

الباب الأول

أنواع الاتصال

الفصل الأول: مقدمة في الاتصال

الفصل الثاني: الاتصال الذاتي

الفصل الثالث: الاتصال غير اللفظي

تمارين وتدرّيات

مقدمة في الاتصال

Introduction to Communication

- عناصر الاتصال • أنواع الاتصال

تمهيد

قبل الولوج إلى المهارات الاتصالية المختلفة، والتي تشمل الكثير من فنون الاتصال وميادينه، كان لابد لنا من تقديم فصل تعريفى بالاتصال من حيث عناصره، وأنواعه والتي تشمل الاتصال الذاتى، والشخصى، والجمعى، والجماهيرى، والتنظيمى، والثقافى. وسيتناول المؤلف فى فصول هذا الكتاب المهارات اللازمة لكل هذه الأنواع التي تخاطب الذات والأفراد الآخرين مواجهة أو عبر وسائط اتصالية أخرى. تعد هذه المقدمة ضرورية، وذلك لأن الكتاب ليس مخصصاً للمتخصصين فى الاتصال، وكان حري بنا قبل أخذهم فى رحلة مع المهارات أن نقدم لهم فصلاً تعريفياً بالاتصال وهو فصل لا يُعنى بنماذج الاتصال ونظرياته، ولكنه فقط يعطى مقدمة خفيفة للقارئ.

عناصر الاتصال

تعتمد عملية الاتصال على عناصر أساسية متصلة ببعضها، وتتداخل مع الظروف النفسية والشخصية والاجتماعية، وتتأثر بها عمليات نقل المعلومات والآراء بين الأفراد والجماعات، وفيما يلي أهم هذه العناصر:

١- المصدر أو المرسل Sender: وهو الشخص الذي يقوم بالحوار بداية فيضع أفكاره ورؤاه على شكل رموز تعبر عن المعنى الذي يقصده بهدف تحقيق أثر معين، وقد يكون القائم بالاتصال شخصاً عادياً أو معنوياً كأن تكون شركة أو مؤسسة ما، كما أن المرسل قد يكون المصدر نفسه أو يكون شخصاً آخر يوعد المصدر له بإرسال الرسالة.

ويمكن أن يكون في العملية الاتصالية الواحدة أكثر من مرسل واحد سواء أكان ذلك في اتصال مواجهي يشترك فيه مجموعة من الأشخاص، أو عبر وسيلة إعلامية كما نلاحظ مثلاً في المشاركات الجماعية والندوات...إلخ. وللمرسل - حتى يستطيع أن يؤثر في الآخرين ويحقق أهداف العملية الاتصالية - شروط عديدة منها: المصداقية العالية Credibility، والمهارات الاتصالية والتي ستتعرف على الكثير منها خلال دراستنا لهذا الكتاب - بإذن الله.

٢- الرسالة Message: تتكون الرسالة من رموز تمثل في الكلمات المكتوبة، أو المنطوقة، أو الإشارات، أو الصور، أو الموسيقى...إلخ، وبالتالي فالرسالة هنا هي المعلومات والآراء والمشاعر والاتجاهات التي يرغب المرسل في نقلها إلى الآخرين عبر تلك الرموز.

وحتى تصل الرسالة إلى المتلقي بشكل سليم، ويستطيع أن يستوعبها ينبغي أن تكون جذابة وعباراتها سهلة وواضحة له، وتصل إليه بشكل مباشر وبأساليب متنوعة بعيداً عن الرتابة والملل أو التنطع والمبالغة. وحتى تحقق الرسالة هدفها لا بد أن تستخدم

الرسالة المعنى ذاته بين المرسل والمتلقي وهو ما يسمى بالخبرة المشتركة Common Experience وكلما كان الاتفاق بين المرسل والمستقبل عالياً زاد الفهم للرسالة وقل التفسير أو الفهم الخاطئ لها من الطرف الآخر.

٣- الوسيلة Channel: إن الوسيلة هي الأداة أو القناة التي تنقل من خلالها الرسالة من المرسل إلى المتلقي وهي قنوات تختلف باختلاف طبيعة الاتصال، ففي الاتصال المواجهي تعني القنوات السمعية والبصرية والصوتية التي تقوم بتوظيفها في التعبير الاتصالي وهو اتصال لا يعتمد على وسيلة واحدة، ولكن يقوم على أكثر من أداة في الوقت نفسه، فنحن نقوم بالتحدث للآخرين عبر الصوت ونصت لما يقولون من خلال السمع، وتبادل أيضاً الحركات الجسدية والاتصالات غير اللفظية من خلال القنوات البصرية وبقية الحواس الأخرى كاللمس مثلاً.

أما على المستوى الاتصالي الجماهيري فيقصد بالوسيلة قنوات اتصالية إلكترونية أو طباعية مثل الهاتف والتلفزيون والإذاعة، والحاسب، والكتب والصحف إلخ. وهي قنوات ظهر معظمها في القرن العشرين مثل الإذاعة والتلفزيون، بل حتى الصحف والكتب لم تصبح قنوات جماهيرية فاعلة إلا في القرن العشرين، ونلاحظ اليوم التطور الهائل في عالم الاتصال وانتشار الإنترنت وما أفرزته من قنوات جديدة ذات طابع جديد غير الكثير من المفاهيم حول المصدر أو المرسل والمتلقي في العملية الاتصالية الجماهيرية، وأصبح الفرد العادي يستطيع أن يقوم بالتواصل مع الآخرين وتكوين قنوات اتصالية جماهيرية لم تكن متاحة في السابق إلا لمصادر كبيرة، عادة ما تكون الدولة أو جهات كبيرة تحظى بالدعم المالي الكبير.

٤- المستقبل Receiver: سواء أكان هذا المستقبل فرداً أو جماعة أو منظمة، فإنه يقوم بتحليل الرسالة التي تصل إليه أو يتعرض إليها وترجمتها وفق إطاره الدلالي وخبراته السابقة وتجاربه المتعددة، ثم يقوم بعد ذلك إعطاء التفسير لها وفق فهمه لها.

ومن هنا فقد يفهم المتلقي الرسالة كما قصدتها المرسل، أو أنه يفهمها بشكل مختلف، وقد يكون هذا الاختلاف صغيراً أو كبيراً، وربما عكسي تماماً وينتج هذا الفهم عبر أسباب كثيرة، بعضها متعلقة بطبيعة صياغة الرسالة ومدى وضوح المرسل في تكوين رسالته، وعلى مقدار وطبيعة التشويش الذي يجابه الرسالة في أي مرحلة من مراحلها سواء لدى المرسل أو المتلقي أو من خلال الوسيلة التي تحملها، أو في البيئة التي تصل إليها الرسالة.

وينبغي التأكيد هنا على أن المتلقي أو المستقبل للرسالة، ليس شخصاً جاهزاً للمتلقي دائماً، وليس شخصاً سلبياً يتلقف كل ما يصل إليه دون أن يكون له دور في عملية الاستقبال والفهم. فالمتلقي قد يُعرض عن استقبال الرسالة بشكل كلي فهو يقوم بالانتقاء مما يصل إليه، ونلاحظ هذا اليوم بشكل أكبر في حالات العمليات الاتصالية الجماهيرية، فكم من القنوات الفضائية لدينا؟، وكم من مواقع الإنترنت التي يمكن أن ندخل إليها؟، وكم من الصحف التي يمكن لنا الاطلاع عليها؟ وكم وكم؟ لذا، فإن المتلقي هو من يقوم بالتعرض الانتقائي Selective exposure. كما أن دور المستقبل لا يتوقف عند التعرض الانتقائي فقط، ولكنه يتجاوز إلى الانتباه الانتقائي، إذ أنه يتعرض لبرنامج ما، لكنه لا يركز إلا على أشياء محددة فقط ثم إن المتلقي يستخدم مهارة أخرى وهي الإدراك الانتقائي Selective perception، إذ يدرك الرسالة بناءً على اتجاهاته ومشاعره وميوله. أما إذا استطاع المرسل أن يتجاوز كل هذه الانتقائيات التي يقوم بها المتلقي، فإنه يتبقى عملية التذكر الانتقائي وهي تعود إلى أن الفرد قد يتعرض للرسالة ويركز عليها ويفهمها ويدركها كما يريد المرسل، لكن بعد فترة يقوم بتذكر ما يتفق من الرسالة مع اتجاهاته وميوله وينسى الموضوعات التي لا تتفق مع توجهه وميوله وهو ما يسمى بعملية التذكر الانتقائي Selective Retention (العوفي، ٢٠١١).

٥- التشويش والتداخل Noise & Interference: يدخل التشويش على العملية الاتصالية فيحدث تحريفاً في مضمون الرسالة التي يقصدها المرسل، ويحدث هذا التشويش أو التداخل في الاتصال المواجهي، كما يحدث في الاتصال الجماهيري أيضاً وبطرق مختلفة. فمثلاً: قد تعوق حركة المرور في الشارع أو الضوضاء في مكان عام من استقبال الرسالة بشكل صحيح، كما أن الضعف في إحدى قنوات المستقبل أو المرسل السمعية أو البصرية أو الصوتية يعوق الفهم الصحيح للرسالة، وربما يؤدي إلى الفهم بعكس المقصود من الرسالة. ويحدث هذا التشويش أيضاً في الاتصال الجماهيري مثل حدوث انقطاع مفاجئ في اتصال النت، أو حدوث تشويش ميكانيكي على الاستقبال الإذاعي أو التلفزيوني، أو يكون نتيجة للتشويش النفسي أو الدلالي لدى المتلقي.

ويقسم تركستاني التشويش إلى أربعة أقسام هي:

أ) التشويش المادي: فهو يرى أن التشويش المادي على الرسالة قد يكون خارجياً عن الرسالة وصياغتها، ويتمثل في البيئة التي تتم فيها الرسالة وقد تكون ناتجة من أي عنصر من عناصر الاتصال أو البيئة التي يتم فيها الإرسال أو الاستقبال مثل حركة مرور السيارات في الشارع، أبواق السيارات، الأصوات المرتفعة أو رائحة نفاذة، أو زلات اللسان، أو ملابس المرسل أو شكله الخارجي.

ب) التشويش النفسي: ويقصد به التشويش الذهني لدى المتلقي، فنجد في أحيان كثيرة المتلقي وهو يركز على ما الذي يريد قوله، فلا ينصت بشكل دقيق للمرسل، أو أن يكون لديه انطباع مسبق عن المرسل وتوجهاته فيفهم الرسالة بناءً على هذا الانطباع المسبق مما يؤدي إلى عدم فهم الرسالة بشكل دقيق.

ج) التشويش الدلالي: ويعنى به اختلاف معاني الكلمات بين المرسل والمتلقي، فيقصد المرسل بكلمة معنى معين، بينما تكون لدى المتلقي ذات معنى آخر معاكس وربما سيء وتظهر هذه المشكلة كثيراً عندما لا تكون هناك خبرة مشتركة، خاصة

عند وجود طرفين ينتميان لثقافات مختلفة ونلاحظ هذا كثيراً في اختلاف معاني الكلمات بين أبناء الدول العربية أو حتى أبناء المناطق في البلد الواحد. وفي أحيان كثيرة نجد أن المكان أو الزمان يكون له تأثير في اختلاف المعنى، أو حتى البيئة التي تقال فيها الكلمة.

(د) التشويش التقني والعضوي: ويقصد به أي تشويش يتعلق بالتقنية في قنوات الاتصال مثل تشويش خطوط الهاتف، أو الإنترنت، أو الأقمار الصناعية الخ، أو التشويش العضوي لدى الإنسان مثل: المشكلات السمعية أو البصرية أو مشكلات النطق. (تركستاني، ٢٠٠٧، ص ص ٨ - ٩).

٦- رجوع الصدى أو التغذية المرتدة Feedback: تختلف عملية رجوع الصدى بين الاتصال الشخصي والمواجهي بشكل عام، والاتصال الجماهيري بشكل خاص، فبينما نجد أن عمليات رجوع الصدى تكون مباشرة وواضحة في الاتصال الشخصي والمواجهي ولعل هذا أحد أهم أسباب نجاحه وتفوقه وقدرته على التأثير في المتلقي، إذ يحظى به المتلقي في اللحظة نفسها التي يتحدث فيها. وقد تكون بطيئة ومؤجلة لفترة قصيرة أو طويلة في الاتصال الجماهيري. لكن يجب التأكيد أنه خلال السنوات الأخيرة الماضية غيرت تقنيات الاتصال وبالذات الإنترنت والهاتف النقال من مدى سرعة رجوع الصدى حتى في الاتصال الجماهيري، إذ نلاحظه قد أصبح في أحيان كثيرة يتم مباشرة، خاصة في البرامج التي تتم على الهواء، أو مؤجلاً لفترة بسيطة للبرامج المسجلة أو المطبوعة إذ تكفل البريد الإلكتروني والرسالة القصيرة SMS على إعطاء مساحة أوسع وأسرع لرجوع الصدى.

يأتي رجوع الصدى على طريقتين: إما الإيجابية، أو السلبية فالإيجابية تؤكد للمرسل أنه يسير وفق الطريق السليم وأن المتلقي يتابعه بإعجاب أو تأييد ويمكن للمرسل في الاتصال الشخصي أو الجمعي وجهاً لوجه مشاهدة ذلك من خلال تفاعل

المتلقين سواء أكان بالاتصال اللفظي أو غير اللفظي من إيماءة الرأس ، ومتابعة ، وابتسام أما في الاتصال الجماهيري فنرى ذلك من خلال التعقيبات والردود بشكل مباشر عن طريق الاتصال أو البريد الإلكتروني في البرامج التي تقدم على الهواء ويفتح فيها المجال للمشاهدين أو المتابعين للإدلاء بأرائهم حول قول الضيف أو الضيوف أما البرامج المسجلة فيكون رجع الصدى مؤجلاً ويعرف المرسل عنه بعد انتهاء البرنامج بفترة قد تطول - وإن سهلت تقنيات الاتصال الحديثة العملية - فأصبحنا نرى ردات الفعل في اليوم نفسه من خلال تقنيات الإنترنت وبرامجها الاجتماعية ، وكذلك البريد الإلكتروني وهذا بالطبع جاء بديلاً للبريد العادي سابقاً والذي يأخذ أسابيع حتى يصل للمرسل.

أما ردات الفعل السلبية فهي تلك التي يكون فيها المتلقي غير مؤيد للمرسل ، ويعبر عنها بالرفض والإنكار أو الاعتراض سواء أكان ذلك باللفظ أم بالاتصال غير اللفظي. وهنا يقع الدور على المرسل في تغيير طريقته في الحديث أو طرح الأفكار ليتفادى سلبات الرسالة سواء أكان ذلك في الموضوع أم الطريقة التي يتم فيها التقديم.

٧- المحيط الاتصالي Context : يعد المحيط الاتصالي لعملية الاتصال من أهم عناصر الاتصال فهو السياق الأساسي الذي تتم من خلاله عملية الاتصال فالالاتصال لا يتم في فراغ ، إذ لابد من وجود مكان وزمان وأبعاد نفسية واجتماعية محيطة به.

ويقسم الطويرقي مكونات السياق أو المحيط الاتصالي إلى ثلاثة أبعاد هي :

(أ) البعد المادي : ويُقصد به البيئة المادية للعملية الاتصالية من مبان وديكورات وأضواء وألوان وجو محيطة بالعملية الاتصالية وهذا البعد يؤثر في طبيعة الاتصال ونوعيته ، فالالاتصال الذي يتم بشكل رسمي في قاعة محاضرات ، يختلف عن ذلك الذي يتم في بهو فندق ، أو في مكان لتناول القهوة ، أو في المنزل.

ب) البعد النفسي والاجتماعي : ويتعلق هذا البعد بالعبادات والتقاليد والأعراف والقيم الخاصة بالمجتمع الذي تتم فيه العملية الاتصالية هذه الأعراف والتقاليد والقيم تفرض على المرسل التقيد بما هو متعارف عليه وعدم الخروج عنه. فالاتصال مع الوالدين غير الاتصال مع الأخوة، والاتصال في حضرة الرجال غير في حضرة النساء، وما يصح قوله في موقف معين قد لا يصح في موقف آخر.

ج) البعد الزمني : ويقصد به الزمن سواء أكان ذلك مختصاً بالتوقيت أم التاريخ فعلى سبيل المثال : هناك أوقات يصح فيها الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، وهناك أوقات لا يصح الاتصال فيها إلا في أوقات الضرورة فمثلاً : لا يمكن أن تتصل بصديق في ساعة متأخرة من الليل فقط من أجل استشارته، أو الحديث عن صحته، لكن يمكن فعل ذلك في حالات وجود أزمات معينة، كما نؤكد أيضاً أن ما يصح في زمن قد لا يصح في زمن آخر، فالخطب الرنانة التي كان يستخدمها قادة الشعوب في أوائل القرن العشرين لن تجدي نفعاً في هذا الزمن. والاتصال بوجهة نظر واحدة كان يمكن قبولها في زمن مضى لكن ليس في هذا الزمن الذي أصبح فيه الإنسان معرضاً للآراء الأخرى في كل لحظة وحين. (الطويرقي، ١٩٩٣، ص ٣٢ - ٣٣).

أنواع الاتصال

يختلف العلماء في تحديد أنواع الاتصال فبينما يقتصره البعض على الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري، والاتصال التنظيمي، يضيف آخرون الاتصال الجمعي والاتصال الذاتي، كما نجد من يضيف الاتصال الثقافي، وطبعاً ينتج هذا الاختلاف نتيجة اختلاف تعاريف الاتصال ونماذجه، ونتيجة تعريف كل نوع منه.

لن يدخل المؤلف هنا في كثير من التنظير والتعريفات بحكم أن الكتاب موجه لغير المختصين ممن يرغبون الحصول على المهارات الاتصالية التي تساعدهم على أداء أعمالهم اليومية على أكمل وجه وبما يحقق الأهداف التي يصبون إليها. وسيضم الباحث أنواع الاتصال التي سوف يركز عليها في تعليم المهارات، وذلك وفقاً لما يأتي:

١- الاتصال البين شخصي **Interpersonal Communication**: ويقصد به الاتصال

بين شخصين إلى خمسة وكلما زاد العدد قلت عملية التواصل الحميمة وضعفت القدرة على تواصل الأفراد مع بعضهم البعض. ويعد هذا الاتصال من أهم أنواع الاتصال وأكثرها قدرة على التأثير ولهذا نجد أن نظريات الاتصال تركز على أن تغيير الاتجاهات والسلوكيات يتم عبر هذا النوع من الاتصال أكثر من أي نوع آخر. ويعود هذا التأثير لاستخدام المشاركين في العملية الاتصالية اللفظية وغير اللفظية وحصول ردات الفعل بشكل مباشر مما يضعف من عمليات التشويش وسوء الفهم بين المتواصلين في الحديث كما أنه يتيح للمرسل تعديل طريقته عندما يجد أن الطرف الآخر لا يتقبلها بشكل إيجابي.

ويحدث الاتصال الشخصي في مواقف رسمية أو شخصية وحميمة خاصة فقد يحدث بين الزوجين، وبين أفراد الأسرة، وقد يحدث بين الرئيس ومرؤوسه في العمل، أو بين الرئيس وعدد قليل من موظفيه وهكذا. فالعبرة في هذا الاتصال أنه يتاح لكل فرد فيه الفرصة للتفاعل مع الآخرين وجهاً لوجه.

٢- الاتصال الجمعي أو العام **Public Communication**: يقصد بهذا الاتصال، الاتصال المواجهي Face-to-Face الذي يحدث بين شخص وعدد كبير من الجمهور في مكان معين ووقت محدد، ويأخذ هذا الاتصال أشكالاً متعددة منها:

أ) الخطب: لعل أهم الخطب لدينا - نحن المسلمين - التي تتكرر دائماً هي خطب الجمعة وخطب العيدين حيث يوجه الخطيب رسالته للحضور في المسجد في أمور

شئى مختلف باختلاف ظروف الزمان والمكان. كما توجد خطب أخرى كثيرة، مثل الخطب السياسية، وخطب مدراء الشركات الكبرى لموظفيهم الخ.

ب) الندوات والمؤتمرات: يقوم الفرد بإرسال رسالته المحددة في الندوة ويوجه للجمهور الحاضر والذي يرغب في الاستماع إليه، وعادة ما يكون هناك مجموعة من المحاضرين أو المؤتمرين الذين يجلسون على طاولة واحدة ثم يلقي كل منهم ورقته أمام الحضور الذي يجلس أمامهم.

ج) المحاضرات: التي يقوم فيها المحاضر بالحديث عن موضوعه أمام حشد من الناس سواء أكانوا طلاباً أم جمهوراً عاماً جاء لسمع المحاضر.

يمتاز هذا النوع من الاتصال بالقوة والفاعلية متى ما كان المرسل متمكناً من موضوعه وملماً به، ومتى كان يتمتع بقدرات اتصالية جيدة، يسيطر فيها على عملية الاتصال، فيعرف متى يتحدث، ومتى يسكت، ومتى يرفع صوته، ومتى يخفضه، ومتى يقول آراءه، ومتى يستشهد بالآخرين، وأيضاً يعرف كيف يستخدم الاتصال غير اللفظي من حركات وإيماءات ونظرات لجمهوره. ويعرف في الوقت نفسه وضعية جماهيره ومدى تفاعلها معه. ويختلف هذا الاتصال عن الاتصال الشخصي في أن المرسل لا يعرف سمات كل فرد أمامه ولا ردات فعل كل فرد، ولكنه يأخذ التوجه العام ويبني عليه في عملية حديثه.

٣- الاتصال الجماهيري Mass Communication: عندما نريد التواصل مع مجاميع كبيرة من البشر عبر قنوات اتصالية في اللحظة نفسها يسمى اتصالاً جماهيرياً سواء أكان عبر الوسائط الاتصالية الطباعية كما هو الحال مع الصحف والمجلات، أم كان عبر الوسائط الاتصالية التقليدية مثل التلفزيون والإذاعة والسينما، أم كان عبر وسائط حديثة مثل شبكة الإنترنت. والعبرة هنا أن قصد المرسل الوصول إلى أعداد كبيرة من الناس في أماكن عدة ولعل التطور المذهل في عالم الاتصال اليوم قضى على الكثير مما

كان يعتبر من العوائق الجغرافية والثقافية في الوصول إلى أماكن بعيدة وفي مناطق نائية، فالآن عن طريق الأقمار الصناعية والألياف البصرية أصبح الإنسان يستطيع التواصل بشكل فردي أو جماعي مع كل أنحاء المعمورة بكل يسر وسهولة.

٤- الاتصال عبر الثقافات Intercultural Communication: في عصرنا الحاضر

عصر الانفتاح على الآخر وعصر ما يسمى بالعولمة، فإنه حري بنا الحديث عن الاتصال عبر الثقافات إذ أصبح الفرد منا مُعرّض في كل لحظة بالتواصل مع الآخر المختلف عنا في القيم والعادات والتقاليد والأعراف. وهذا التلاقي مع الآخر لم يعد مقتصرًا على التلاقي الشخصي، ولكن يمكن أن يتم كل لحظة مع استخدام الإنترنت وتطبيقاتها الاجتماعية المختلفة، فأصبح أطفالنا وشبابنا لا يلعبون ويتحدثون مع أبناء المدرسة الواحدة والحي الواحد، ولكنهم صاروا يفعلون ذلك مع أطفال وشباب العالم، فلم يعد أمراً مستغرباً أن نجد للشباب والفتيات أصدقاء و صديقات في كل أنحاء المعمورة.

يتطلب هذا الاتصال العابر للقارات والمجتمعات الإمام بالاختلاف، ليس فقط في القيم والعادات والتقاليد، واللغة المستخدمة، ولكن أيضاً في كيفية التفاعل واستخدام الرموز والإشارات، وفي طرق التفكير والحديث.

سيتم التطرق في الفصل الأخير من هذا الكتاب لبعض الاختلافات الثقافية بين الشعوب، وماهية المهارات الاتصالية اللازمة.

٥- الاتصال التنظيمي Organizational Communication: يقصد بالاتصال

التنظيمي الاتصال الذي يتم داخل المنظمات أو المنشآت سواء أكانت خاصة أم حكومية. وهو اتصال يهدف إلى ضمان انسياب المعلومات والاتصالات بين المستويات المختلفة لإدارات المنظمة ومنسوبيها. ويقسم الاتصال هنا إلى اتصال رأسي من الرئيس إلى المرؤوسين، أو قاعدي من المستويات الإدارية الدنيا في المنظمة إلى الأعلى، أو

يكون أفقياً أي الاتصال في نفس المستوى مثلاً من رئيس قسم إلى آخر، أو من موظف لآخر في المستوى الإداري نفسه.

وقد بدأ الاهتمام بشكل أكبر بالاتصال التنظيمي في النصف الثاني من القرن الماضي لما تبين لعلماء الاتصال والإدارة من أهمية بالغة لهذا الاتصال في تعزيز وتحسين الإنتاج والعمل في المنظمات، فهناك علاقة - كما تبين بعض الدراسات - بين زيادة الإنتاج، وارتفاع الروح المعنوية، ووجود أنظمة اتصال دون وجود اتصال واضح بين الإدارة العليا والعاملين لن يساعد في القيام بالعمل بشكل فاعل وناجح، كما أن ضعف هذا الاتصال يؤدي إلى الغموض في المعلومات، وإلى انتشار الشائعات في المنظمة، وإلى كثرة المشكلات وتراكمها، وبالتالي ضعف الروح المعنوية وتحقيق الذات مما ينعكس سلباً على الإنتاجية بشكل واضح. (عجوة، ١٩٩١، ص ص ٤٠ - ٤١).

٦- الاتصال الذاتي **Intrapersonal Communication**: يقصد بالاتصال الذاتي الاتصال بين الإنسان وذاته ويقوم الإنسان بهذا الحوار الداخلي بينه وبين نفسه من أجل مراجعة النفس والأفكار والمشكلات والوقوف معها مواقف تأملية وتصحيحية ويعد هذا الاتصال من أهم أنواع الاتصال الإنساني وفشلك في هذا الاتصال يعني فشلك في غيره (الهيبي، ١٩٩٩، ص ٢٧).

سيتم تخصيص الفصل التالي للاتصال الذاتي؛ نظراً لأهميته في المهارات الاتصالية جميعها.

تمارين وتدرّيات

أولاً: التمارين الاستيعابية

السؤال الأول: ما عناصر الاتصال التي درستها في الكتاب؟

تعريفه مع التمثيل	العنصر
	.١
	.٢
	.٣
	.٤
	.٥
	.٦
	.٧

السؤال الثاني: تحدّث عن التشويش أو التداخل وأقسامه؟

أقسامه
.١
.٢
.٣
.٤

