نجاح عملية الاتصال، حيث يقل التشويش ويزداد الفهم ويعطي  
رسائل ايجابية تزيد من الثقة بالنفس لكل من المرسل والمستقبل.

## 2 - الاتصال دائما أفضل من عدم الاتصال :

وهو من المفاهيم الخاطئة أيضا عن الاتصال، فليس كل الاتصال خير وليس كله شر وفي  
الحديث « من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليقل خيرا أو ليصمت » إشارة إلى أن بعض  
الاتصال قد يكون شرا فالأفضل له أن لا يكون .كما أن الاتصال قد يسبب الكثير من  
المشكلات في بعض الحالات ومن ذلك مثلا الاتصال مع أصحاب الجرائم أو غيرهم من  
الخارجين على المجتمع فعدم الاتصال معهم أفضل من الاتصال بهم.

## 3 - الاتصال يحل المشكلات :

وهو من التصورات الخاطئة عن الاتصال، فتأثير الاتصال ليس ايجابيا في جميع  
الأحوال، بل إنه قد يكون سلبيا في أحيان كثيرة طبقا لطريقة الإلقاء وما يصاحبها من  
مؤثرات صوتية أو إيماءات وحركات جسمانية، فإذا ما صاحب الاتصال كلمات سخرية أو  
صوت مرتفع أو إيماءات سلبية تشير الى الاتهام، فإن المستقبل سيفهم الرسالة بطريقة  
سلبية وبالتالي سيقوم بالرد عليها بطريقة سلبية مناسبة لها، الأمر الذي قد يؤدي الى إثارة  
المشكلات بين طرفي الاتصال.

وبذلك لا يمكن القول ان الاتصال يحل المشكلات دائما، بل إنه قد يحل المشكلات وقد  
يثير المشكلات، ومن هنا كان لابد من تعلم مهارات الاتصال والتدريب عليها لتجنب إثارة  
المشكلات مع الآخرين.

الكلمات في الاتصال لها نفس المعنى :وهو تصور خاطئ أيضا، حيث يتصور الكثير أن  
استخدام المرسل لكلمات معينة في التواصل يتم فهمها من المستقبل بنفس المعنى الذي  
يقصده المرسل .فرغم أن الكلمات التي يستخدمها المرسل في اتصاله واحدة الى أنها تحمل  
معاني مختلفة، وتتوقف تلك المعاني على طريقة إلقاء المرسل، كما تتوقف على القدرات  
العقلية للمستقبل وخلفيته الثقافية والاجتماعية، وذلك كما يلي:

● **طريقة إلقاء المرسل** : تلعب طريقة الالتقاء دورا مهما في فهم معاني الكلمات والعبارات، فيمكن للملقي ان يقول عبارة بعدة طرق ولها نفس الكلمات، إلا أنها تفهم بمعاني مختلفة .

● **فهم المستقبل** : حيث يعتمد فهم المستقبل لمعاني الكلمات على قدراته العقلية وخلفيته الثقافية والعلمية والاجتماعية، ففي المحاضرات الدراسية رغم أن المحاضر واحد، إلا أن الطلاب المستمعين جميعهم لا يفهمون ما يقوله المحاضر بنفس المعنى، وما يؤكد ذلك حينما يسأل المحاضر طلابه بعد المحاضرة عن النقاط الأساسية التي تناولتها المحاضرة فإن الطلاب لا يجيبون نفس الاجابة بل تختلف اجاباتهم رغم انهم جميعا كانوا في قاعة واحدة ويستمعون الى نفس المحاضر .

#### 4 - الاتصال عملية وراثية :

وهذا تصور خاطئ، إذ يتصور البعض أن الانسان يولد ولديه مهارات الاتصال اللازمة للحياة والتعامل مع الآخرين، والحقيقة أن الانسان يولد ولديه عناصر الاتصال من الحواس المختلفة والتي اذا ما استخدمها استخداما صحيحا وتدريب على تفعيلها تكونت لديه مهارات الاتصال الفعال، فالإنسان يولد ولديه حاسة السمع والبصر واللسان، ولكنه يتعلم فيما بعد ويتدرب على كيفية الاستماع وكيفية النطق والكلام واختيار الالفاظ المناسبة واستخدام الاشارات والحركات المصاحبة للكلمات، حتى يستطيع اتقان مهارات الاتصال، وعلى ذلك فمهارات الاتصال هي مهارات مكتسبة وليست وراثية، ويحتاج الانسان الى التدريب عليها لكي يصل الى مرحلة الاتقان.

## الفصل الثامن

### خصائص وسائل الاتصال الجماهيري

#### أولاً : الصحف ( الجرائد والمجلات ) :

تتميز الصحف عن غيرها من وسائل الإعلام بقدرتها على نشر مساحات واسعة من المعلومات التي تعالج الأحداث الآنية واليومية ويمكن قراءة الصحف شأن بقيمة المواد المطبوعة بالسرعة التي تناسب القارئ كما يمكن إعادة قراءتها أكثر من مرة والاحتفاظ بها والرجوع إليها في أي وقت وأي مكان.

#### 1 - الجرائد :

##### مميزات الجرائد :

ثمة العديد من الخصائص التي تميز الجريدة كوسيلة مناسبة لنشر المواد الإعلامية من أهمها :

\* أن الجرائد تعد من أسرع وسائل الإعلام الجماهيرية التي تقدم من خلالها الحملات الإعلامية كما أن الصدور اليومي للجرائد يوفر فرصة التحرك السريع لمواجهة التغييرات والظروف الطارئة التي قد تعترض نجاح الحملة .

\* أن الجرائد تفيد في معالجتها الإعلامية من خاصية وميزات المادة المكتوبة من حيث التأثير فالمادة الإعلامية التي تتعلق بخدمة سياحية مثلا يمكن للجمهور الاحتفاظ بها لمدة طويلة ونقل معلومات وبيانات عن الخدمة وهذه مزايا ربما لا تتوفر في المادة الإعلامية المقدمة في الراديو أو التلفزيون ويرتبط بهذه الميزة أن المواد المكتوبة تحظى

باحترام وتقدير وثقة القراء وهو أمر ينعكس بالإيجاب على المعلومات والبيانات التي تقدم عن الخدمات السياحية من خلال الجرائد.

\* أن قراءة الجريدة " عادة يومية " مما يمكن القائم بالاتصال فى مجال الإعلام من تكرار واستمرار عرض مادته الإعلامية بشكل اكثر فاعلية مما يتيح للقارئ فرصة قراءة الموضوع اكثر من مرة وفقا لموقع نشر الموضوع ومدى مجاورته لمادة تحريرية تحظى باهتمام القارئ.

\* أن قراء الجريدة - بطبيعتهم - كمتقنين يسهلون مهمة القائم بالاتصال فى مجال الإعلام من عرض تفاصيل مادته الإعلامية لاقتناعهم بجودة الخدمة المقدمة مما ينعكس على إمكانية إقناعهم بالحجة والمنطق والدليل.

\* أن تتوع أبواب الجريدة واختلاف مضامينها يحقق اتساعا وتنوعا لقرائها مما يتيح فرصة مخاطبة مختلف المستويات والأنواق من خلال وضع المادة الإعلامية بالقرب أو داخل أبواب أو مواد صحفية معينة .

\* أن الجرائد اليومية ابتكرت أساليب جديدة لتقديم المادة الإعلامية وذلك بتخصيص بعضها لأبواب أو صفحات ثابتة تخصص لنشر كل ما يتعلق بالأنشطة معينة فجريدة الأهرام مثلا تخصص صفحتين ثابتتين باسم سياحة وسفر تصدر كل خميس كما تصدر بعض الجرائد ملاحق دورية تخصص لمناقشة وعرض معلومات وقضايا سياحية.

### عيوب الجريدة :

رغم المزايا التي تتوفر للجريدة كوسيلة مناسبة لتقديم المواد الإعلامية إلا أن ثمة بعض جوانب القصور التي تقلل من أهميتها فى هذا المجال من بينها :

\* أن المنافسة الشديدة التي تواجهها الصحف من وسائل الإعلام الإلكترونية في تقديم المواد الإعلامية جعلت من هذه الوسائل أكثر جاذبية وتأثيراً صحيح أنها لم تقضي على الصحف ولكنها استقطبت أعداداً كبيرة من جماهيرها.

\* إن ازدحام الجرائد بمواد صحفية مختلفة ومتعددة قد تؤثر بشكل كبير في مدى إمكانية انتباه القراء لمواد إعلامية تتعلق بالسياحة وإدراكهم لمحتواها.

\* إن ثمة بعض الجوانب الفنية قد تعوق الجرائد عن تقديم المواد الإعلامية السياحية بشكل جذاب كنوع الورق المستخدم في الصحف والذي لا يتيح طباعة أنيقة وعدم استخدام الألوان بشكل كبير في العديد من الجرائد كما أن الجرائد قد لا تصلح لتقديم معلومات عن خدمات سياحية معينة .

## 2- المجالات :

تنقسم المجالات إلي نوعين أساسيين هما المجالات العامة التي تخاطب جمهوراً عاماً بمختلف اتجاهاته ونوعياته والمجلات الخاصة أو التوعوية التي تخاطب فئات أو قطاعات معينة من الجمهور وتركز على اهتماماتها وتلبي احتياجاتها كمجلات الأطفال ومجلات المرأة والمجلات الرياضية وغيرها.

## مميزات المجالات :

وتتمتع المجالات كوسيلة الإعلام بالعديد من الخصائص والمميزات من أهمها :

\* إن المادة المنشورة في المجلة تتميز بالبقاء لدى القارئ مدة أطول ومن ثم تحظى بفرص اطلاع أكبر فالقارئ يستطيع أن يطلع على المادة الإعلامية أكثر من مرة ما يجعل تأثيرها مستمرا ما بقيت المجلة في حوزة القارئ.

\* إن المجالات تخصص مساحات اكبر للقضايا والموضوعات الإعلامية مما يخصه لها الجرائد مثلاً مما يتيح فرصة التوسع فى نشر التفاصيل.

\* إن المجالات المتخصصة التي تخاطب جمهوراً نوعياً محدداً تتيح فرصاً سهلة للوصول الى جماهير مستهدفة بأضمن وأيسر الوسائل .

\* إن الإمكانيات الفنية التي تتوفر للمجلات سواء من حيث تميز إخراجها أو نوعية وجودة الورق المستخدم أو استخدامها للألوان والصور يتيح فرصة جيدة لتقديم المواد الإعلامية بأكثر قدر من الجاذبية والتأثير ويفيد هذا بدرجة كبيرة عند عرض موضوعات متخصصة حيث تحتاج مثل هذه الموضوعات إلى الإمكانيات الفنية المتميزة من الناحية التحريرية والإخراجية .

\* إن أسلوب التبويب الذى تتبعه المجلات فى تقسيم صفحاتها إلى أبواب تحريرية ونوعية ثابتة يعطي فرصة جيدة لتقديم المواد الإعلامية السياحية فى مواقع او بالقرب من مواد تحظى بشعبية واندفاعية اكبر .

### عيوب المجلات :

أما عن جوانب القصور التي قد تؤثر فى قدرة المجلات كوسيلة إعلامية فهي :

\* ارتفاع تكاليف إصدارها بالقياس الى عدد القراء الذين يطلعون عليها .

\* إن المجلات قد لا تصلح كوسيلة إعلامية فى حالة الحملات الإعلامية التي تستهدف الوصول سريعاً إلى الجمهور ذلك أن المجلة تحتاج إلى وقت طويل نسبياً لإعداد موادها مما قد يفوت المصلحة التي ينشدها مخطو الحملة من نشر موضوعاتهم.

وفى هذا يرى خبراء الإعلان مثلاً أن المجلات لا تصلح وحدها كوسيلة إعلامية لأية أنواع من السلع أو الخدمات ما لم تساندها وسائل إعلانية أخرى ويستثنى من ذلك

الإعلانات الموجهة لفئات مهنية محددة فتعد المجالات النوعية - في هذه الحالة افضل وسائل الاعلان بالنسبة لها.

### ثانياً الراديو :-

يمكن القول أن نشأة الراديو ارتبطت بالهدف الاقتصادي منذ السنوات الأولى ، ففي عام 1920 ظهرت أول محطة إذاعية في العالم وهي محطة KDKA . في أحضان شركة وستجهاوس الأمريكية والتي استهدفت من وراء إنشائها في مدينة بستبرج حفز الناس على أجهزة الاستقبال من منتجات الشركة .

وقد كانت الشركة تسعى - من خلال ملكيتها لأول محطة إذاعية في العالم - إلى الإعلان عن نفسها. وأعقب ذلك قيام الشركات التجارية الأمريكية بالإعلان عن نفسها عبر المحطات الإذاعية التي أنشأتها. ونظراً للتكاليف الكبيرة التي تتطلبها عمليات الإنتاج الإذاعي ، فقد لجأت الإذاعات منذ البداية إلى بيع أوقات محددة لتقديم الإعلانات حتى تغطي هذه التكاليف ، كما عرفت الإذاعة البرامج المكفولة في وقت مبكر .

وبالتدريج بدأ الإعلان يجد طريقة إلى الإذاعات حتى أصبح من الموارد الهامة لكثير منها ، واعتمد عليه بعضها اعتماداً كاملاً.

ولقد كان الراديو - ولا يزال - أكثر وسائل الإعلام انتشاراً وأقلها تكلفة ومن ثم اعبره الكثيرون الأداة السحرية التي حررت الاتصال من القيود التي جعلته محددًا حتى قبل ظهور تلك الوسيلة .

وفي غضون سنوات قليلة اتخذ الراديو لنفسه مكانا بارزا الى جانب الصحافة وأخذت وظائفه تتسع وتعمق وأدخلت عليه الكثير من الابتكارات التي دعمت مكانته ونوعت استخداماته.

وأصبح بمقدور الراديو ان يؤدي العديد من المهام والوظائف التي لم يكن وسع الصحافة القيام بها .

ولقد ظل الراديو متربعا على عرض وسائل الإعلام اكثر من عشرين عاماً ثم ظهر التلفزيون ذلك المنافس الخطير والبديل الأكثر تأثيراً وحيوية وظن البعض أن ظهور التلفزيون هو الضربة القاضية التي سوف تطيح بالراديو إلي الأبد .

ولم يكن هذا التوقع سليماً إلي حد بعيد صحيح أن الراديو بدأ يعاني بعض الإهمال ولكنه لم يفقد شعبيته ومكانته بل أجبر على أن يجد مجالاً جديداً يستطيع من خلاله أن يلبي للجماهير حاجات لا يمكن للتلفزيون ان يلبيها لهم .

ورغم كل ما اعترض الراديو من عقبات ومنافسات من جانب وسائل الاتصال الأخرى فانه ظل شامخاً وقويًا ومحتكراً للوظيفة الإخبارية في كثير من المجتمعات ولا سيما النامية منها.

### خصائص الراديو :

وينطبق الراديو في هذا الشموخ وتلك القوة من عناصر قوته الذاتية ومميزاته الخاصة وما يتمتع به من خصائص وصفات من أهمها:

#### 1 - التغطية الواسعة :

استطاع الإرسال الإذاعي أن يتخطى الحدود ويعبر العوائق والموانع الطبيعية مما يضمن انتشاراً أوسع للرسالة الإذاعية ولقد أضافت الموجات القصيرة بعداً جديداً لهذه

الميزة إذا لك يعد النشاط الإذاعي لأية دولة قاصرا على تقديم خدماتها الإذاعية على المستوى المحلي أو من خلال المحطات الوطنية فحسب بل امتد النشاط ليشمل توجيه إذاعات عبر الحدود الدولية لمخاطبة الشعوب فى الدول الأخرى من خلال الإذاعات الموجهة حتى اصبح الراديو سلاحا من أهم أسلحة الدبلوماسية المعاصرة يتخطى الحدود ويصل إلى الجماهير الأجنبية فيؤثر فيها وينشر أفكار وأيديولوجيات الدول أو الحكومات التى يتحدث باسمها .

## 2 - تخطي حاجزى الأمية والفقر :

كانت الأمية والفقر أكبر عقبتين هددتا شعبية الاتصال وأعاقتا انتشار وسائله ، ولقد نجح الراديو فى تخطي هاتين العقبتين ، إذ أمكنه مخاطبة الأميين الذين لا يستطيعون الاعتماد على الصحف أو الكتب كمصادر للثقافة أو المعلومات ، كما أمكنه مخاطبة الفقراء الذين لا يستطيعون امتلاك التلفزيون أو الذهاب إلى السينما .

وقد حقق الراديو فرصة الوصول إلى الجماهير الأمية والفقيرة وهى جماهير عريضة لا يمكن إغفالها .

## 3 - ذاتية الراديو كوسيلة اتصال :

يتميز الراديو بكونه وسيلة اتصال ذاتية رغم أنه يخاطب الملايين فى نفس الوقت ، وتعطي هذه الميزة للراديو القدرة على احتواء المستمع بشكل عميق ، وتشجيعه على التخيل ، وهى مزايا ربما لا تتوفر لغيره من وسائل الاتصال .

ويستعيز الراديو بذلك عن مخاطبته حاسة واحدة هى " السمع " حين يخاطب ملكة الإنسان اللامحدودة " التخيل " الأمر الذى يجعله أكثر قدرة على التأثير والإقناع فالمستمع يركز بحاسة السمع ، ويعمل ملكة التخيل ليسهم فى فهم ما يقال ، وفى إطار ذلك يبرز الراديو كأصلح وسيلة للاستهواء والإيحاء .

## 4 - قابلية الراديو للتصديق :

ليس من شك في أن نجاح عملية الاتصال يتناسب طردياً مع درجة الثقة التي يتعامل بها الناس مع مصادرهم ومدى قناعتهم بما يقولون ، فالمصدر الثقة يؤثر تأثيراً في مدى فاعلية الرسالة الاتصالية . وينبع مقياس الثقة من الصفات الخاصة للمصدر ، وقدراته وعلاقته بجماهيره ، إلى جانب أهمية موضوع الاتصال ، وكيفية صياغة رموزه . وترتبط ثقة الجماهير في مصادرهما ارتباطاً شديداً بمدى قابليتها للتصديق ، ومن ثم قدرتها على الإقناع ، ولقد أثبتت العديد من الدراسات المكانة الكبيرة التي يحتلها الراديو كأحد أهم مصادر الثقة التي يحترمها الناس ويقدرونها ولاسيما في البلدان النامية ، ومن ثم زادت قدرته الإقناعية وقابليته للتصديق ، وربما كان من أسباب ذلك اعتبار الإذاعة - في المجتمعات - لسان حال الدولة والناطق باسمها .

## 5 - تنوع جمهور الراديو :

يتميز الراديو كوسيلة إعلام بأنه يخاطب مختلف قطاعات الجمهور بكل فئاته ، مما يضمن له قدرة كبيرة على النفاذ والتأثير في المجتمع كما أن امتداد فترات الإرسال الإذاعي يتيح له فرصة الوصول لجمهوره في كل أوقات ويحقق امتداد ساعات الإرسال فرصة تنوع البرامج والمواد الإذاعية بما يلاءم أذواق واحتياجات ورغبات المستمعين ، ومن خلال تلك الصفات والمميزات والمميزات التي يتخلى بها الراديو ويتفوق فيها على غيره من وسائل الاتصال الأخرى ، جاءت أهمية دورة في تنمية المجتمعات النامية والنهوض بها .

وأصبح تقدم المجتمعات النامية مرتبطاً إلى حد بعيد بمدى نجاح عملية استخدام وتوظيف وسائل الإعلام فيها ولاسيما الراديو ، وإذا كانت الإذاعة المركزية لا تستطيع

القيام وحدها بهذا الدور فإن إنشاء المزيد من الإذاعات الإقليمية والمحلية أتاح فرصة أكبر أمام الراديو للتأثير والنجاح .

### ثالثا : التلفزيون :

رغم حداثة التلفزيون إذا ما قيس بغيره من وسائل الإعلام الأخرى ، إلا أنه وفي غضون سنوات قليلة أصبح يتربع على عرش تلك الوسائل ، اصبح منافسا خطيرا لها من حيث الانتشار والجماهيرية وربما القدرة على التأثير !!

ولم تقف منافسة التلفزيون لغيره من الوسائل عند حدود الوظيفة الإعلامية أو الترفيهية فحسب ، بل امتدت تلك المنافسة لتشمل مختلف الوظائف الاتصالية الأخرى ، ويملك التلفزيون العديد من الخصائص والمميزات التي تجعل منه الوسيلة الأولى التي تسعى إليها - وتؤثر من خلالها أية جهور تبذل في إطار الإعلام السياحي .

### خصائص التلفزيون ومميزاته :

#### 1 - الجماهيرية وسعة الانتشار :

يملك التلفزيون العديد من القدرات والمميزات كوسيلة اتصال جماهيرية فإلى جانب تخطيه حاجز الأمية ، وقدرته على مخاطبة الجماهير المختلفة دون حاجة إلى معرفة القراءة والكتابة ، فإن التطورات المتلاحقة شهدتها صناعة أجهزة الاستقبال التلفزيونية جعلت هذه الأجهزة في متناول أيدي مختلف فئات الشعب على اختلاف مستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية .

ولقد خلق التلفزيون منذ نشأته اكتساحا لوسائل الإعلام الأخرى وأثر على مدى جماهيريتها ودفعها إلى تطوير خدماتها والاهتمام برسائلها وإلا طواها النسيان ، ومن ذلك آثاره المبكرة على صناعة السينما الأمريكية حيث انخفض متوسط عدد رواد السينما

من 90 مليون مشاهد أسبوعياً في عام 1946 ، إلى 46.5 مليون مشاهد في عام 1955 .

كما لا يخفى تأثير ظهور التلفزيون على مدى انتشار وجماهيرية الراديو والذي دفع بالأخير إلى القناعة بالتركيز والاهتمام بوظائف محددة ، نعم لقد قدم التلفزيون وسيلة اتصالية متطورة أقرب ما تكون للاتصال الشخصي الأكثر قدرة على التأثير والإقناع ، واصبح التلفزيون يستحوذ على المشاهدين بالتركيز على صورة متحركة وناطقة محصورة في إطار محدد توفر لهم العديد من الخبرات الثقافية والإخبارية والتعليمية والترفيهية دون أن يبذلوا جهداً كبيراً .

وقد أجريت العديد من الدراسات الميدانية التي أثبتت طول ساعات المشاهدة التي يمضيها الناس أمام شاشات التلفزيون والتي يفوق عددها ومدى تأثيرها كل الأوقات التي يقضيها الناس مع وسائل الإعلام والثقافة الأخرى بما في ذلك دور العلم !!

كما أن واحداً من أهم الجوانب الإيجابية للتلفزيون هو أنه استطاع أن يحقق إشراك الجميع في معايشة تجربة واحدة رغم الحواجز الجغرافية والمسافات البعيدة . وحقق نوعاً من التجانس الاجتماعي داخل المجتمع الواحد بدمجه ثقافته الصفوة مع ثقافة الجماهير مما حقق له انتشاراً وتأثيراً أقوى.

ولا يخفى - كذلك - أن عملية التعرض للرسالة التلفزيونية تشكل في حد ذاتها ميزة أخرى للتلفزيون من حيث الانتشار والتأثير ، فالمشاهد يتلقى تلك الرسالة وهو في حالة من الاسترخاء الذهني ، والراحة النفسية في منزله. وغالباً ما تتم المشاهدة وسط أفراد الأسرة أو مجموعة صغيرة من الأقارب أو الأصدقاء ، وهي أمور تترك بصماتها على مدى الاستجابة لتلك الرسالة ومدى قدرتها على الإقناع والتأثير.

ثم إن تنوع البرامج والمواد التي يقدمها التلفزيون تتيح له فرصة مخاطبة مختلف فئات ونوعيات الجماهير ، وفي الأوقات التي تناسبهم.

ويعتبر التلفزيون من أقدر وسائل الإعلام على التكرار والإعادة وتقديم الموضوع الواحد ، أو الفكرة الواحدة بأشكال وأساليب مختلفة بحيث يظهر في كل مرة ، وكأنه موضوع جديد. ومن هنا فإن اعتماد التلفزيون على الأسلوب غير المباشر في التكرار يجعل أثره أبلغ وأقوى.

## 2 - الإمكانيات التقنية والفنية الواسعة للتلفزيون :

ولد التلفزيون عملاقاً استمد قوته وقدراته من تراث طويل لوسائل إعلامية أخرى سبقته في الظهور ، وطورت فنونها وتقنياتها بما أفاد التلفزيون بشكل كبير . فلقد جاء التلفزيون خلاصة لتطور فنون كل من المسرح والسينما والراديو . فطور من فنونها وإمكانياتها بما يتلاءم مع وظيفته الجديدة.

وفي ظل التطورات السريعة والمتلاحقة فاق التلفزيون كل التصورات وأضحى - بإمكانياته الفنية العالية - الوسيلة الإعلامية الأولى.

ولن نستطيع أن نقدم في عجاله التطورات التقنية والفنية التي لحقت بصناعة وفنون التلفزيون منذ نشأته ، وحتى اليوم إلا أننا سنشير إلى أهم ما يتمتع به هذا الجهاز من مميزات تقنية وفنية يمكنها أن تزيد من قدراته الإقناعية .

## 3- التلفزيون يجمع بين الصوت والصورة والحركة :

لعل من أهم مميزات التلفزيون هو أنه كوسيلة إعلامية - يجمع بين مخاطبة حاستي السمع والأبصار وهذا يعطيه قوة وقدرة كبيرة على الإقناع والتأثير ذلك أن قدرة الفرد على استيعاب المعلومات تزداد بنسبة قد يزيد على 35 % عندما يتلقاها عن طريق

الصوت والصورة فالتلفزيون حين يجمع بين الصوت والصورة والحركة فانه يكون بذلك مشهداً متكاملًا ويضيف إلى سحر الصوت إغراء الصورة المتحركة.

وإذا كان التلفزيون يشترك مع السينما في الجمع بين الصوت والصورة والحركة بما يضيف أبعاداً حقيقية تقترب من الواقع بما يسهل عملية الفهم والاستيعاب إلا انه يتميز على السينما بصفة الفورية والتي تجعل المشاهد يعيش مع الأحداث لحظة وقوعها فيزداد تفاعله معها.

ومن هنا فقد قدمت الصورة المتحركة في التلفزيون بديلاً للواقع الحركي يكاد أن يماثله في مظهره واستمراره وتطوره كما أنها قدمت تفسيراً للواقع عن طريق تفسير حركته وتبسيطها أمام المشاهدين ف الصورة مهما كانت درجة جودتها الفنية فإنها لا تجذب الانتباه وهي في حالة سكون.

ويمكننا أن نحدد أهمية الصورة المتحركة في التلفزيون كعنصر فني للتعبير عن الواقع

فيما يلي :

\* أنها تستطيع اختصار الزمن وذلك حين تقدم في دقائق معدودة أحداثاً وقعت في فترات زمنية طويلة.

\* أنها تستطيع أن تقدم الواقع من زاوية جديدة مثل تصوير الحدث الواقعي من خلال زاوية جديدة فيبدو عناصر حركته وتغيرها الشكلي بطريقة غير مألوفة توضح تناسقاً أو تناقضاً هاماً.

\* أنها تمكن من تكرار الواقع الحركي عندما يتطلب الأمر مشاهدة الحدث أكثر من مرة لاستيعابه ودراسته وهي جوانب فنية يمكن استخدامها بشكل مكثف في الإعلام السياحي وعرض المنتجات. السياحية .

\* التحكم فى عرض سرعة حدوث الواقع للإيضاح والإقناع وذلك عن طريق إبطاء أو إسرار تعاقب الصورة على الشاشة أمام المشاهدين . ويمكن استخدام هذه الإمكانيات والخدع الفنية فى تقديم المنشآت والمغريات السياحية وتصوير المناطق الأثرية.

\* تتميز الصورة المتحركة بقدراتها على تمثيل الواقع المجرى الذى قد يصعب التعبير عنه أو إدراكه بالحواس تمثيلا حيا ملموسا وذلك باستخدام الرسوم المتحركة أو الرسوم التوضيحية والتي تتميز بالخيال الذى لا تقيدته القوانين الطبيعية المألوفة.

#### 4 - يتميز التلفزيون باستخدام الألوان :

بدأ استخدام الألوان فى التلفزيون فى منتصف الستينيات فى الولايات المتحدة الأمريكية ولقد كان استخدام الألوان فى البث التلفزيوني فتحا جديدا فى تطوير الخدمة التلفزيونية ولا يخفى على أحد الدور الذى يمكن أن تلعبه الألوان فى جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بمضمون الرسالة الإعلامية مما يعطيها ميزة الواقعية الى جانب الدقة فى العرض والتناول كما أن استخدام الصورة الملونة يؤدي إلى خلق الجو المناسب لتقديم المعلومة فالتلفزيون يستطيع أن يخرج بكاميراته إلى أماكن تقديم الخدمة على الطبيعة ويعرض الخدمة السياحية مثلا كما هي فى الواقع مما يبرز مزاياها وخصائصها بشكل أكثر جاذبية مما ينعكس على مدى اقتناع المشاهدين بها .

#### 5 - يتميز التلفزيون بتعدد وتنوع أحجام اللقطات :

يمتلك التلفزيون العديد من الخصائص والقدرات الفنية المتطورة التي تمكنه من تقديم أعمال فنية متقنة تفوق بكثير نظيراتها فى السينما مثلا ولقد تطورت أجهزة وأدوات الإنتاج التلفزيوني بشكل كبير فى السنوات الأخيرة واصبح من الصعب متابعة ما تقدمه المصانع من مستحدثات تكنولوجيا التلفزيون سواء بالنسبة لأنواع الكاميرات أو أجهزة التسجيل والمونتاج أو تقنيات البث وأساليب الإخراج الحديثة ولقد استفاد التلفزيون من هذه الإمكانيات ا لمتطورة والمتلاحقة فى تقديم مزيد من الإبهار والتأثير .

ويعد تنوع أحجام وأنواع اللقطات التلفزيونية من أهم عناصر عرض المادة التلفزيونية في المجالات المختلفة ومن بينها المجال السياحي فهذا الجانب الفني يتيح للتلفزيون فرصة عرض المنشآت السياحية والآثار من خلال لقطات وزوايا متجددة تضيء عليها مزيداً من الواقعية والإبهار الذي يدفع إلي الترويج في مشاهدتها على الواقع.

#### 6- تنوع المواد والبرامج التلفزيونية :

يقدم التلفزيون على مدى ساعات إرساله الطويلة العديد من البرامج التي تلبي مختلف أذواق واحتياجات ورغبات المشاهدين فبالإضافة إلي البرامج التي تقدم للجمهور العام يقدم التلفزيون برامج تخاطب جمهوراً نوعياً كبرامج المرأة أو الشباب أو الأطفال أو غيرها ويتيح هذا التنوع فرصة لتقديم مواد وبرامج سياحية تخاطب جمهوراً عاماً أو جمهوراً نوعياً وقد جاء استحداث القنوات المتخصصة استجابة لتطورات تكنولوجية معاصرة وتأكيداً لحرص التلفزيون على تلبية احتياجات نوعيات متخصصة من الجمهور وقد أتاح ذلك فرصة عظيمة أمام الدول المختلفة لتعرض إمكانياتها وقدراتها السياحية والحضارية سواء من خلال قنوات التلفزيون العامة أو المتخصصة بل أنشأت بنص المؤسسات والهيئات العاملة في مجال السياحة قنوات تلفزيونية متخصصة في تقديم الموضوعات والبرامج السياحية .

#### 7- القدرات الإقناعية للتلفزيون .

يرى خبراء الاتصال أن الرسالة الإعلامية الفعالة هي مزيج من الجوانب والاستمالات العقلية والعاطفية وتقوم الجوانب العقلية أو المنطقية بتقديم بعض الأفكار أو المعلومات الحقيقية عن الموضوع ( الخدمة السياحية مثلا ) في حين تقوم الجوانب العاطفية أو الوجدانية بمحاولة التأثير عن طريق مخاطبة المفاهيم والأحاسيس والمشاعر العاطفية وخلق الانطباعات والميول والمعاني الشعورية لدى الجمهور .

ولكي تصل الرسالة إلي درجة عالية من الإقناع والقابلية للتصديق فإنه ينبغي ان تصاغ بطريقة جيدة يراعي فيها قدرتها على جذب الانتباه وإثارة اهتمام المتلقي ومخاطبته

برموز ومفاهيم يسهل عليه فهمها بنفس المعنى المقصود وان تقدم من خلال الوسيلة المناسبة.

وكلما اقتربت الوسيلة فى أسلوبها من محاكاة الواقع كانت اقدر على الإقناع والتأثير ويملك التلفزيون إمكانيات فنية كبيرة تجعله اقرب وسائل الاتصال إلي المحاكاة فهو يقدم تجسيدا للواقع أمام الشاهدين لكنه لا يقدم الواقع كما هو بل يقدمه من منظور فني خاص فالشاشة سواء فى التلفزيون أو السينما ليست إعادة للواقع كما هو بل هي إنتاج جديد فى خلق الشاشة والجمهور معا ذلك ان الواقع هو الذى يخضع لقدرات وإمكانيات التلفزيون والسينما وليس العكس .

ومن هنا فان الإمكانيات الفنية المتوفرة للتلفزيون تجعله اكثر قدرة على التأثير فى المشاهدين واقناعهم وهي ميزة هامة يستفاد منها فى تقديم البرامج والموضوعات السياحية التي تهدف إلي إقناع المشاهدين بجدوى قيامهم بنشاط سياحي.

كما أن ثمة نقطة أخرى هامة فى هذا المجال وهي انه نتيجة للتطورات المتلاحقة فى فنون العمل التلفزيوني والزيادة المضطردة فى ساعات إرساله وتفوقه على غيره من وسائل الإعلام أكسبته ميزة القابلية للتصديق فقد أصبحت نسبة كبيرة من المشاهدين تميل الى تصديق كل ما يرونه على الشاشة نظرا لمحاكاته للواقع وليس هذا الأمر قاصرا على فئتين من المشاهدين هما الأميون والأطفال إلا انه يوجد بدرجة أو بأخرى حتى بين الجماهير فى اكثر المجتمعات ثقافة وتقدما.

#### رابعا : السينما :

تعد السينما إحدى الوسائل الإعلامية الجماهيرية ذات التأثير القوى على المتلقين صحيح أن انتشار الراديو والتلفزيون والفيديو قد شكل منافسة شديدة انعكست على صناعة السينما وأثرت على إعداد روادها بما اصبح يمثل تهديدا لصناعة السينما وامكانية استمرارها ورغم ذلك تظل السينما - ببريقها الخاص - وسيلة هامة من وسائل الاتصال والتعبير .

وتستخدم السينما على نطاق واسع في تقديم صورة إيجابية عن الدول والشعوب التي تمثلها ومن ثم هذه الصورة الى مختلف الشعوب ومن ثم تهتم المؤسسات والهيئات العاملة في مجال السياحة تقدم من خلال السينما بهدف مزيد من التنشيط والترويج لمنتجاتها السياحية .

وتتملك السينما - كوسيلة اتصال - العديد من الخصائص والمزايا التي تمكنها من تقديم خدمات مميزة للإعلام السياحي ومن أهم هذه الخصائص والمميزات :

ان الحالة النفسية التي يكون عليها المتفرج أثناء المشاهدة تزيد من استعداده لتقبل كل ما يعرض على الشاشة فعندما يقدم إعلان عن خدمة سياحية مثلا او فيلم عن منطقة سياحية قد يلقي قبولا لدى المشاهدين لا نهم يكونون مؤهلين لمشاهدة كل ما يعرض.

ان السينما باستخدامها لعناصر الصوت والصورة والحركة والألوان وإمكانياتها الضخمة والقدرات الإخراجية التي تتمتع بها تتيح أمام مخططي الحملات الإعلامية السياحية عرض وتقديم منتجاتهم السياحية بأعلى درجة من الكفاءة والإبهار والقدرة على التأثير.

أن كبر حجم الشاشة في السينما يعطي المادة المقدمة فرصه اكبر للعرض من مختلف الزوايا وبدرجة عالية من الإبهار وهي ميزة يمكن استغلالها في تصوير المناطق السياحية والأثرية وتشويق المشاهدين الى زيارتها.

## الفصل التاسع

### وسائل الاتصال الإلكترونية

تعددت وسائل الاتصال الإلكترونية في هذا العصر وتتنوعت من حيث التركيب وجودة الاستخدام، فضلا عن السهولة في الاستعمال. فبعد أن كانت قاصرة على نقل الأصوات والإشارات فقط، أصبحت تستخدم في نقل الصور الثابتة والمتحركة بجودة عالية بجانب الأصوات والإشارات، مما جعلها تستخدم في عملية التواصل عن بعد بكفاءة وجودة عالية، وبعضها يتم من خلال بيئة افتراضية وكأن طرفي الاتصال متواجدين في قاعة واحدة. وتستخدم وسائل الاتصال الإلكترونية في نقل الرسائل بجميع أنواعها التثقيفية والعلمية والترفيهية والرياضية والاجتماعية وغيرها.

وقد كانت وسائل الاتصال في الماضي تستخدم للتواصل بين الأفراد المتواجدين في أماكن غير متباعدة، وقد تطور الأمر شيئا فشيئا حتى أصبحنا نعيش فيما يشبه القرية العالمية والتي تعني إمكانية التفاعل المباشر للأفراد بين أرجاء العالم كله في لحظة واحدة، وقد دعمت تلك القرية شبكات الحاسوب الإلكترونية المنتشرة خلال دول العالم والتي تمثل الآن وسيلة جديدة من لامركزية التخاطب والتحاور والاتصال بين الأفراد والمؤسسات، خارج الحدود وعبر القارات.

#### أنواع وسائل الاتصال الحديثة :

وهي تلك الوسائل التي نستعملها لتوصيل معلومات ومعارف دون الاعتماد على الكلمات المكتوبة أو المقروءة مثل الصور الفوتوغرافية، الملصقات، الأفلام التعليمية، البرامج التلفزيونية، الاسطوانة المدمجة، الرسوم التوضيحية، الصور الثابتة، الصور المتحركة، وغيرها من الوسائل التي تعتمد على استخدام حاسة السمع أو حاسة البصر أو كليهما معا.

## الفيس بوك:

هو موقع اجتماعي أطلق في الرابع من فبراير 2004 ويتبع شركة فيس بوك الخاصة ويسمح للمستخدمين بالإنضمام إلى عدة شبكات فرعية من نفس الموقع تصب في فئة معينة مثل منطقة جغرافية معينة وغيرها من الأماكن التي تساعد على اكتشاف المزيد من الأشخاص الذين يتواجدون في نفس فئة الشبكة.

وهو : موقع ويب يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة. وفي حالة التسجيل يسحب الموقع عناوين الإيميل الخاص بك (الهوتميل- في حالة موافقتك) ويزودك بأسماء المسجلين في الموقع منهم وفي حالة أن أضفت احدهم أيضا يزودك تلقائيا بأسماء أصدقائه وبهذه الطريقة تتكون العلاقات والصدقات بشكل سريع وضخم .

وهو : وسيلة اجتماعية تساعد الأعضاء أن يتشاركون بالمعلومات والأخبار مع أناس آخرون في دوائرهم الاجتماعية والعالم بسرعة وفعالية، ويمكن نشر صور الأعضاء الخاصة وخططهم الخاصة وأحلامهم وأخبارهم مع صور وأفلام ومناسبات تهمهم مع طلب مشاركة اجتماعية من يهتمون بهم سواء في دائرتهم الاجتماعية أو على مستوى العالم

## خصيات الفيس بوك :

يوفر الفيس بوك الخصيات التالية :

**أولاً: خاصية الصور Photos:** وهذه الخاصية تتيح للمستخدم إمكانية إعداد ألبوم للصور الخاصة به ، كما يستعرض من خلالها صور أصدقائه المضافين لديه .

**ثانياً: خاصية Video:** وهذه الخاصية توفر للمستخدم إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها علي هذا الموقع بالإضافة إلي إمكانية تسجيل لقطات الفيديو

مباشرة وإرساله كرسالة مرئية (صوت وصورة).

ثالثاً: **خاصية الحلقات Groups**: وهي تمكن المشتركين من إعداد مجموعات نقاش في موضوع ما.

رابعاً: **خاصية الأحداث الهامة Events**: وهذه الخاصية تتيح للمشاركين إمكانية الإعلان عن حدث ما جاري حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء به.

خامساً: **خاصية الإعلان Market place**: وتلك تمكن من الإعلان عن أي منتج تود الإعلان عنه أو البحث عن أي منتج ترغب في شرائه.

### أهميه الفيس بوك:

- 1- طريقة للتواصل مع الأصدقاء: هذه الطريقة سريعة عندما تحتاج تذهب إلى بروفایل Profile صديقك، حيث أن التعليق سيكون من صفحة الهوم Home الخاصة بك .
- 2 - يمكن استخدامه في العملية التعليمية والنقاش بين أعضاء المجموعة الواحدة.
- 3 - التعرف علي أصدقاء جدد في جميع أنحاء العالم.
- 4 - إنشاء مجموعات بين الأصدقاء لتبادل المعلومات.
- 5- يتيح رفع الصور ولقطات الفيديو وعرضها علي البروفايل الخاص للمجموعة.

### التويتر

هو موقع اجتماعي تفاعلي شعاره العصفور الأزرق ، ويعتمد على التدوين المختصر بحد أقصى (140 حرف) في كل تدوينة، تستطيع من خلاله متابعة أي شخص يهتمك قد يكون صديقك أو شخص مشهور أو جهة كصحيفة أو قناة أو جامعة أو غير ذلك، فعبّر إضافتك له تتعرف على آخر أخباره وأحواله ، ويبلغ من يستخدمه اليوم أكثر من 175 مليون إنسان، وتبلغ قيمته 4 مليار دولار، وهو المنافس الأهم للفيس بوك، وقد

يُغير تويتر مسارات سياسية في بعض الدول حيث يستخدمه البعض كأداة ضغط إعلامي لنشر ما يريدون نشره، وأخيراً اختير من أسسه ضمن أقوى 100 شخصية تأثيراً في العالم!

**مميزات تويتر:**

- يصل إليك الخبر سريعاً وطازجاً وربما من موقع الحدث مباشرة.
- الإحاطة بأخبار من يهتمك عن طريقه مباشرة.
- الاستفادة من تجارب الآخرين واستشاراتهم.
- تكوين صداقات ومناقشات مع شخصيات هامة أو مشهورة في كل مجال تهتم به.
- الحصول على زبدة الفوائد وأشهر المقولات والروابط المهمة لأي موضوع قد يهتمك في الإنترنت من خلال الاشتراك في المجموعات المعنية بذلك.

**عيوب تويتر :**

- سرعة انتشار الشائعات.
- هناك قلة ينتحلون شخصيات المشاهير فيجب العلم بهذا.
- كثرة التهريج وعدم الاستفادة الجدية منه بالنسبة للبعض ومن ثم ضياع الأوقات.
- التصميم غير الجذاب ، وعدم ادراج خيارات للتصفح بلوحة المفاتيح والتحكم ومشاكل حجم الخط
- استخدامه فيما يُفسد ويضر كأى آلة أو جهاز آخر له وجه حسن وآخر سيئ حسب من يستخدمه.

**أجهزة الكمبيوتر :**

- وهي الأجهزة التي تعتمد على استخدام البرامج الإلكترونية المتخصصة ذات التقنية العالية لنقل الرسالة بين طرفي الاتصال، من خلال الاتصال بأجهزة عملاقة (خادمت/سيرفرات) التي تتواصل مع شبكة دولية للحاسبات بصورة عنكبوتية، بما يمكن مستخدميها من التواصل مع في أي مكان بالعالم وفي أي فترة زمنية من خلال الصوت والصورة، بالإضافة إلى إمكانية التفاعل الآني بين طرفي الاتصال، مهما اختلف التوقيت الزمني أو

البقعة المكانية التي يقيمون فيها، إذا ما توفرت لهم الأجهزة والاتصال بالشبكة العالمية للمعلومات ( الشبكة العنكبوتية).

وقد سهلت أجهزة الحاسوب التواصل بين الأفراد على اختلاف وبعد أماكنهم من خلال شبكات متنوعة من التواصل، والتي من أكثرها شهرة واستخداما الفيس بوك وتويتر والماسنجر والياهو ماسنجر والإسكايب وغيرها من البرامج.

### مميزات الكمبيوتر :

من مميزات استخدام أجهزة الحاسوب في عملية التواصل ما يلي:

- 1 - من أكثر تطبيقات استخدامها من خلال شبكة الانترنت التي تستخدم في محركات البحث، والبريد الالكتروني، ومواقع التواصل الاجتماعية، والاجتماعات والمؤتمرات، وذلك بكفاءة عالية.
- 2 - نقل الصوت مع الصورة في نفس الوقت والتواصل مع أي فرد في أي بقعة من العالم بشرط دخوله على شبكة الانترنت.
- 3 - التفاعل الآني بين طرفي الاتصال و سرعة نقل الرسائل.
- 4 - إمكانية التعرف على التغذية الراجعة وتعديل الرسالة بناء عليها و إمكانية مراعاة الخصوصيات الثقافية والعلمية والفردية عند التواصل.
- 5 - لا يحتاج إلى تكلفة مادية عالية من المستخدمين سواء كان مرسل أو مستقبل.
- 6 - سهولة حفظ الرسالة وإعادة الاستماع إليها مرة أخرى.
- 7 - يمكن التأكد من صحة أو خطأ الرسالة بالبحث في مواقع أخرى.
- 8 - سهولة الانتقال والحركة أثناء عملية الاتصال من خلال أجهزة الحاسوب المحمولة.
- 9 - تستخدم في مجالات الحياة المتنوعة بسهولة في المجال الاعلامي والتجاري الطبي والتعليمي وغيرها.

### عيوب الكمبيوتر :

من عيوب استخدام أجهزة الحاسوب في عملية التواصل ما يلي:

- 1 - العيوب الفنية والتقنية التي قد تسبب التشويش في عملية الاتصال.
- 2 - تحتاج إلى مهارات خاصة للتعامل مع أجهزة الحاسوب وبرامجها المتخصصة.
- 3 - لا تراعي الاختلافات الثقافية ولا القيم الاجتماعية للأفراد أثناء عملية التواصل.
- 4 - ظهور برامج متطفلة غير مرغوبة أثناء عملية التواصل.
- 5 - تعرض أجهزة الحاسوب للفيروسات الإلكترونية مما يفقدها عامل السرية والأمان.
- 6 - إمكانية التحايل والكذب باستخدام برامج متخصصة، والدخول بأسماء مستعارة.
- 7 - ضعف الرقابة على الأجهزة وبرامجها.
- 8 - استخدامها في أغراض غير مشروعة.
- 9 - انعزالية الأفراد من خلال العيش في عالم افتراضي بعيدا عن الأهل.
- 10 - تسهيل انتشار العنف والجريمة.

### الأسطوانات المدمجة CD

وتستخدم في نقل الرسائل الاتصالية من خلال نقل الصوت والصورة معا بطريقة مسجلة بحيث لا يمكن تعديلها.

**مميزات الاسطوانات المدمجة :** تتميز الأسطوانات المدمجة في عملية التواصل بما يلي:

- 1 - قلة التكاليف وسهولة النقل والتخزين والنسخ.
- 2 - إمكانية استرجاع معلوماتها.
- 3 - لا يمكن تعديل الرسالة مما يضمن عامل الأمانة في النقل دون تحريف أو تشويه.
- 4 - استخدامها لنقل الرسالة الصوتية والمرئية.

**عيوب الاسطوانات المدمجة :** من عيوب استخدام الأسطوانات المدمجة في عملية

التواصل ما يلي:

- 1 - لا يحدث التفاعل الآني بين طرفي الاتصال.

- 2 - ضعف التغذية الراجعة.
- 3 - تلفها بعد فترة زمنية.
- 4 - لا يتوفر لها عامل السرية.
- 5 - لا تراعي الظروف البيئية أثناء عملية الاتصال.
- 6 - مشاكل اللغة والمصطلحات.

### الأتمار الاصطناعية

وهي الأجهزة التي يعتمد عليها كثير من وسائل الاتصال الأخرى في نقل الصوت والصورة، وهي ذات تقنية عالية تدور حول الكرة الأرضية في مسارات خاصة بأعداد كبيرة، وتسمى بوسيلة الوسائل فهو ذو عدة وظائف متعددة مثل استلام الموجات الصاعدة من المحطات الأرضية، ثم تغيير تردداتها وتضخيمها وإرسالها مرة أخرى إلى المحطات الأرضية (المستقبل).

وتستخدمها أجهزة عديدة أهمها التلفاز والراديو والهاتف والانترنت من خلال البريد الإلكتروني وإدارة الأعمال والتتقيب عن الثروات وغيرها من الاستخدامات.

### شبكة الفيديوكونفرانس

وهي شبكة للاتصال التفاعلي بين طرفي الاتصال تجمع بين تقنية الحاسبات وأجهزة التلفاز، حيث يتم من خلالها نقل الصوت والصورة في نفس الوقت بالإضافة إلى إمكانية التفاعل الآني بين طرفي الاتصال، سواء كان طرفي الاتصال في دولة واحدة أو في دول مختلفة في أي بقعة من العالم، وهي تستخدم في الاجتماعات والمؤتمرات على نطاق واسع.

**مميزات الفيديوكونفرانس:** من مميزات استخدام شبكة الفيديوكونفرانس في عملية التواصل بما يلي:

- 1 - التفاعل الفوري في عملية التواصل و توفير النفقات والوقت.

- 2 - الجودة العالية في نقل الصوت مع الصورة بما يوفر بيئة شبه طبيعية في التواصل.
  - 3 - التغلب على البعد المكاني لطرفي الاتصال.
  - 4 - إمكانية المتابعة الفورية لطرفي الاتصال ودراسة انطباعاتهم.
  - 5 - إمكانية الاتصال دون التأثير بفروق التوقيت الزمنية بين البلدان.
- عيوب الفيديوكونفرانس :** من عيوب استخدام شبكة الفيديوكونفرانس في عملية التواصل ما يلي:

- 1 - عيوب التقنية التي تسبب المشوشات في عملية الاتصال.
- 2 - اختراق الشبكة من خلال الفيروسات الإلكترونية مما يقلل عامل السرية.
- 3 - التكلفة المادية العالية مقارنة بالوسائل الأخرى.
- 4 - التقيد أثناء عملية الاتصال بمكان تثبيت الشبكة.

### **التليفون الثابت :**

ويستخدم في نقل الرسائل الصوتية بين المرسل والمستقبل على نطاق واسع في التواصل بين الإدارات المختلفة وقطاع الأعمال.

**مميزات التليفون الثابت :** يتميز التليفون الثابت في عملية التواصل بما يلي:

- 1 - قلة التكاليف.
- 2 - نقل الرسالة الصوتية بصورة فورية.
- 3 - توفر التغذية الراجعة والاستجابة الآنية.
- 4 - ضمان عامل السرية بين طرفي الاتصال.
- 5 - توضيح المصطلحات الفنية والكلمات الغامضة في الحال.

**عيوب التليفون الثابت :** من عيوب استخدام التليفون الثابت في عملية التواصل ما يلي:

- 1 - يعتمد على حاسة السمع فقط ويفتقد للتواصل البصري.
- 2 - صعوبة التعرف على الظروف البيئية للطرف الآخر.

- 3 - ضعف عامل الصدق في عملية التواصل وإمكانية التحدث بغير الواقع.
- 4 - عيوب الجهاز الفنية والتقنية قد تؤدي إلى تشويش الرسالة.
- 5 - عدم إمكانية استخدام لغة الجسد أثناء التواصل.
- 6 - عدم رؤية كل من طرفي الاتصال قد يسبب فهم الرسالة بغير معناها.

### التليفون المرئي :

وهو تعديل للهاتف الثابت يمكن من رؤية طرفي الاتصال لبعضهما أثناء عملية الاتصال، يستخدم في نقل الرسائل الصوتية والصورية أيضا في نفس الوقت بين المرسل والمستقبل، وهو يستخدم في الإدارات والبنوك التي تتطلب توافر درجة كبيرة من الأمن عند التعامل مع الأفراد.

**مميزات التليفون المرئي:** من مميزات استخدام التليفون المرئي في عملية التواصل بما يلي:

- 1 - نفس مميزات الهاتف الثابت.
- 2 - إمكانية رؤية طرفي الاتصال.
- 3 - التعرف على انطباعات طرفي الاتصال في نفس وقت الرسالة.
- 4 - استخدام لغة الجسد أثناء التواصل، مما يؤكد الفهم الصحيح للرسالة.
- 5 - توفر درجة كبيرة من الأمن و الصدق.

**عيوب التليفون المرئي:** من عيوب استخدام التليفون المرئي في عملية التواصل ما يلي:

- 1 - عيوب الجهاز الفنية والفنية التي تسبب تشويش الرسالة الصوتية والمرئية.
- 2 - نقل بعض الصور بين طرفي الاتصال قد تكون غير مفيدة في عملية التواصل.
- 3 - لا يمكن استخدامه بعيدا عن مكان تثبيته.
- 4 - صعوبة استخدامه في الاتصال الكتابي.

### التليفون الجوال

وهو يسمى بالجوالم أو الخليوي، وهو تعديل للهاتف الثابت يتيح لطرفي الاتصال أن يتحرك كل منهما بعيدا عن مكان الاتصال، كما يتيح الفرصة للتواصل دون التقيد بمكان العمل أو أوقات العمل الرسمية، بالإضافة إلى إمكانية التواصل الكتابي والصوري بين طرفي الاتصال.

**مميزات التليفون الجوال:** من مميزات استخدام التليفون الجوال في عملية التواصل بما يلي:

- 1 - الجمع بين مميزات الهاتف الثابت والهاتف المرئي في نفس الوقت.
  - 2 - إمكانية استخدامه في الاتصال الكتابي ونقل الصور بين طرفي الاتصال.
  - 3 - عدم التقيد بمكان معين أو وقت معين أثناء عملية الاتصال.
  - 4 - اختصار الوقت وتوفير الجهد والنفقات المادية.
  - 5 - يمكن استخدامه في المجال الأمني والتجاري والصحي والتعليمي.
- عيوب التليفون الجوال:** من عيوب استخدام الهاتف الجوال في عملية التواصل ما يلي:
- 1 - عيوب الجهاز الفنية والتقنية التي تسبب تشويش الرسالة الصوتية والمرئية والمكتوبة.
  - 2 - عدم مراعاة الأوقات والظروف الخاصة لطرفي الاتصال.
  - 3 - تعطل الجهاز تماما في حالة عدم المقدرة على شحنه بالطاقة الكهربائية.
  - 4 - استخدام الجهاز في تسجيل الرسالة الصوتية دون معرفة الطرف الآخر.
  - 5 - تزويد الأجهزة الحديثة بالبرامج الذكية التي تمكن من استخدامه في أغراض قد تكون غير مشروعة.

## الفصل العاشر

### نماذج الاتصال

#### مفهوم النموذج :

يلجأ الإنسان - لفهم العديد من الظواهر التي تحيط به وتفسيرها إلى أساليب التبسيط والمحاكاة وفي إطار ذلك فإنه قد يلجأ إلى وضع نموذج مصغر لأشياء أو مدركات كبيرة بهدف تبسيطها وإخضاعها للدراسة والتحليل ومن هنا تأتي أهمية النماذج في زيادة فهمنا للظواهر وقدرتنا على الوصول إلى تعميمات تفسر الظواهر المشابهة لها إلى جانب زيادة قدرتنا على التنبؤ وفهم المكونات الأساسية لأية ظاهرة.

والنموذج هو محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثاً أو ظاهرة ما في شكل رمزي والنموذج بذلك هو أداة ثقافية تساعدنا على فهم الظاهرة محل الدراسة.

وتعرض النماذج في أشكال عديدة فهناك نماذج لفظية ونماذج إحصائية أو رياضية أو غيرها ورغم تعدد واختلاف النماذج التي يضعها الإنسان لتفسير الظواهر وتحليلها فإنه يمكن رصدها في فئتين رئيسيتين :

**1- النماذج البنائية :** وهي التي تركز على بناء الظاهرة من حيث مكوناتها وعدد تلك المكونات وترتيبها وخصائصها أي ان هذه النماذج تحلل الظاهرة إلى وحدات صغيرة تتكون منها هذه الظاهرة .

**2- النماذج الوظيفية :** وهي التي تركز فى الأساس على نظام عمل الظاهرة وهي نماذج تشرح طبيعة القوى والمتغيرات التي تؤثر فى النظام أو الظاهرة محل الدراسة كيف تتفاعل تلك القوى والمتغيرات لتحقيق آليات العمل .

ولا شك أن كلا من النوعين هام وأساسي لتفسير الظواهر وشرحها مع اختلاف المدخل بالنسبة لكل نوع فعندما نحاول تقديم نموذج للعين البشرية مثلا فقد نقدم نموذجا بنائيا يتحدث عن مكونات العين واجزائها اى نقدم تشريحا للعين البشرية يوضح لنا التفاصيل الدقيقة للأجزاء التي تتكون منها العين وهو ما نشاهده عندما نزر عيادة لطبيب العيون وقد نقدم نموذجا وظيفيا يشرح كيفية تتاغم عمل هذه الأجزاء والمكونات لتحقيق الأبصار أي نموذج يشرح ويفسر لنا كيف تعمل العين البشرية .

### ويشترط لنجاح النماذج فى تحقيق الهدف منها :-

- \* أن يكون النموذج مبسطا وواضحا .
- \* أن يكون النموذج صورة طبق الأصل للظاهرة الحقيقية اى يحاكي الواقع تماما.
- \* أن يكون النموذج مركزا بمعنى ان نبتعد به عن التفاصيل الدقيقة أو الهامشية التي لا يؤثر غيابها على فهم الظاهرة.
- \* أن يتضمن النموذج مصطلحات وعبارات يسهل فهمها وتفسر الخصائص الأساسية للظاهرة .

### **وظائف النماذج :**

يمكن تحديد الوظائف التي تؤديها النماذج فيما يلي :

### **1- تنظيم المعلومات :**

النموذج هو محاولة لتوضيح العلاقات والمتغيرات التي يفترض وجودها في الظاهرة بشكل مادي أو رمزي ومن مزايا النموذج انه يعيد الخصائص الرئيسية للنظام او الظاهرة محل الدراسة فيمكننا عن طريق النموذج أن نضع عددا كبيرا من المتغيرات بعضها ببعض ومحاولة استنتاج طبيعة التفاعل فيما بينها مما يضمن عدم تجزئة الأحداث التي تتم دراستها.

كما يتمتع النموذج بميزة التوضيح الذي قد تعجز عنها الكلمات أو الوصف النظري. ومن خلال عرض النموذج - للمعلومات بهذه الصورة يمكن أن يتحقق لنا مزيد من الفهم للظواهر والأحداث وتقييم أفضل للعلاقات فيما بينها فالعرض المنظم والمبسط للمعلومات يجعلنا اكثر قدرة على فهم وتفسير الأحداث والظواهر المعقدة .

## 2- المساعدة على التنبؤ :

الفهم والاستيعاب الجيد للظاهرة هو أول الطريق للتنبؤ بتطورات تلك الظاهرة أو إمكانية حدوث ظواهر أخرى مشابهة .

فعندما نفهم - نظاما أو ظاهرة ما - فانه تتكون لدينا قدرة اكبر على التنبؤ بكل ما هو جديد في تطورات تلك الظاهرة كما أن التنبؤ يحقق لنا إمكانية تطبيق القاعدة العامة على مواقف اخرى مشابهة غير تلك التي قامت على أساسها تلك القاعدة .

## 3- السيطرة على الظاهرة والتحكم فيها :

إذا تحقق للإنسان فهم أفضل للظاهرة وتنبؤ علمي بما يمكن أن تصل إليه من تطورات فانه يستطيع السيطرة على تلك الظاهرة والتحكم فيها واستخدامها لتحقيق مصلحته وهذا جزء هام من الوظائف التي تؤديها النماذج فهي تحقق لنا فهما أوضح للظواهر والنظم

وتضع أمامنا توقعات موثوقة في صحتها لمستقبل تلك الظواهر والنظم وتطوراتها ومن ثم فإنها توفر لنا إمكانيات التحكم فيها وجعلها تحت السيطرة قدر الإمكان .

#### 4- تطوير الأبحاث العلمية :

تساعد النماذج في زيادة قدرات الباحثين والعلماء على فهم الظواهر وبالتالي إجراء المزيد من البحوث والدراسات التي تحقق فهماً أكثر لها ففي مختلف العلوم الطبيعية طور العلماء دراساتهم وأبحاثهم باستخدام النماذج الشارحة والمفسرة وإذا كانت العلوم الإنسانية أو الاجتماعية لم تحقق بعد نفس النجاح الذي أحرزته العلوم الطبيعية في مجال استخدام النماذج إلا أنها قطعت شوطاً لا بأس به في هذا المجال وحقق بعضها تقدماً ملحوظاً في استخدام النماذج لتطوير نظرياته وبحوثه كما حدث في مجال الدراسات الإعلامية.

ولا ينكر أحد أن البحث العلمي هو الأداة الأساسية والوسيلة المنطقية لوضع النماذج ومحاولة تفسيرها وتأكيد فاعليتها فالباحث العلمي يسعى جاهداً لوضع تصور نظري يفسر ظاهرة ما كما يعي إلى تطوير ما هو متاح أمامه من نماذج في مجال تخصصه وتساعده أبحاثه في تقييم النماذج المتاحة أمامه واستخلاص ما بها من مواطن القوة والضعف .

وهذا من ناحية ومن ناحية أخرى فإن النماذج هي المادة الخام والأساسية لتطوير البحث العلمي فالنموذج يساعد الباحث على فهم الظاهرة والتحكم فيها وإدراك مكوناتها وابعادها المختلفة وبالتالي تسهل مهمته العلمية حيث لا يبدأ من الصفر ولكنه يكمل ما بناه الآخرون والسابقون في صورة نماذج ومن هنا تتحقق تراكمية العلم.

والنموذج في مختلف العلوم هو الخطوة الأولى لبناء النظرية بل إن البعض يقول إن النموذج هو نظرية لم تكتمل بعد فالوصول إلى نظرية يتطلب القيام بوضع العديد من

التصورات النظرية فى شكل نماذج بنائية او وظيفية كما تسهم النظريات القائمة فى تنشيط قدرات الباحثين على تخيل ووضع النماذج المناسبة ومحاولة اختبارها وتطويرها وبالتالي نقول ان العلاقة بين النموذج والنظرية علاقة ديناميكية وايجابية متبادلة. وتعد النماذج محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثا او ظاهرة ما ونماذج الاتصال هي محاولة لشرح طبيعة عملية الاتصال وتفسير كيفية تفاعل عناصرها المختلفة لتحقيق أهدافها.

### أهم نماذج الاتصال :

#### أولا : نماذج الاتصال الذاتي :

لا شك أن فهم عملية اتصال الفرد بنفسه تعد عملية أساسية وهامة لفهم عملية الاتصال ككل ذلك ان رد الفعل تجاه أية رسالة يستقبلها الفرد فى اى شكل من أشكال الاتصال الأخرى - يتوقف على كيفية استجابة الفرد لها والتي تحددتها عملية الاتصال الذاتي والتي تتأثر بالمخزون المعرفي والادراكي لدى الفرد عن الأشخاص والأفكار والرموز التي يتعرض لها فى عمليات الاتصال المختلفة .

ولقد تناول العديد من العلماء والباحثين دراسة عملية الاتصال الذاتي ووصف كيفية حدوثها والعناصر المتفاعلة فيها وذلك من خلال نماذج قاموا بتصميمها .

ومن اهم نماذج الاتصال الذاتي .

#### 1 - نموذج بركر وويزمان :

يقوم هذا النموذج على فكرة أساسية مؤداها أن استجابة الفرد لأي عملية اتصال ذاتي تقوم على مجموعة من المنبهات بعضها داخلي مثل الاعتبارات الفسيولوجية أو

السيكولوجية كحالات الجوع او القلق او الغضب وبعضها خارجي توجد فى البيئة المحيطة بالفرد.

ويتلقى الفرد تلك المنبهات الداخلية والخارجية على هيئة نبضات عصبية تنتقل مباشرة إلى العقل الذى يقوم بفرز وتقييم لتلك المنبهات ويقوم باختيار بعضها ثم يقوم بترتيب المنبهات التي تم اختيارها فى شكل خاص يعطي معني او دلالة لدى الفرد وبعد تجميع المنبهات بهذا الشكل يتم فك كود رموز المنبهات التي تم تمييزها ويقوم القائم بالاتصال بتحويلها الى رموز تجعل للمنبهات معني محدد .

وتلي هذه المرحلة مرحلة التأهب والظهور التي تتاح فيها الفرصة لنمو وتطور الأفكار ليأخذ أشكالاً واتجاهات وهنا تصبح الدلالات الفكرية جاهزة لوضعها فى كود أي تحويلها إلى كلمات أو رموز أو إشارات أو حركات لها معني .

وفى المرحلة النهائية يتم إخراج تلك الكلمات أو الرموز فى شكل مادي ملموس يعبر عن استجابة الفرد بطريقة مفهومة ومحددة .

ولا شك ان هذه الاستجابة تتفاعل وتتأثر بنظرة الفرد للحياة وبكل موروثاته الثقافية والحضارية وبكل ما يحيط بالبيئة المكونة لشخصيته.

ويشير نموذج بركر وويزمان الى فكرة رجع الصدى فى عملية الاتصال الذاتي وذلك فى صورة كيف يستمع الفرد لنفسه ؟

ويتم ذلك من خلال استماع حقيقي من جانب الفرد لنفسه وهو يتحدث او من خلال شعور داخلي خفي يعكس تأثير ما يفكر فيه العقل وفى الحالتين يمكن للفرد ان يعدل ويصح رسائله بما يحقق الاستجابة لرجع الصدى الداخلي او الخارجي.

2- نموذج سامويل بويس :

ويفسر هذا النموذج ما يحدث فى عملية الاتصال الذاتي من خلال ما يقوم به الأنيان وما يفتعل داخله من تغيرات وتفاعلات أثناء تلك العملية .

ويركز النموذج على أربعة مجالات أساسية تتفاعل داخل الإنسان :-

#### أ- المجال الكهروكيميائي electro – chemical sphere

ويقصد به كل ردود الفعل الكهربائية والكيميائية التي تحدث داخل الإنسان أثناء عملية الاتصال .

#### ب- المجال الذى يتحرك ذاتيا automatic communication

ويقصد به المدركات الحسية والحركات الأتوماتيكية لأعضاء الجسم سواء تلك التي تتم بصورة عمدية هادفة او تلك التي تتم لا شعوريا .

#### ج- الشعور feeling

ويقصد به العواطف والمكونات النفسية والمقيم والمشاعر التي يحملها الانسان .

#### د - التفكير thinking

ويقصد بها العمليات الفكرية الواعية التي يقوم بها الفرد مثل فك الكود أو الاتصال بالذات ويؤكد النموذج أن الإنسان لا يعيش فى عزلة بل هو محاط بظروف طبيعة تتفاعل بشكل او بأخر مع المجالات الأساسية الأربعة التي أشرنا إليها كما يؤكد ان الإنسان لا يستجيب بردود الاتصال النابعة من الحاضر الذى يعيش فيه فقط بل أن ردود الأفعال تلك تتأثر بالتجارب السابقة وبتوقعاته المستقبلية أيضا ومن هنا جاء نموذج بويس ليصف ويفسر الأسلوب الذى يدرك الفرد بمقتضاه الظروف المحيطة ويتفاعل معها ويمكنه من خلال ذلك إعطاء تجاربه معاني.

## 3- نموذج بارنلند :

ويعد هذا النموذج واحداً من أهم النماذج التي عالجت الاتصال الذاتي بوصفه عملية ذات طبيعة دائرية اى تسير فى اتجاهين من المرسل الي المتلقي ومن المتلقي الى المرسل كما انه اهتم بدرجة كبيرة بالعلاقات الوظيفية التي تنشأ بين مكونات عملية الاتصال.

وفى حين لا يهتم نموذج بارنلند بخصائص المصدر والمتلقي كوحداث فى عملية الاتصال فانه اهتم بوظيفة وضع الفكرة فى كود ووظيفة فك هذا الكود.

كما أكد على أهمية الدلالات المتنوعة التي تصنع التأثيرات الداخلية والخارجية لعملية الاتصال وينطلق النموذج من أن المعني فى الاتصال يصنعه القائمون بالاتصال وينطلق النموذج من ان المعني فى الاتصال عندما يستجيبون للدلالات المادية والسيكولوجية للأفراد الآخرين الذين يقومون بعمليات اتصال إضافة إلي مجموعة أخرى من الدلالات الادراكية التي حددها النموذج أهمها :

## \* الدلالات العامة :

وهي دلالات تكون جزءا من المجال الادراكي عند كل الذين يتلقونها كما يجب ان تكون موجودة قبل وقوع الحدث الذى نقيس الاستجابة له كما ان هذه الدلالات يجب ان يكون خارج سيطرة الأفراد الذين يقومون بملاحظتها ويمكن ان نفرق بين نوعين من الدلالات العامة : -

## أ- الدلالات الطبيعية :

وهي الدلالات الموجودة في العالم المحيط بالإنسان دون تدخل منه مثال ذلك الأحوال الجوية كدرجات والرطوبة والظواهر الطبيعية المختلفة التي قدرة للإنسان في التحكم فيها.

#### ب- الدلالات الصناعية :

وهي الدلالات التي تحدث نتيجة تدخل الإنسان لتعديل الظروف المحيطة به وقدرته على التأثير فيها.

#### \* الدلالات الخاصة :

وتسمى خاصة لأنها دلالات تخص الفرد نفسه وربما لا يشعر بها الآخرون الذين يحيطون به كما ان الفرد لا يستطيع التحكم فيها لأنها ببساطة حدثت بالفعل فالألم الداخلي الذي يشعر به الفرد في معدته مثلا دلالة خاصة لا يشعر بها الآخرون الأصوات التي نسمعها من خلال سماعة خاصة نضعها على آذاننا هي دلالات خاصة بنا تفسير الفرد لمنظر يراه هو دلالة خاصة ربما لا يشاركه الآخرون في نفس التفسير .

#### \* الدلالات السلوكية غير اللفظية :

وتتضمن السلوكيات العمدية التي يقوم بها الفرد في الموقف الاتصالي مثل الحركة او النظر لنفسه في المرآة أو تقليد صفحات الجريدة التي أمامه أو إشعال سيجارته وهي تختلف عن الدلالات العامة في ان الفرد يمكنه ان يسيطر عليها فالفرد يتصرف بشكل ما ثم في اثناء تصرفه يلاحظ ويفسر سلوكياته ويمكنه ان يعدل منها.

والدلالات السلوكية غير اللفظية تعد ظواهر لها دور هام ومؤثر مثل الأشياء الموجودة في الظروف المحيطة وتلعب دورا أساسيا حتي يستطيع الفرد تنسيق أفعاله وتصرفاته.

#### ثانيا : نماذج الاتصال الشخصي والجماهيري :

توجد العديد من النماذج التي قدمها العلماء لتفسير عملية الاتصال الشخصي والجماهيري ويمكننا تقسيم تلك النماذج الى نوعين رئيسيين :

1- نماذج أحادية الاتجاه .

2- نماذج ثنائية الاتجاه .

وسوف نعرض فيما يلي لبعض اهم تلك النماذج :

### اولا : النماذج الخطية " أحادية الاتجاه "

\* نموذج ارسطو :

ويعد من أقدم النماذج التي عرفت عملية الاتصال وهو يرى ان الاتصال يهدف الى البحث عن كل الوسائل المتاحة للإقناع أي أن الإقناع من وجهة نظر أرسطو الهدف الأساسي للاتصال والإقناع بمفهومه يعني تحويلا لمستقبل الى وجهة نظر المرسل ويتكون نموذج ارسطو من ثلاثة عناصر هي:

الخطيب " المرسل "

الخطبة " الرسالة "

المستمع " المستقبل "

وقد ركز ارسطو على ضرورة ان يدرك الخطيب طبيعة الجمهور الذي يوجه اليه الخطبة وما يؤمن به من قيم ومبادئ ومعايير أكد على ضرورة دراسة خصائص هذا الجمهور حتي تتجح الخطبة وتحقق أهدافها .

\* نموذج هارولد لاسويل : ويتلخص هذا النموذج في السؤال الشهير ذى العناصر

الخمسة من - ماذا - بأى وسيلة - لمن - بأى تأثير ؟

ويعد من أشهر نماذج الاتصال وأكثرها استخداماً فهو يحدد مكونات ومحددات عملية الاتصال في تلك العناصر الخمسة :

- 1- من يقول " المرسل " اى القائم بالاتصال.
- 2- ماذا " الرسالة " اى المضمون او الأفكار والمعلومات والمعاني التي يريد ان ينقلها المرسل .
- 3- بأى وسيلة " الوسيلة اى القناة التي سيتم من خلالها نقل هذا المضمون صحيفة - كتاب - إذاعة - تليفزيون " .
- 4- لمن " المستقبل " اى الجمهور الذى يتعرض للوسيلة التي تحمل المضمون.
- 5- بأي تأثير " الأثر " أي الهدف الذى يسعى المرسل الى تحقيقه من خلال المضمون الذى يوجهه.

وقد تعرض نموذج لاسويل للعديد من الانتقادات باعتباره قد تجاهل المجال أو المناخ الذى تتم فيه عملية الاتصال وسعي البعض الى تعديل هذا النموذج بإضافة عناصر أخرى كما فعل روبرت اسكاربيت عندما أعاد صياغته على النحو التالي :

من - يستقبل ماذا ؟ فى اى جماعة ؟ بغية أى تأثير ؟

كما قدمت آن مارى لولان نموذجها من ستة عناصر انطلاقاً من نموذج لاسويل وحددت ذلك فيما يلي : من - يفعل ماذا - لمن - اين - متي - كيف .

\* نموذج شانون وويفر :

وإذا كان هذا النموذج لم يوضع فى الأصل لتفسير الاتصال البشرى وانما استخدم لوصف علمية الاتصال الإلكتروني ولكن بعض العلماء اعتبروه قابلاً للتطبيق فى مجال الاتصال البشرى .

ويضم هذا النموذج ستة عناصر أساسية :

\* مصدر .

\* رسالة .

\* قناة ( جهاز إرسال يحمل رسالة ) - .

\* تشويش .

\* جهاز فك رموز الرسالة ( استقبال ) .

\* مستقبل ( هدف ) .

ويعتمد نموذج شانون وويفر على مصدر يختار الرسالة ويضعها فى كود بواسطة جهاز يحول الرسالة إلى إشارات أو رموز ثم يقوم جهاز الاستقبال بفك كود الإشارات أو الرموز ويحولها إلى رسالة يستقبلها المتلقي أو الهدف وأحياناً تطرأ على الرسالة بعض التغييرات عند الإرسال والاستقبال تحدث بسبب عمليات التشويش والتشويش فى نموذج شانون وويفر نوعان :

1- تشويش ميكانيكي أى تداخل فني مثل عدم وضوح الإرسال أو عيوب فى الصوت أو ضعف حاسة السمع عند المتلقي .

2- تشويش دلالي يحدث داخل المتلقي نفسه حين يسئ فهم الرسالة نتيجة أخطاء فى فك الكود أو تحريف فى المعاني التي تحملها الإشارات والرموز .

**\* نموذج ديفيد برلو smcr**

ولقد اهتم ديفيد برلو بأربعة عناصر فقط فى عملية الاتصال هي : المصدر - الرسالة - الوسيلة - المستقبل . source - message - channel - receiver ولم يتعرض نموذج برلو - كغيره من النماذج الخطية أو أحادية الاتجاه إلي رد فعل المتلقي أو ما يسمى بـرجع الصدى .

**ثانيا : النماذج ثنائية الاتجاه :**

**\* نموذج ولبورشرام :** ولبور شران واحد من أهم واشهر علماء الاتصال الذين لا حظوا دائرية عملية الاتصال وكان أول من اهتم بعنصر رجع الصدى فى تحقيق نجاح وفاعلية الاتصال .

**ويتضمن نموذج شران خمسة عناصر هي :** مرسل - رسالة - وسيلة - متلقي - رجع صدى .

وقد ركز هذا النموذج على مجال الخبرة المشتركة بين المرسل والمتلقي او ما يعرف بالإطار الدلالي المشترك بينهما .

ويتوقف نجاح الاتصال عند برلو الى حد بعيد على اختيار الرموز الاتصالية التي تحمل نفس المعاني المشتركة لكل من القائم بالاتصال والمتلقي وهذه المعاني تتأثر بمجال الخبرة المشتركة ودلالة المعاني بينهما.

ومن جانب آخر فقد ركز شران على ضرورة ان تصاغ الرسالة بما يتفق وحاجات المستقبل بحيث تحقق له عائدا من وراء التعرض للرسالة كما ان اختيار الرموز بما يتفق مع الإطار الدلالي والخبرة المشتركة التي يملكها المستقبل يقلل من الجهد المبذول فى إدراك معاني هذه الرموز وأهدافها ومن هنا وضع النموذج رؤيته لاختيار المتلقي للرسالة فى إطار العلاقة بين العائد المتوقع والجهد المبذول ولم يغفل أيضا ما يمكن أن

يشعر به المتلقي من أذى أو عقاب أو توتر إذا ما تعرض لرسائل لا تتفق في محتواها أو رموزها مع قيمة وعاداته الاجتماعية .

وفي هذا الإطار أوضح شرام ان اختيار رسالة ما سيتوقف على قدر الجزاء الذي سيحصل عليه الفرد او قدر العقاب او الأذى الذي سيتجنبه مقسوما على قدر الجهد المطلوب .

ويمكننا أن نشير هنا إلي أن إدراك معاني الرموز من جانب الجمهور قد يصطدم أحيانا بطبيعة تلك الرموز ومدى خبرته في التعامل معها كما يحدث في الأعمال الفنية مثلا حينما يفهم الجمهور معاني الرموز اللفظية فقط كالحوار بينها لا يحدث الفهم بنفس الدرجة للرموز الأخرى التي تدخل في بناء العمل الفني مثل الرموز الخاصة باللغة السينمائية بسبب قلة خبره الجمهور بها .

**نموذج روس :** ويتضمن نفس العناصر السابقة في نموذج شرام مع إضافة عنصر جديد هو السياق context ويقصد به الموقف الاتصالي مثل الحالة النفسية او العاطفية او المزاجية وطبيعة المكان او المكونات الاتصالية باعتبارها عوامل قد تؤثر في فهم الاتصال . ويركز هذا النموذج على ضرورة ان يتأكد المرسل مما يلي :

- ماذا لدية من معلومات ؟
  - ماذا يعرف عن المستقبل ؟
  - ما الذى ينبغي ان يفعله لمواجهة هذا الموقف ؟
- وبعد ان يجيب على هذه التساؤلات يبدأ في اختيار الرموز ونقل الرسالة وبعدها يقوم المستقبل بنفس العمليات بعد فك كود الرموز .

## المراجع

- 1 - المملكة العربية السعودية ، الجامعة الإلكترونية السعودية ، عمادة السنة التحضيرية ، ط1 ، مهارات الاتصال، 2012 م.
- 2 - جامعة الملك سعود، مقرر مهارات الاتصال، شركة الرشد العالمية، الرياض، المملكة العربية السعودية ، 2010 م.
- 3 - كمال كامل، مهارات الاتصال، القاهرة ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 2007 م.
- 4 - حسن عماد ملكاوي :تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط 2 القاهرة، الدار المصرية اللبنانية،1997 م.
- 5 - سامى الشريف ، مقدمة فى نظريات الإعلام ، مذكرات منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2000 م .
- 6 - سمية عرفات ، نظريات الإعلام ، جامعة الزقازيق ، فرع بنها ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، د . د . ت.
- 7 - <http://masscomm.kenanaonline.net/posts/142686>
- 8 - طارق الحربي ، ما هو الفيس بوك مميزاته وعيوبه وأهميته التعليمية [http://ju5emamc.blogspot.com/2012/10/blog-post\\_7858.html](http://ju5emamc.blogspot.com/2012/10/blog-post_7858.html)
- 9 - محمد جاسم فليح الموسوي ، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري ، متوافر علي الرابط التالي : [http://www.ao-academy.org/wesima\\_articles/library-20060523-456.html](http://www.ao-academy.org/wesima_articles/library-20060523-456.html)
- 10 - محمود عودة، أساليب الاتصال والتعليم الاجتماعي، دراسة ميدانية في قرية مصرية، القاهرة، دار المعارف، 1971.
- 11 - محمد سلامة محمد غباوي، السيد عبد الحميد عطية، الاتصال ووسائله، بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ، 1991.
- 12 - محمد الجوهري وآخرون، علم الاجتماع ودراسة الاتصال الجماهيري، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، 1992 .
- 13 - <http://www.ejaaba.com/topic/39087>

## الفهرس

الموضوع
الفصل الأول : مفهوم الاتصال وأهميته
الفصل الثاني : الاتصال اللفظي والاتصال الغير لفظي
الفصل الثالث : عناصر الاتصال
الفصل الرابع : خصائص الاتصال
الفصل الخامس : وظائف وسائل الاتصال الجماهيري
الفصل السادس : أهداف الاتصال
الفصل السابع : معوقات الاتصال والمفاهيم الخاطئة عنه
الفصل الثامن : خصائص وسائل الاتصال الجماهيري
الفصل التاسع : وسائل الاتصال الإلكترونية
الفصل العاشر : نماذج الاتصال
المراجع