



جامعة أبو بكر بلقايد – تلمسان

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

شعبة الأنثروبولوجيا

مطبوعة بيداغوجية في مقياس

علوم الإعلام والاتصال

من إعداد: د. باغور يمينة (أستاذ محاضر ب)

موجهة لطلبة السنة الثانية ليسانس

السنة الجامعية: 2025/2024

— مقدمَة

1— مفهوم الاتصال والمفاهيم المشابهة

2— المراحل التطورية للاتصال

- مرحلة الاتصال الإشاري أو الرمزي
- مرحلة الاتصال اللغوي
- مرحلة الاتصال الخطابي
- مرحلة الاتصال السطري أو الكتابي
- مرحلة الاتصال الطباعي
- مرحلة الاتصال الجماهيري
- مرحلة الاتصال الرقمي

3— عناصر (أركان) الاتصال

- المرسل / المتلقي / الرسالة / التأثير
- رجوع الصدى (التغذية الراجعة) / التشويش والمؤثرات

4— خصائص الاتصال ووظائفه

5— أهداف الاتصال

- بالنسبة للمرسل / بالنسبة للمستقبل / أهداف الرسالة / أهداف عامة

6— متطلبات الاتصال ومهاراته

- مهارة المحادثة (الاستماع) / مهارة الكتابة (القراءة) / مهارة الإقناع

7— أساليب الاتصال

- الأسلوب العقلي / الأسلوب العاطفي / الأسلوب العدواني
- الأسلوب المتتوي / الأسلوب المباشر

8_ أنواع الاتصال الإنساني

- من حيث أطرافه: الاتصال الذاتي / الاتصال الثنائي / الاتصال الجماعي
- من حيث اللغة المستخدمة: الاتصال اللفظي / الاتصال غير اللفظي
- من حيث حجم المشاركين: الاتصال الشخصي (الوجهي) / الاتصال العمومي / الاتصال الجماهيري / الاتصال الإلكتروني

9_ أنواع الاتصال التنظيمي

- من حيث الموضوع: الاتصال الاجتماعي / الاتصال الأسري / الاتصال التربوي / الاتصال في المؤسسة
- من حيث درجة الرسمية: الاتصال الرسمي / الاتصال غير الرسمي

10_ اتجاهات الاتصال التنظيمي

- التقسيم الأول: الاتصال الهابط (الرأسي) / الاتصال الصاعد / الاتصال الأفقي (العرضي)
- التقسيم الثاني: الاتصال في اتجاه واحد (خطي) / الاتصال في اتجاهين / الاتصال متعدد الاتجاهات

11_ شبكات الاتصال التنظيمي

- الشبكة الخطية / السلسلة
- الشبكة الحلقية / الدائرية
- الشبكة النجمية / المركزية
- الشبكة الفرعية / المتشعبة / المختلطة

12_ مستويات الاتصال

- المستوى الشخصي / المستوى العائلي / المستوى الاجتماعي / المستوى المهني

13_ نظريات ونماذج الاتصال

- نظرية السلطة/ نظرية الحرية/ نظرية المسؤولية الاجتماعية/ النظرية التنموية/ نظرية المشاركة الديمقراطية.
- نموذج شانون وويفر/ نموذج شرام/ نموذج وستلي وماكلين/ نموذج بيرلو/ نموذج روجرز وكنكيد

14_ معوقات/ صعوبات الاتصال

- معوقات خاصة بالمرسل/ معوقات خاصة بالمتلقي/ معوقات خاصة بالرسالة
- معوقات خاصة بالوسيلة/ معوقات عامة.

15_ عوامل نجاح العملية الاتصالية

- عوامل خاصة بالمرسل/ عوامل خاصة بالمتلقي/ عوامل خاصة بالرسالة
- عوامل خاصة بالوسيلة/ عوامل عامة

خاتمة

مقدمة:

يُعدّ الاتصال من الظواهر الإنسانية الأساسية التي تميّز المجتمعات البشرية، إذ يُشكّل وسيلة رئيسية لنقل الأفكار والمعلومات والمشاعر بين الأفراد والجماعات، ومن خلاله يتم التفاعل والتأثير المتبادل مما يسهم في بناء العلاقات الاجتماعية وتعزيز التفاهم والتعاون.

وللتعمق في فهم هذا التخصص العلمي يجب أولاً فهم المصطلحات التي يركز عليها وأيضاً التفرقة بينه وبين مجموعة من المفاهيم المشابهة له ثمّ التعريف بالعملية الاتصالية التي تتمّ عبر عدّة أطراف تشمل (المرسل، المتلقي، الرسالة والوسيلة)، والتعريف بنماذجه المتعدّدة لفهم آلياته، بدءاً من النماذج التقليدية الخطية إلى النماذج الأكثر تفاعلية.

ويتخذ الاتصال أشكالاً متنوعة، حيث يمكن أن يكون لفظياً أو غير لفظي، مباشراً أو غير مباشر، رسمياً أو غير رسمي، مما يعكس أهميته في مختلف السياقات الحياتية والمهنية. إلا أن هذه العملية قد تواجه معيقات تؤثر في فعاليتها مثل العوائق اللغوية والنفسية والتكنولوجية، مما يتطلب البحث عن سبل لتجاوزها، ومن هنا تبرز عوامل نجاح الاتصال التي يجب أن تشمل وضوح الرسالة وكفاءة المرسل واستجابة المتلقي وملاءمة الوسيلة المستخدمة.

انطلاقاً من هذه الجوانب، يهدف هذا المقياس الموجه إلى طلبة السنة الثانية ليسانس شعبة أنثروبولوجيا إلى تسليط الضوء على مفهوم الاتصال، مكوناته، نماذجه، أنواعه، معيقات نجاحه، والعوامل التي تساهم في جعله أكثر فاعلية وتأثيراً في المجتمع. ويعتبر هذا المقياس (مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال) مقدّمة لمقاييس أخرى سيكتشفها الطالب في المراحل القادمة من تكوينه خاصة لمقياس (أنثروبولوجيا الاتصال) المرشح في السداسي الأول من السنة الثالثة ليسانس.

المحاضرة 1

مفهوم الاتصال والمفاهيم المشابهة

1_ مفهوم الاتصال:

للاتصال معان ودلالات مختلفة، يعرفه المختصون بأنه عملية إنتاج ونقل للمعلومات وتبادل للأفكار والآراء والمشاعر من شخص لآخر بهدف التأثير.

1_1_ التعريف اللغوي للاتصال:

"اتصل" في اللغة العربية معناها "التأم ولم ينقطع"، يقال اتصلت الأشياء أي تابعت. ويقابلها في الفرنسية كلمة communication وأصلها لاتيني وهي مشتقة من الفعل comunicare الذي يعني يذيع ويشيع، ومنه جاءت كلمة communiqué التي تعني البلاغ الرسمي أو البيان الحكومي، ومنها أيضا جاءت كلمة commune وتعني الجماعة المدنية، ويقابله في اللغة الإنجليزية كلمة Common وتعني العام والشائع والدائع الصيت.

1_2_ تعريفات عامة:

— الاتصال سر استمرار الحياة على الأرض وتطورها وهناك انواع متعددة من الاتصال بين الكائنات الحية.

— الاتصال هو عملية أخذ وعطاء للمعاني بين شخصين.

— الاتصال هو باختصار إقامة علاقة مع الشخص الآخر.

— 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 معنى مجرد أو واقع معين.

— الاتصال عملية مشاركة بين مرسل والمستقبل وليس عملية نقل، فالنقل يعني الانتهاء عند المصدر أما المشاركة فتعني الازدواجية أو التوحد في الوجود.

— الاتصال عملية مشاركة في الأفكار والمعلومات عن طريق عمليات إرسال وبث للمعنى وتوجيهه وتسيير له، ثم استقبال بكفاءة معينة لخلق استجابة معينة في وسط اجتماعي معين.

1_3_ تعريفات المختصين:

تشارلز كولي: الاتصال هو ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمن.¹

كارل هوفلاند: الاتصال هو العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد القائم بالاتصال منبهات لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين.²

جورج لندبرج: كلمة اتصال تشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز وتكون الرموز عبارة عن حركات أو صور أو لغة أو أي شيء آخر يعمل كمنبه للسلوك أي أن الاتصال هو نوع من التفاعل الذي يحدث بواسطة الرموز.³

شافي بارجير: علم الاتصال يدرس إنتاج ومعالجة وتأثير الرموز وأنظمة الإشارات عن طريق نظريات قابلة للتحليل تحوي على تعليمات شرعية تمكن من تفسير الظواهر المرتبطة بإنتاج المعالجة والتأثيرات.⁴

شانون ويفر: كافة الأساليب والطرق التي يؤثر بموجبها عقل على عقل آخر باستعمال الرموز.⁵

1_4_ التعريف العلمي:

¹ د. الزهرة بريك: مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة الثانية ليسانس قسم الاتصال جامعة الجزائر3، السنة الجامعية 2022/2023، ص4

² Tedjcom.blogspot.com مدونة الإعلام والاتصال: تعريف الاتصال، 8 مارس 2015،

³ موقع ويبلي: مصطلحات-الاتصال التربوي، communicationedu.weebly.com

⁴ مدونة علوم الإعلام والاتصال، 5 يوليو 2019، https://salah93950.blogspot.com

⁵ د. نزار أبو منشار: تعريف الإعلام، موقع ألوكة الإلكتروني، 18/06/2014، https://www.alukah.net.

الاتصال هو عملية يقوم بها طرف أول (المرسل) بإرسال رسالة إلى طرف مقابل (المستقبل) بما يؤدي إلى إحداث أثر معين على متلقي الرسالة.

2- مفاهيم مشابهة للاتصال:

1/ الإعلام:

يختلط مفهوم الإعلام عند كثير من الناس بمفهوم الاتصال رغم أن الفرق بينهما كبير، فالإعلام يهتم بنشر الأخبار والمعلومات بينما يستلزم الاتصال وجود تفاعل وحوار، ومن خلال هذا المقياس سيتمكن الطالب من تحديد مفهوم الإعلام ومفهوم الاتصال ومعرفة الفرق بينهما.

مفهوم الإعلام:

لغة: الإعلام يعني الإبلاغ والإفادة ونقل المعلومة، وهو مشتق من الفعل (أعلم) وتقول العرب استعلم الخبر أي صار يعرف الخبر.

اصطلاحاً: الإعلام هو مجموعة من قنوات الاتصال التي تتولى مسؤولية نشر الأخبار وإيصال المعلومات للأفراد، وقد تكون عامة أو خاصة، رسمية أو غير رسمية، وتقدم إضافة إلى الأخبار والمعلومات الترفيه والتسلية، الإعلام إذن هو العملية التي يتم فيها نشر الأخبار والحقائق والآراء بين الناس بمختلف الوسائل المتاحة لأجل الإقناع ونشر التوعية.

تعرف منظمة اليونسكو في تقرير لها صدر في 1973 الإعلام: هو جمع وتخزين ومعالجة ونشر الأنباء والبيانات والصور والحقائق والرسائل والآراء والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والقومية والدولية، والتصرف اتجاهها عن علم ومعرفة، والوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ القرارات السليمة.⁶

⁶ نبذة عن البرنامج الدولي لتنمية الاتصال، اليونسكو، <https://www.unesco.org>

ويعرفه فيرنان تيري: الإعلام هو نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة الألفاظ أو الإشارات أو الأصوات أو الصور.⁷

ويعرفه الألماني أوتو جروت: الإعلام هو تعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت.⁸

أطراف العملية الإعلامية:

- 1— المرسل: هو الطرف المسؤول عن إرسال الرسالة الإعلامية وقد يكون صحفيا أو مديعا أو منشطا وقد يكون وسيلة إعلامية أو مسؤول عنها ويشترط في المرسل أن يكون تكوينه في مجال الإعلام على عكس المرسل في مجال الاتصال الذي ليس من الضروري أن يكون متخصصا في مجال الإعلام.
- 2— الرسالة: وهي المضمون أو المحتوى الإعلامي وهي عبارة عن مواضيع مكتوبة أو سمعية أو بصرية وقد تكون على شكل رموز.
- 3— الوسيلة: وهي متنوعة قد تكون إذاعة أو تلفزيون أو سينما أو جرائد وغيرها من وسائل الإعلام.
- 4— المتلقي: وهو الجمهور الذي يتلقى الأخبار والمعلومات وهو غير متجانس في العمر والجنس ومتواجد في أماكن مختلفة وغير محددة جغرافيا.

خصائص الإعلام:

- 1— الموضوعية: يشترط في القائم بالإعلام أن يكون موضوعيا وغير ذاتي أثناء صياغته للأخبار وأن ينقل الواقع بكل تفاصيله حتى لا يؤثر على قرارات المتلقي.

⁷ ملخص لمدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، <https://learn.univ-sba.dz>

⁸ د. نزار أبو منشار: تعريف الإعلام، الألوكة الثقافية، مقال صادر بتاريخ 2014/6/18 www.alukah.net

2_ الحياد: ويقصد به عدم الانحياز لطرف أو جهة ما، فمثلا أثناء عرض برنامج على التلفزيون يستضيف الإعلامي أشخاصا من اتجاهات مختلفة وعليه أن يكون محايدا ويعطي الفرصة للجميع للتعبير عن آرائهم وأن لا ينحاز لطرف على حساب الآخر.

3_ الدقة: ويقصد بها نقل المعلومات كما وقعت دون إبداء رأي حولها أو محاولة تحليلها لأن ذلك من شأنه ان يغير في معناها.

4_ أحادية الاتجاه: الإعلام يأخذ اتجاهها واحدا من فوق إلى تحت عكس الاتصال الذي يعتمد على التفاعل والتبادل، ففي الإعلام الصحفي هو الذي يملك مبادرة الإدلاء بالخبر والمتلقي لا يقوم بشيء سوى تلقي الخبر.

5_ وصف الواقع: الإعلام يصف الواقع ولا يمكن أن يكون الخبر مبنيا على الكذب أو الخيال.

6_ التأثير والتوجيه وتكوين الرأي العام: يمكن للإعلام أن يؤثر في رأي المتلقي بالسلب والإيجاب وبالتالي التأثير على قراراته كما أنه يوجه اتجاهات المتلقي نحو الأحداث.

وإضافة إلى هذه الخصائص يمكن القول بأن تكلفة الإعلام رخيصة لأن سعر الخبر في متناول الجميع لكن بعد رواج وسائل الإعلام مؤخرا، أصبح يمثل صناعة مربحة وذات قيمة اقتصادية.

2/ الدعاية:

تعريف:

الدعاية أو البروباغندا تعني نشر المعلومات بطريقة موجهة أحادية المنظور، وتوجيه رسائل مركزة بهدف التأثير على الرأي والسلوك، فهي محاولة مدروسة للتحكم في تلقي العامة من الناس لموضوع ما وهي عكس الموضوعية، وتتضمن موضوعات الدعاية الأشخاص مثل السياسيين والفنانين وأيضا السلع والخدمات بمختلف أنواعها.

يعرفها هارولد لاسويل بأنها تعبير عن الآراء أو الأفعال التي يقوم بها الأفراد أو الجماعات عمداً على أساس أنها ستؤثر في آراء أو أفعال أفراد آخرين أو جماعات أخرى لتحقيق أهداف محددة مسبقاً وذلك من خلال مراوغات نفسية.⁹

ويعرفها ليوناردو دوب بأنها محاولة التأثير في الشخصية والتحكم في سلوك الأفراد بالإشارة إلى الأهداف التي تعتبر غير علمية أو أن قيمتها في المجتمع العلمي مشكوك فيها في فترة محددة.¹⁰

النشأة الأولى للمصطلح:

تعود الجذور التاريخية لمصطلح "الدعاية" إلى القرن السابع عشر فقد ظهر لأول مرة في اللغة اللاتينية، لكنه اكتسب معناه المؤسسي في عام 1622 عندما أسس البابا غريغوريوس الخامس عشر هيئة كنسية باسم "مجمع نشر الإيمان congregatio de propaganda fide" وكان هدفها نشر الكاثوليكية في مواجهة الإصلاح البروتستانتي.

في ذلك الوقت كانت الكنيسة الكاثوليكية تتهم البروتستانتية بالشعوذة والمروق على الدين من خلال أوراق كانت توزع على الناس إلا أن ظهور الطباعة واكتشاف المطابع أحدث قفزة هائلة في العمل الدعائي حيث صار توزيع الأوراق والكتب ليس في شتم الخصم فقط وإنما في نشر الأفكار والمبادئ والتعاليم الخاصة أيضاً.¹¹

في البداية إذن لم يكن للمصطلح دلالة سلبية بل كان يعني ببساطة نشر المعتقدات والأفكار، لكن مع بداية القرن العشرين وخاصة خلال الحربين العالميتين بدأ يستخدم بشكل واسع في السياقات السياسية والحربية للتأثير على الرأي العام وحشد الدعم للحكومات مما أكسبه دلالة سلبية ترتبط بالتلاعب.

واليوم تستخدم "الدعاية" للإشارة إلى حملات التأثير المنظمة التي ترتبط بمحاولات توجيه الرأي العام من خلال وسائل الإعلام وتقنيات الاتصال الجماهيري.

⁹ محمد جودت ناصر: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دار المجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 1998، ص46.

¹⁰ المرجع السابق، ص46.

¹¹ الزهرة بريك: مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، مطبوعة بيداغوجية، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال، 2023/2022، ص38

خصائص الدعاية:

- الدعاية ذاتية وليست موضوعية فهي تسعى لتحقيق أهداف محددة.
- الدعاية نشاط إعلامي واقتصادي في نفس الوقت.
- الدعاية فعالة من حيث التكلفة فهي مجانية أو رخيصة جدا.

أهداف الدعاية:

- التأثير في آراء واتجاهات ومواقف الناس بخلق نوع من الإثارة النفسية وإحداث الانفعالات.
- محاولة الإقناع بأساليب غير شريفة.

أنواع الدعاية:

- **الدعاية البيضاء:** تكون معروفة المصدر تعتمد على الحجة والبرهان في تسويق أخبارها، هي إذن نشاط علني من أجل غرض معين.
 - **الدعاية الكامنة:** تقوم على إخفاء أهدافها ومصدرها ويزداد هذا النوع في أوقات الحروب والأزمات.
 - **الدعاية الظاهرة:** هي عكس الدعاية الكامنة لأنها معلنة من خلال وجود نظام معروف.
 - **الدعاية الهدامة:** تهدف إلى الهدم بكل أشكاله وتفتقر للمثل الأخلاقية وينشط هذا النوع في الأزمات الاجتماعية.
- والدعاية قد تكون سياسية أو تجارية اقتصادية أو اجتماعية أو دينية.

3/ الإشاعة:

تعريف:

الإشاعة لغة هي الأخبار، نقول رجل مشياع أي مذياع لا يكتف سرًا، وهي مشتقة من الفعل (أشاع) أي أذاع وأظهر ونشر، وتعود الجذور اللغوية للمصطلح في اللغة اللاتينية إلى العصور القديمة حيث ارتبط بانتقال

المعلومات غير المؤكدة بين الناس فكلمة Rumor تعني "الضوضاء" أو "الحديث المتداول" في إشارة إلى الكلام المنتشر دون التحقق من صحته.

يعرفها تشارلز أندال: هي عبارة عن رواية تتناولها الأفواه دون أن تركز على مصدر موثوق يؤكد صحتها.¹² إذن هي معلومة غير مؤكدة تنتقل شفها أو عبر وسائل الإعلام وغالبا ما يكون هدفها التأثير على الرأي العام أو خلق البلبلة.

خلال القرن العشرين ومع ظهور وسائل الاتصال الجماهيري أصبحت الإشاعة ظاهرة مدروسة في علم النفس الاجتماعي والإعلام خاصة في أوقات الحروب والأزمات، ومع تطور الأترنت ووسائل التواصل الاجتماعي أصبحت الإشاعات تنتشر بسرعة مذهلة.

خصائص الإشاعة:

- تقوم على غموض المصدر.
- تقوم على أساس الانتشار السريع.
- تستند على مستوى ثقافي معين.

أهداف الإشاعة:

- تحطيم المعنويات وبث الشقاق وخلق جو من الارتباك والشك خاصة في الحروب.
- تشويه سمعة المؤسسات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية.
- جذب الانتباه ومحاولة تغيير الاتجاهات والمواقف.

¹² محاضرات في مقياس: مدخل لوسائل الإعلام والاتصال، السنة الأولى جذع مشترك، <https://cte.univ-setif2.dz>

4/ الإشهار (الإعلان):

تعريف:

يعود مصطلح "الإشهار" إلى اللغة اللاتينية وإلى الفعل *publicare* الذي يعني "يجعل الشيء عاماً أو معروفاً" ومع تطور الزمن أصبح هذا المفهوم جزءاً من عالم الاتصال والتسويق خاصة في اللغة الفرنسية فمصطلح *publicité* يستخدم للدلالة على الترويج لفكرة أو منتج.

الإعلان لغة يعني البيان والإظهار والمجاهرة وهدفه الإبلاغ والتوصيل وكاصطلاح له معنيان أحدهما ينصرف إلى الإعلام وهو الإعلان الإخباري أو التعليمي والنشر والثاني يعني الإشهار التجاري أو الترويج.¹³

الإشهار وسيلة للإعلام والدعاية لمنتج معين يقوم من خلاله صاحب المنتج بدفع ثمن هذا الإشهار لوسيلة من وسائل الإعلام من أجل النشر والتعريف. بمنتجه، وقد أضحت الإشهار اليوم محركاً اقتصادياً مهماً يوجه الأفكار ويؤثر في سلوك المستهلكين.

يعرفه فيليب كوتلر المختص في مجال التسويق والإعلان فيقول: هو أي مظهر اتصال غير شخصي لغرض ترويج أفكار أو سلع أو خدمات صادر عن معلوم على نفقته.¹⁴

وتعرفه الجمعية الأمريكية للتسويق: هو الوسيلة غير الشخصية لتقديم السلع والخدمات والأفكار بواسطة جهة معلومة ومقابل أجر معلوم¹⁵

ويعرفه Graw Walter قائلاً: هو فن إغراء الأفراد على سلوك معين بطريقة معينة.¹⁶

التطور التاريخي للإشهار:

¹³ محمد لطف الحميري: العلاقات العامة والإعلان، المجلة الجزائرية للاتصال، مجلد 8، عدد 17، 1998، ص128.

¹⁴ محاضرات في مقياس مدخل وسائل الاعلام والاتصال، جامعة سطيف، <https://cte.univ-setif2.dz>

¹⁵ المرجع السابق

¹⁶ زهرة بلعليا: محاضرة بعنوان: الإشهار والإعلان، مقياس تشريعات إعلامية، <https://fsic.univ-alger3.dz>

عرف الإشهار تطوراً ملحوظاً عبر الزمن فقد بدأ في الحضارات القديمة حيث كانت تكتب الإعلانات على الجدران وتُنقش على الأحجار للترويج للمنتجات، واستمر في العصور الوسطى حيث كان الباعة المتجولون يستعملون أساليب شفوية للإشهار والترويج لبضائعهم، ومع اختراع الطباعة وظهور الصحافة بدأ الإشهار بالبروز في المنشورات، ثم مع ظهور الراديو والتلفزيون أصبح الإشهار صناعة قائمة بذاتها تستخدم أساليب متطورة في علم النفس وعلم التسويق للتأثير على المستهلك، ومؤخراً اتخذ الإشهار في العصر الرقمي أشكالاً جديدة أكثر استهدافاً وتفاعلية.

خصائص الإشهار:

— الإعلان وسيلة إعلامية واسعة الانتشار ويمس فئة كبيرة من جمهور المستهلكين.

— ذو تكلفة عالية ولكن عائداته أيضاً مرتفعة جداً.

— يتميز بالإعادة والتكرار والاستمرارية في بث الرسائل الإعلانية والإشهارية.

— يتميز بالشمولية فهو موجه لجميع الناس.

— يتميز بسرعة التأثير على المستهلك.

أهداف الإشهار:

— التعريف بالمنتج وتوفير المعلومات والبيانات التي يجهلها المستهلك عنه وجذب انتباهه له.

— تغيير السلوك الاستهلاكي (تغيير الاتجاهات) ومحاولة التأثير على المستهلك من خلال اقتراح استخدامات جديدة للمنتج وإبراز فوائده.

— الحث على التصرف وهو ما يعرف أيضاً بالاستجابة المباشرة للمستهلك، فالإعلان يهدف إلى الحصول على نتائج ملموسة.

أنواع الإشهار:

تختلف الإعلانات في أنواعها من حيث الوظيفة التسويقية (إعلان تعليمي، إعلان إرشادي...) ومن حيث الوسيلة (إعلان تلفزيوني، إعلان إذاعي، إعلان مكتوب...) ومن حيث النطاق الجغرافي (إعلان دولي، إعلان وطني، إعلان محلي...) ومن حيث الجمهور المستهدف (إعلان سياحي، إعلان سياسي، إعلان تجاري..)

5/ العلاقات العامة:

تعريف:

يعود مصطلح "العلاقات العامة" إلى اللغة الإنجليزية **public relations** وتعني العلاقات مع الجمهور أو إدارة التواصل بين المؤسسة والجمهور، ويعتقد أن أول استعمال رسمي له كان في أواخر القرن التاسع عشر. ينسب تأسيس العلاقات العامة كمجال مستقل إلى الأمريكي "إيفي لي" في أوائل القرن العشرين حيث وضع أول مبادئ رسمية للمهنة مؤكدا على أهمية الصدق والشفافية في التواصل مع الجمهور، ومع بداية العشرينيات من القرن العشرين ساهم "إدوارد بيرنيز" في تطوير المفهوم من خلال تطبيق مبادئ علم النفس والسلوك الاجتماعي في حملات التأثير الجماهيري، وبعد الحرب العالمية الثانية أصبحت العلاقات العامة عنصرا أساسيا في الشركات والحكومات والمؤسسات الإعلامية.

تعتبر العلاقات العامة جزءا أساسيا في نجاح أي مؤسسة حكومية كانت أو خاصة، وتعرف بأنها عملية إدارة المعلومات بين الفرد أو المؤسسة مع العامة من خلال الاتصال بينهم، فهي إذن الاستراتيجية التي تتبعها المؤسسة لتحقيق أهدافها.

يعرفها قاموس أكسفورد كالتالي: هي الفن الذي يقوم على أسس علمية للبحث عن أفضل طرق التعامل الناجحة ما بين المؤسسة والجمهور الخارجي والداخلي لتحقيق أهداف المؤسسة مع مراعاة المعايير الاجتماعية والقيم والأخلاق العامة المجتمعية والقوانين¹⁷

وتعرفها الجمعية الدولية للعلاقات العامة على أنها: وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب والمحافظة على تفهم وتعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم، وذلك عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان ولتحقيق تعاون مثمر أكبر ومقابلة المصالح العامة بدرجة أكفأ عن طريق المعلومات المخططة ونشرها.¹⁸

ويعرفها المعهد البريطاني للعلاقات العامة: هي جهود مخطط ودائم لإقامة الفهم المشترك بين أي مؤسسة وجمهورها مع المحافظة على ذلك الفهم والإدراك.¹⁹

العلاقات العامة إذن هي مجموعة من التقنيات المستعملة لإدارة الاتصال بين المؤسسات أو الأفراد والجمهور بهدف تحسين الصورة العامة والتأثير على الرأي العام بطريقة إيجابية.

خصائص العلاقات العامة:

- هي عملية اتصال دائم بين المؤسسة والجمهور.
- تتسم بالقصدية والتخطيط فهي ليست نشاطا عشوائيا.
- تتصف بالشمولية والوضوح.
- تركز على المبادئ الأخلاقية (توخي الصدق والأمانة في التعامل) من أجل بناء الثقة بين المؤسسة والجمهور.
- تعتمد في تحقيق أهدافها على الأسلوب العلمي (التقييم المستمر وإجراء البحوث).

¹⁷مجد خضر: مفهوم العلاقات العامة، موقع موضوع الإلكتروني، 5 أغسطس 2019، <https://mawdoo.com>
¹⁸العلاقات العامة: تعريف، الخصائص، أهمية، أهداف، مبادئ، مهام. 16 يونيو 2021، <https://www.starshams.com>
¹⁹ محمد لطف الحميري: العلاقات العامة والإعلان، المجلة الجزائرية للاتصال، مجلد 8، العدد 17، 1998، ص122.

أهداف العلاقات العامة:

— تغيير اتجاهات الناس إيجاباً نحو عمل المؤسسة وأنشطتها.

— تعزيز العلاقات وتوطيدها مع غيرها من المتعاملين.

— تعزيز العلاقات مع وسائل النشر والإعلان لكون هذه الوسائل مصدراً في الترويج للعلاقات العامة.

الفرق بين الإعلام والاتصال:

الاتصال	الإعلام	
مشاركة المعلومات والأفكار	نقل المعلومات والأفكار (شيوخ الخبر)	الوظيفة
أشمل يغطي الكائنات الأخرى	خاصية إنسانية (تفاعل إنساني)	الخصائص
ثنائي الاتجاه/ واسع وشامل	أحادي الاتجاه/ جزء من العملية الاتصالية	الخصائص
تحقيق التفاعل (رجع الصدى)	نشر المعلومة وإبلاغها للمتلقي في صيغة مناسبة	الأهداف
اللغة / الحركة والإيماءات / اللباس / الرموز والإشارات...	الإعلام المرئي/ المسموع/ المكتوب (تلفزيون/ إذاعة/ صحف)	الوسائل

المحاضرة 2

المراحل التطورية للاتصال

الاتصال ظاهرة اجتماعية تعكس طبيعة المجتمعات التي تنشأ فيها وتلعب دورا حيويا في تعزيز التفاعل الاجتماعي، ومنذ العصور القديمة اعتمد الإنسان على وسائل بدائية للتواصل كالنقش على الحجر والألواح الطينية، وقد مرّ الاتصال بمراحل تطورية هامة بداية بالرموز والإشارات مرورا باللغة الشفهية ثم الكتابة ليبلغ الذروة في عصرنا هذا مع الاتصال الشبكي.

1_ مرحلة الاتصال الإشاري أو الرمزي:

تعريف: التواصل الرمزي نوع من التواصل يعتمد على استخدام الرموز (العلامات / الإشارات) بدلا من الكلمات لنقل المعاني والأفكار، هذه الرموز تحمل معان محددة وهي مفهومة ضمن سياق ثقافي واجتماعي معين.

الرمزية أداة مهمة لنقل المعنى والعاطفة والهوية بطريقة ملفتة بصريا (جذابة وفعالة)، يستخدم التواصل الرمزي بكثرة في الثقافة والفن وكذلك في التواصل بين الأفراد أو ضمن مجموعات لديها رموز خاصة، الرموز تسمح بنقل المعلومات دون الحاجة لشرح طويل، وتستخدم لنقل المعاني التي قد لا يمكن وضعها بسهولة في كلمات.

نظرية الرمز: ظهرت في علم الاجتماع لشرح دور الرموز في التواصل البشري والتفاعل الاجتماعي واستخدام الرموز يكون لخلق المعنى ونقل الرسائل، نظرية الرمز تساعد أيضا في فهم الهوية الاجتماعية وإنشاء معناها.

مثال: الأعلام والأناشيد هي رموز للدولة تخلق إحساسا بالهوية والوحدة.

نظرية الاتصال الرمزي:

ظهرت هذه النظرية في علم الاجتماع وعلوم الاتصال وتركز على دراسة كيفية تبادل المعنى بين الأفراد في المجتمع وتقوم على فكرة أن الاتصال يتم من خلال تبادل رموز مشتركة بين مرسل ومستقبل ويتم فهم المعنى من خلال فك تلك الرموز وتفسيرها، وتتناول النظرية العديد من المفاهيم مثل: عوامل الضوابط الاجتماعية والثقافية واللغوية التي تؤثر في المعنى المشترك للرموز، هذه النظرية مفيدة في فهم كيفية تواصل الأفراد في المجتمع وتأثير العوامل المختلفة على تبادل المعنى.

أمثلة على التواصل الرمزي:

- 1/ إشارات المرور: كل لون أو شكل في إشارات المرور يرمز إلى معنى معين مثل الوقوف أو الانتباه.
- 2/ الأعلام: تمثل رموزاً للأمم وكل لون في العلم قد يحمل دلالات ثقافية أو سياسية.
- 3/ الإيماءات الجسدية: كرفع الإبهام للدلالة على الموافقة أو حركة السلام باليد أو الإشارة والتلويح وغيرها.
- 4/ الرموز الدينية: مثل الهلال والصليب والتي تمثل معتقدات معينة.
- 5/ الرسوم البيانية والصور: عبارة عن معلومات تفصيلية وتحليل بيانات على شكل رسوم ومخططات.
- 6/ أصوات الصمت والكلام: مثل الغناء والهمس.
- 7/ اللغة المكتوبة: مثل الحروف والكلمات.

وإضافة لكل هذه الأنواع هناك أمثلة أخرى مثل: الشعر (اللحية/الشارب/الحلاقة/التسريحة)، والجواهر والحلي، وألوان الملابس، ومستحضرات التجميل، والمسافة بينك وبين الآخرين....

أمثلة عن معاني الرموز:

- 1/ لغة اليد: هز اليد يعبر عن التحية الحارة/ ملامسة اليد تعبر عن الدعم والمساعدة/ التريبت على الكتف يعبر عن الإطراء وتقديم التهنة

2/ لغة الوشم: يستعمل الوشم للزينة وللتعبير عن الشعور ولتحديد الهوية (كل قبيلة لها رموزها الخاصة) ولإبعاد العين الشريرة والحماية من الأمراض وجلب الثروة والنجاح وهو علامة على الانتماء.

خاتمة:

الأنظمة الرمزية هي الوسائط التي أوجدها الإنسان من أجل كسر عزلته وتيسير عملية التواصل وتتنصف بالكثرة والتعدد والتنوع والاختلاف (اللغة، الصورة، المقدس...)

2_ مرحلة الاتصال اللغوي (الشفهي):

مقدمة: اللغة ظاهرة اجتماعية من إنتاج التطور البشري وهي مركب معقد ترتبط عضويا بجميع المعارف الإنسانية. في الأول كانت اللغة شفوية ثم تطورت مع اختراع الكتابة وأصبح التواصل كتابيا بعدما كان شفويا.

تعريف اللغة:

1/ اللغة مجموعة منظمة من العادات الصوتية التي يتفاعل بواسطتها أفراد المجتمع الإنساني ويستخدمونها في أمور حياتهم.

2/ اللغة طريقة إنسانية خالصة للتواصل الذي يتم بواسطة نظام الرمز.

مواقع اللغة في الدماغ: يقع مركز اللغة في النصف الأيسر من الطبقة السنجابية من المخ، وهي 4 مواقع (مركز التكلم- مركز الكتابة- مركز الكلمات المسموعة- مركز الكلمات المرئية).

خصائص اللغة:

- اللغة سمة إنسانية.
- اللغة صوتية.
- اللغة تحمل معنى.
- اللغة ذات نظام خاص.
- اللغة سلوك مكتسب (قال الله تعالى: الرحمن، علم القرآن، خلق الإنسان، علمه البيان)
- اللغة نامية أي في حالة تغير دائم.

وظائف اللغة:

تؤدي اللغة وظائف اجتماعية ونفسية وفكرية، فمن خلالها يمكن التعبير عن الأفكار والعواطف والانفعالات كما أنها وسيلة للتطبيع الاجتماعي (التنشئة الاجتماعية) وللتواصل ولها أيضا وظيفة توثيق الفكر الإنساني.

الاتصال اللغوي:

الاتصال اللغوي طريقة اتصال يتم من خلالها تبادل الأفكار والمعلومات بهدف التقارب وتحقيق الإقناع وهو عدة أنواع:

- 1/ الاتصال اللفظي (الشفهي): من خلال استخدام الحروف والأصوات وهو خاص بالإنسان.
- 2/ الاتصال غير اللفظي: أو ما يعرف بلغة الجسد أي التواصل عبر العيون وتعبيرات الوجه والإيماءات وغيرها.
- 3/ الاتصال الكتابي: يتم من خلال الكتابة والطباعة ويفيد في حفظ المعلومات.

4/ الاتصال السماعي: يتم من خلال الاستماع ويكون ناجحا إذا اتسم هذا الاستماع بالفعالية (فهم ما يقال).

5/ الاتصال البصري: يتم من خلال استخدام الصور والرسومات والمخططات والرسوم البيانية بهدف نقل المعلومات والأفكار ويستخدم غالبا في العروض التقديمية.

مهارات الاتصال اللغوي:

الاتصال اللغوي هو أساس التواصل والتفاعل بين الناس وله أربع مهارات أساسية هي: مهارة الاستماع- مهارة التحدّث- مهارة القراءة ومهارة الكتابة وهي مهارات مرتبطة ببعضها البعض بشكل وثيق.

الثقافة الشفوية (التقاليد الشفهية):

هي مواد وتقاليد ثقافية تنتقل شفويا من جيل لآخر عن طريق الكلام أو الغناء على شكل حكاية أو مثل أو أغنية، الثقافة الشفوية هي أداة للمعرفة ووسيلة للحفاظ عليها ونقلها عبر الأجيال المتعاقبة.

أ/ عناصر الثقافة الشفوية:

تقوم ثقافة المشافهة على الصوت والموسيقى (الإيقاع) وحركات الجسد (من إيماءات وإشارات)، داخل هذه المنظومة يمثل الصوت المقام الأول ويعتمد على المهارات البلاغية والبيانية بينما تأتي حاسة السمع في المقام الثاني فهي التي تفهم وتستوعب الكلمة ثم تؤولها وتنتج الدلالة، والعلاقة بين الصوت (التلفظ) والسمع علاقة وطيدة ومهمّة في ثقافة المشافهة ويرى مارشال ماك لوهان أن الصوت يعد وسيلة إعلامية باردة لأن المتلقي (السامع) يشارك بقوة وفعالية كبيرة في شحن الإرساليات وإنتاجها وبثها والتفاعل معها ولا يستطيع السامع

إلا أن يقع تحت سحر الصوت²⁰

ثقافة المشافهة إذن تستلزم المشاركة العاطفية والتفاعل الوجداني بين الصوت وسحره المحرك للأحاسيس والمشاعر من جهة والأذن المستمعة من جهة أخرى، تقوم ثقافة المشافهة على الرواية والذاكرة المؤسسية، وللراوي والحكواتي والشاعر دور كبير في المحافظة على هذا الإرث الحضاري (الذي يتمثل في الحكاية والقصيدة والمثل والأحجية واللغز وغيرها من مكونات ثقافة المشافهة) فهؤلاء يمثلون مؤسسة ثقافية ويعملون على شد انتباه المستمع من خلال حلقات تقام في المجالس والساحات العامة والأسواق.

خاتمة:

ترتبط ثقافة المشافهة بالاشعور الجمعي للشعوب وهي مازالت مستمرة إلى يومنا هذا رغم ظهور الكتابة ومازالت تحافظ على الإرث الثقافي الشعبي.

3 — مرحلة الاتصال الخطابي:

تُعد إحدى المراحل الأساسية في تطور الاتصال البشري، حيث تميزت بالاعتماد على اللغة المنطوقة والخطابة كوسيلة أساسية لنقل المعلومات والمعرفة. هذه المرحلة جاءت بعد مرحلة الاتصال الإشاري (البدايي) وقبل تطور الاتصال المطبوع والمرئي الحديث.

خصائص مرحلة الاتصال الخطابي:

²⁰ الطيب بودربالة: الثقافة الشعبية بين حضارة المشافهة وحضارة الكتابة، مجلة معارف، العدد 16، السنة الثامنة ديسمبر 2014، ص62

1. الشفوية والارتجال: اعتمد الاتصال في هذه المرحلة على التفاعل المباشر بين المتحدث والجمهور، مما جعل القدرة على الإقناع والبلاغة عناصر جوهرية.
2. دور الذاكرة: لم يكن هناك وسائل تسجيل فاعتمدت المجتمعات على الحفظ الشفهي لنقل الخطابات والمعلومات عبر الأجيال.
3. ظهور الخطابة كفن: برزت الخطابة كأداة فعالة في السياسة، الفلسفة، والدين، خاصة في الحضارات القديمة مثل اليونان (خطابة سقراط وأفلاطون وأرسطو)، والرومان (خطابة شيشرون)، والعالم الإسلامي (خطابة الجمعة والمجالس العلمية).
4. التفاعل الاجتماعي: كان الاتصال الخطابي أداة رئيسية في نقل القيم الثقافية، تشكيل الرأي العام، والتحريض على الفعل الجماعي.

أبرز ممثلي هذه المرحلة:

- أرسطو: وضع أسس البلاغة وصنّف الخطابة إلى ثلاثة أنواع :
 1. الإقناعية: (Ethos) تعتمد على شخصية المتحدث ومصداقيته.
 2. المنطقية: (Logos) تعتمد على الأدلة والحجج العقلية.
 3. العاطفية: (Pathos) تعتمد على التأثير العاطفي في الجمهور.
- شيشرون: طوّر مفهوم الخطابة السياسية والقانونية في روما.
- الخطباء المسلمون: مثل الحسن البصري وزيد بن أبيه وسحبان بن وائل والعلماء في المنابر الإسلامية، وقد لعبت الخطابة دوراً بارزاً في نشر المعرفة والوعظ.

تأثير الاتصال الخطابي على المراحل اللاحقة:

- مهّد الطريق لتطوير الاتصال المكتوب، حيث بدأ تدوين الخطابات والمحاضرات.
- أسس لنظريات الإعلام والاتصال الحديثة، خاصة في مجال الإقناع والتأثير الجماهيري.
- لا يزال يستخدم حتى اليوم في المجالات السياسية والأكاديمية والدينية (مثل الخطابات السياسية، المحاضرات، والدعوة الدينية).

خلاصة:

شكّلت مرحلة الاتصال الخطابي تطوراً رئيسياً في تاريخ التواصل البشري، حيث أعطت الأولوية للتفاعل المباشر والقدرة الخطابية في التأثير على الجمهور، ولا تزال مبادئها حاضرة في مختلف أشكال الاتصال الحديث مثل الإعلام والخطابة العامة.

4_ مرحلة الاتصال الكتابي:

يشير التواصل الكتابي إلى عملية نقل المعلومات أو الأفكار أو الخواطر من خلال الرموز المكتوبة والكلمات المكتوبة ويتضمن استخدام اللغة الكتابية للتعبير ويستعمل هذا النوع عندما تكون المعلومات المراد نقلها طويلة ولا يمكن تفسيرها شفويًا.

الكتابة تنقل المعلومات أو تعطيها أو تستدعيها وتجعل الإنسان يتخيل فالكتابة لها تأثيرات على الجانب المعرفي لدى الفرد الذي يقرأها. واللغة هي المظهر الأكثر وضوحاً للثقافة في الكتابة فهي تعكس الفروق الدقيقة في اللغة (المصطلحات - الاستعارة - تركيب الجمل - الأعراف والقيم الثقافية).

تتخذ الاتصالات المكتوبة أشكالاً عديدة مثل الرسائل والخطابات والمذكرات والتقارير والبريد الإلكتروني وهي تتيح سجلاً دائماً للمعلومات مما يجعلها مفيدة للرجوع إليها أو مشاركتها مع الآخرين مستقبلاً.

يعرّف مذکور (1988) الكتابة: هي مهارة عقلية وجدانية أو شعورية تتصل بتكوين الأفكار عن موضوع أو قضية ما، ومهارة عقلية يدوية تتصل بوضع الأفكار على الصفحة البيضاء وفق قواعد معينة للسلامة والتنظيم والوضوح والجمال.²¹

يعرفها الناقة (2000): هي قدرة حركية يدعمها إدراك بصري دقيق وتصور ذهني صحيح وثابت للشكل (خط وإملاء) ثم تصور عقلي يدعمه وعاء لغوي سليم.²²

يعرفها التميمي والزجاجي (2001): هي وسيلة من وسائل الاتصال يمكن للإنسان بواسطتها أن يعبر عن أفكاره ويقف على أفكار غيره ويبرر ما لديه من معان ومفاهيم.²³

ويعرفها طعيمة (2006): هي تركيب للرموز بهدف توصيل رسالة إلى قارئ يبعد الكاتب مكانا وزمانا.²⁴

ظهور الكتابة:

جاء ظهور الكتابة كمرحلة ثانية بعد المرحلة الشفوية وكان السومريون أول من اخترع طريقة للكتابة على الطين اللين حوالي 3600 ق.م، ومرت الكتابة بمراحل ففي البدء كانت تصويرية تعتمد على الصور والرموز ثم تطورت حين اخترع الفينيقيون الحروف الأبجدية في الحقبة الواقعة بين 2000-1000 سنة قبل الميلاد ليكمل الإغريق مسيرة تطوير الكتابة باختراعهم الأبجدية التي تشمل الحروف المتحركة في القرن 6 ق.م وبعد الكتابة على الجدران والطين اخترع المصريون القدامى ورق البردي حوالي 2500 ق.م كما تمكن الصينيون من اختراع الورق من لحاء شجر التوت حوالي 105 م وفي القرن الثامن الميلادي استعمل العرب المسلمون ألياف الكتان في صناعة الورق.

أهمية التواصل الكتابي:

²¹ الجامعة المستنصرية: مهارة الكتابة، <https://uomustansariyah.edu.iq>

²² المرجع السابق.

²³ المرجع السابق.

²⁴ المرجع السابق.

- تسمح الكتابة بالتنظيم الجيد للأفكار بطريقة منطقية
- تسمح بتخزين المعلومات للرجوع إليها في المستقبل
- تسمح بنقل المفاهيم المعقدة بطريقة موجزة ومقنعة.
- تساهم الكتابة في تعزيز مشاعر التواصل والتفاهم من خلال التعبير الواضح والصحيح.

دعائم التواصل الكتابي الناجح:

- الوضوح والإيجاز: يجب استعمال لغة بسيطة وتجنب المصطلحات المتخصصة (الفنية)
- القواعد النحوية والإملائية: يجب أن تكون القواعد سليمة لنقل الأفكار بدقة (يجب أن تكون الكتابة خالية من الأخطاء واضحة القواعد والترقيم)
- التنظيم والبنية: في الكتابة يجب توفر نص له مقدمة وخاتمة ويجب استخدام فقرات لفصل الأفكار بشكل فعال واستخدام العناوين أو النقاط الأساسية لتحسين قابلية القراءة
- التفكير النقدي والتحليل: في الكتابة يجب تقديم حجج مدعومة جيدا وتقديم المعلومات المعقدة بطريقة واضحة ومنطقية
- الوعي بالجمهور المستهدف: أي فهم احتياجات الجمهور واهتماماته لتكييف أسلوب الكتابة وفقا لذلك.

الخاتمة:

يمثل الاتصال الكتابي أحد أهم التحوّلات في التاريخ، لقد مكّنت الكتابة من تجاوز حدود الزمان والمكان ممّا الإنساني لكنّه أصبح أكثر تعقيدا مع تطور التكنولوجيا الرقمية ممّا يطرح تساؤلات حول الكتابة في ظل ثورة المعلومات.

5- مرحلة الاتصال الطباعي

تمثل مرحلة الاتصال الطباعي قفزة نوعية في تطور وسائل الاتصال حيث أدى اختراع الطباعة إلى انتشار المعرفة والمعلومات على نطاق واسع، مما ساهم في تعزيز التعليم وتطوير العلوم وإحداث تغييرات جوهرية في المجتمعات.

أهم خصائص مرحلة الاتصال الطباعي

1. الاستنساخ الميكانيكي للمعلومات:

- قبل الطباعة كان نقل المعلومات يعتمد على النسخ اليدوي للمخطوطات وقد كان هذا النقل بطيئاً ومكلفاً.
- مع اختراع الطباعة أصبح بالإمكان إنتاج آلاف النسخ من الكتب والمطبوعات بسرعة أكبر وبتكلفة أقل.

2. نشر المعرفة والتعلم:

- انتشار الكتب والصحف أدى إلى ارتفاع معدلات التعليم والقراءة.
- ازدهرت العلوم والفنون مما ساهم في ظهور عصر النهضة الأوروبية.

3. تقليل السيطرة الدينية والسياسية على المعلومات:

- قبل الطباعة كانت المعرفة محتكرة إلى حد كبير من قبل الكنيسة والطبقات الحاكمة.
- مع انتشار الطباعة أصبحت المعرفة متاحة لعامة الناس مما ساعد على نشوء الإصلاح الديني والثورات الفكرية.

4. تعزيز الهوية الثقافية والوطنية:

- ساعدت الطباعة في نشر الكتب باللغات المحلية، مما عزز فكرة الهويات القومية وساهم في تشكيل الدول الحديثة.

مراحل تطور الاتصال الطباعي

1. الطباعة الخشبية (قبل القرن الخامس عشر):

- استخدمت في الصين واليابان لطباعة النصوص والرسومات على الورق والقماش، ويعد الصيني (بي تشينج) أول من قام باختراع حرف مستقل لكل رمز من رموز اللغة عام 1045.

2. اختراع الطباعة بالحروف المتحركة 1440:

- قام يوهان جوتنبرج بثورة في الطباعة حينما استخدم الحروف الطباعية المتحركة في آلة طباعة خشبية واحدة، وقد أحدث هذا الاختراع ثورة في الطباعة وسرع من إنتاج الكتب.

3. انتشار الصحافة المطبوعة (القرن السابع عشر - التاسع عشر):

- ظهور الجرائد والمجلات وازدهار الإعلام الجماهيري.

4. تطور الطباعة الملونة والتجارية (القرن العشرين):

- ساعدت تقنيات الطباعة الحديثة في نشر الإعلانات والكتب المدرسية والصحف بشكل واسع.

أهم نتائج مرحلة الاتصال الطباعي

- الثورة العلمية والمعرفية: تسهيل تبادل الأفكار والاكتشافات العلمية.
- دور الصحافة والإعلام الجماهيري: تعزيز حرية التعبير والنقاشات العامة.

— تمكين الحركات الإصلاحية والسياسية: مثل الثورة الفرنسية والإصلاح البروتستانتي.
— تمهيد الطريق لمرحلة الاتصال الإلكتروني: حيث كانت الطباعة أساساً لتطور الصحافة والإعلام الحديث.

خلاصة

كانت مرحلة الاتصال الطباعي نقطة تحول رئيسية في التاريخ البشري إذ أسهمت في نشر المعرفة وتحفيز التعليم وتغيير البنية الاجتماعية والثقافية مما جعلها أساساً للنهضة الفكرية والعلمية في العالم.

6- التواصل الجماهيري:

الاتصال الجماهيري هو نوع خاص من التواصل الاجتماعي يتضمن خصائص مميزة للجمهور هو عملية يتم من خلالها إرسال رسالة من طرف شخص أو أشخاص أو مؤسسة عبر قناة اتصال إلى مجموعة كبيرة من الأشخاص المجهولين وغير المتجانسين والمنتشرين في أماكن مختلفة من العالم.

يعرفه جودي سي بيرسون وبول إي نيلسون: هو عملية فهم ومشاركة المعنى من خلال رسائل وسيطة إلى جمهور واسع.²⁵

يعرفه بيرغر: هو النقل العام للرسائل عبر وسائل الإعلام أو القنوات المعتمدة على التكنولوجيا إلى عدد كبير من المستلمين من كيان ما.²⁶

يعرفه ميتا: الاتصال الجماهيري يهتم بنقل المعلومات والأفكار والآراء والترفيه وغيرها في وقت واحد إلى عدد كبير من الجماهير غير المتجانسة.²⁷

خصائص الاتصال الجماهيري:

²⁵ الاتصال الجماهيري: الوظائف، الخصائص، الأنواع، <https://www.iedunote.com>

²⁶ المرجع السابق

²⁷ محمد محمد البادي: سيكولوجيا الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة، دون دار نشر، 2013، ص 56

- يتعامل مع جمهور كبير نسبياً وغير متجانس ومجهول بالنسبة للمرسل.
- يعتبر ذو اتجاه واحد لأنه يفتقر إلى ردود الفعل فهي تكاد تكون معدومة أو محدودة للغاية (ضئيلة ومتأخرة بشكل عام).
- يمتاز بقابلية النقل والتنقل بسرعة وبسهولة الاستخدام.
- يتصف بالشمولية (يشمل كل الفئات) وبالديمومة (الرسالة قابلة للمراجعة ويمكن تخزينها وإعادة قراءتها).
- يستخدم الوسائط التكنولوجية الحديثة.

وظائف الاتصال الجماهيري:

- 1/ تزويد الجمهور بالأخبار أولاً بأول.
- 2/ متابعة آخر التطورات العلمية والتكنولوجية.
- 3/ تفسير الأحداث والمواضيع المختلفة لبناء رأي عام حولها.
- 4/ تغيير أنماط السلوك وتشكيل صور نمطية عن أفراد ومجتمعات معينة من خلال نقل أنصاف الحقائق.
- 5/ دعم العادات والتقاليد والسلوكيات التي تربط اجزاء المجتمع وتفاعله وتماسكه.²⁸

7- التواصل الرقمي:

الاتصال الرقمي وسيلة اتصال تقوم على تشفير المعلومات والأفكار رقمياً ونقلها إلكترونياً وهو يعتمد على الحواسيب والهواتف الذكية والأترنت.

²⁸ د. رائد الملا: مادة وسائل الاتصال الجماهيري، كلية التربية الأساسية، جامعة المستنصرية العراق.

نشأة الاتصال الرقمي:

باختراع التلغراف عام 1838 بدأ الاتصال الرقمي فقد كان التلغراف عبارة عن اتصال يعتمد على نبضات كهربائية لنقل الرسائل، وفي الخمسينات من القرن الماضي تم اختراع الرقاقة الدقيقة التي أدت لتطور واختراع الكمبيوتر، وفي الستينات تم اختراع الويب. وفي القرن 21 انتشر الهواتف المحمول والكمبيوتر الشخصي وأصبحت الأنترنت متاحة للجميع.

تعريف نظام الاتصال الرقمي:

يقوم نظام الاتصال الرقمي على إرسال إشارات في نطاق محدود من مرسل إلى مستقبل، تحلّل الإشارة باستخدام معالج خاص بالتصفية التناظرية وقد تشفر المعلومة لتصل إلى المتلقي.

مميزات الاتصال الرقمي:

يتميز الاتصال الرقمي بمجموعة من الميزات التي تجعله متقدما على غيره من أنواع الاتصال فهو ينقل المعلومات لمسافات بعيدة خلال وصلات ألياف ضوئية، وهو مرن وشمولي وينقل البيانات (نصوص / صوت / صورة) بدقة فائقة كما أنه يتميز بقلّة التكلفة فهو رخيص مقارنة بغيره وهو يتصف بالأمان في نقل المعلومات.

وسائل الاتصال الرقمي:

تتنوع وسائل الاتصال الرقمي منها النصية والمرئية والصوتية ومن أشهرها: الرسائل الفورية والمواقع الالكترونية (مواقع الويب) ووسائل التواصل الاجتماعي (فايسبوك/ تويتر/ انستغرام/ يوتيوب/ الواتساب/ السناپ شات) وأيضا دردشة الفيديو (تطبيق زوم وغوغل ميت) والنشر الالكتروني (المكتبات الرقمية/ الكتب الالكترونية النصية والمسموعة) وبرامج المحادثة والتلفزيون التفاعلي وغيرها من الوسائل

أهمية الاتصال الرقمي:

يبقى الاتصال الرقمي الأفراد من مختلف الثقافات على اتصال دائم ومستمر، وهو يسهم في نحو الأمية وتعزيز الوعي المعرفي من خلال التفاعل مع الآخر (بناء صداقات خارج الحدود) ولهذا يستخدمه حاليا أكثر من 2 مليار شخص حول العالم يوميا.

خاتمة:

لقد فتحت طرائق الاتصال الجديدة التي تقدمها الأجهزة مثل العوالم الافتراضية الباب واسعا أمام التواصل الرمزي واللفظي وغير اللفظي وساهمت في خلق روابط اجتماعية وشاركت في ديناميكية العلاقات الجماعية وما زلنا نشهد تطور مستمر لجيل جديد من الأجهزة سيفتح المجال واسعا أمام الباحثين في مجال التواصل.

المحاضرة 3

عناصر (أركان) الاتصال

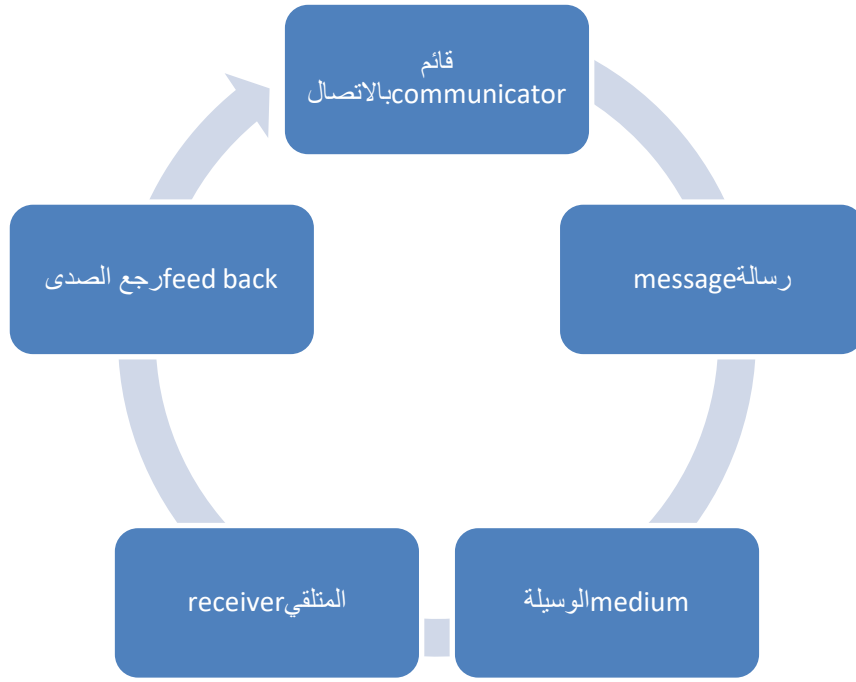
عناصر الاتصال:

تتكوّن عملية الاتصال من 6 عناصر هي: المصدر/ الرسالة/ الوسيلة/ المتلقي/ رجع الصدى/ التأثير.

- 1_ المصدر: منشأ الرسالة قد يكون فردا أو مجموعة من الأفراد أو مؤسسة.
- 2_ الرسالة: هي المنبه الذي ينقله المصدر إلى المستقبل وتتضمّن المعاني من أفكار وآراء تتعلّق بموضوعات معينة يتم التعبير عنها رمزيا سواء باللغة المنطوقة أو غير المنطوقة.
- 3_ الوسيلة: الأداة التي من خلالها أو بواسطتها يتم نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل وقد تكون صحيفة أو إذاعة أو محاضرة أو خطبة...
- 4_ المتلقي: هو المستقبل للرسالة.
- 5_ رجع الصدى: هي إجابة المستقبل.
- 6_ التأثير: الأثر الذي تتركه الرسالة في المتلقي

وحسب (هارولد لاسويل) وكما هو موضح في الرسم هناك خمس عناصر في عملية الاتصال وهي:

المرسل الطرف الذي يبدأ عملية الاتصال، الرسالة جوهر عملية الاتصال لأنها تمثل المضمون أو المحتوى، الوسيلة أو القناة التي تتم من خلالها عملية الاتصال، المتلقي الذي يستقبل الرسالة ويتفاعل معها ورجع الصدى أو التغذية الراجعة أي الاستجابة ورد الفعل المتوقع من المتلقي.



شرح مفصل لعناصر الاتصال:

— العنصر الأول: المرسل

هو الطرف الأول في عملية الاتصال، وهو صانع الرسالة ومنشؤها يقوم بمجموعة من المهام أهمها:

* تحديد المعنى المراد إيصاله إلى المستقبل (الطرف الثاني في الاتصال).

* يضع هذا المعنى في رموز سواء كانت كلامية أو غير كلامية.

* يرسل الرسالة.

* يتفاعل مع تجاوب المستقبل للرسالة.

— العنصر الثاني: الرسالة

هي المعنى الذي كونه المرسل وتتكون من كلمات وأفكار ومن حركات الجسم والصوت ومن الانطباع الذي يتركه المتصل عن نفسه. والرسالة فريدة ومستقلة في ذاتها فإذا ما أعاد المرسل إرسال نفس الرسالة ستتغير (لا يمكن إرسال رسالة واستقبالها مرتين بطريقة متطابقة تماما).

— العنصر الثالث: المستقبل

هو الشخص الذي يقوم بتحليل الرسائل وتفسيرها وترجمتها إلى معان معينة، وقد يكون المستقبل فردا أو جماعة أو شركة. للمستقبل وظائف هي:

* استقبال الرسالة.

* فك رموزها وتحويلها إلى معان (تفسير كلمات الرسالة وربطها بخبرات المستقبل وتجاربه ثم الوصول إلى معانيها) ولهذا قد يقصد المرسل معنى ويفهم المستقبل معنى آخر.

— العنصر الرابع: الوسيلة

هي القناة الحاملة للرسالة، من خلالها تنتقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل. وهناك قنوات طبيعية لنقل الرسائل كموجات الضوء والصوت والشم والذوق واللمس وهناك قنوات أخرى كالصحف والكتب والأفلام وغيرها.

العنصر الخامس: رجوع الصدى

يسمى أيضا التغذية الراجعة وهو عملية آنية أي أنها تحدث فور وصول الرسالة إلى المستقبل، وهي الاستجابة التي يرسلها المستقبل إلى المرسل وتمثل أهميتها في أنها تفيد المرسل ما غذا كانت رسالته قد وصلت وفهمت كما أراد أو أنها فهمت خطأ (هي استجابات تدل المرسل على أثر رسالته ومدى وصول المعنى المطلوب).

العنصر السادس: بيئة الاتصال

هي الوسط الذي يتم فيه الاتصال وتشتمل على:

— البيئة المادية ويقصد بها الظروف المادية المحيطة بعناصر الاتصال مثل: الحرارة، الأصوات، الروائح، الأضواء...

— البيئة الثقافية: تتمثل في السلوكيات (العادات والتقاليد).

— البيئة الاجتماعية: تتمثل في نظم التعامل بين الأفراد والجماعات وتشمل البيئة الداخلية (الحالة النفسية التي يكون عليها المرسل) والبيئة المعنوية (علاقة المرسل بالمستقبل من حيث الموافقة والرفض والمشاعر والعواطف والتصورات المسبقة).

العنصر السابع: التشويش

هو العنصر الذي يدخل على العملية الاتصالية فيغير من معناها بدرجات متفاوتة وهو أنواع

— التشويش المادي: كأصوات أبواق السيارات مثلا أو سرعة كلام المتصل.

— التشويش النفسي: ويحصل داخل عقل الإنسان كسمعة المتصل لدى المستقبل وقد يؤدي إلى تشويه الرسالة.

— التشويش الدلالي: وهو اختلاف معنى الكلمة من شخص لآخر.

— التشويش التكنولوجي: كالتشويش في شبكة الجوال.

— التشويش العضوي: وهو ناتج عن ضعف إحدى الحواس كالسمع أو البصر.

المحاضرة 5/4

الاتصال الإنساني Human communication

خصائصه/ وظائفه/ أهدافه

الاتصال هو عملية إنشاء المعاني ومشاركة الآخرين فيها من خلال استخدام الرموز، وهو تفاعل بين طرفين أو أكثر في موقف معين لتبادل المعلومات بهدف تحقيق تأثير معين لدى طرف أو كليهما.

هو عبارة عن إرسال الأفكار والمعلومات وتبادلها بين المرسل والمستقبل من خلال الوسائل المختلفة للحصول على استجابة تؤدي للتماسك والتواصل، وللاتصال الإنساني عدة تعريفات منها:

1— هو تبادل الأفكار والآراء والمعاني بقصد إحداث تصرفات معينة.

2— هو عملية تفاعل اجتماعي بين الناس في المجتمع social interaction

3— هو عملية مشاركة sharing

4— هو عملية التقاء العقول meeting of minds

5— هو عملية الفهم understanding

6— هو الحصول على استجابة getting response

7— هو عملية إرسال واستقبال معلومات من خلال الرموز sending and receiving information through symbols

8— هو عملية أخذ وعطاء للمعاني بين شخصين.

مفاهيم عن الاتصال الإنساني:

- 1— إنَّ مهارات الاتصال هي مهارات مكتسبة وليست موروثه، فالإتصال عملية معقّدة ومستمرة وديناميكية ومتغيّرة فحينما يتواجد أيّ شخصين معا فإنهما يقومان بالإتصال مع بعضهما البعض لا شعوريا (دون قصد).
- 2— إنَّ معاني الكلمات الموجودة في أذهان الناس ليس شرطا أن تكون ذاتها التي في القواميس والمعاجم فالمعنى الذي يصل إلى الناس ناتج عن الطريقة التي تتحدث بها أمامهم أكثر مما ينتج عن الأشياء التي تقولها، ولتفترض أنّ الرسالة التي سترسلها لن يحسن فهمها ولذلك اهتم بالفهم.
- 3— إنَّ 87 بالمائة من المعلومات المخزونة في عقول الناس تدخل عن طريق عيونهم.

الأنشطة المرتبطة بالإتصال الإنساني:

— عند نشوء الإتصال تتحد الجهات المتواصلة فيما بينها في مجموعة من الأنشطة أهمها:

- 1— نشاط المخ: حيث يتعين على المتحدث أن يتذكر ماذا قال له الشخص الآخر.
- 2— نشاط نفسي: يتعين على المتصل أن يفهم معاني الكلمات والإيماءات وفهم نفسيات الآخرين.
- 3— نشاط اجتماعي: ذلك أن تبادل المعلومات يتم في بيئة اجتماعية.
- 4— نشاط ثقافي: في الإتصال تستخدم اللغة وهي من أهم عناصر الثقافة.

مبادئ أساسية في فن الإتصال الإنساني:

- إدراك أسباب حدوث سوء الفهم.
- تعلّم كيفية تقليل سوء الفهم أو تجنبه.
- إزالة اللبس الذي ينشأ بينك وبين شخص آخر.
- تفسير الافتراضات التي يبنها كل من المرسل والمستقبل عن الآخر (ما يعد هاماً بالنسبة لنا قد لا يمثل أهمية للآخرين).

خصائص الاتصال الإنساني:

- عملية مستمرة.
- نظام متكامل.
- تفاعلي ومتغير.
- قصدي وغير قصدي.
- ذو أبعاد متعددة.
- سهل ومعقد في آن واحد.
- هو عملية لها صفة التلقائية.
- هو عملية لها صفة الجاذبية.

وظائف الاتصال الإنساني:

- الوظيفة الإخبارية.
- التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات.
- زيادة الثقافة والمعلومات.
- تنمية العلاقات الإنسانية وزيادة التماسك الاجتماعي.
- الترفيه وتوفير سبل التسلية وقضاء أوقات الفراغ.
- الإعلان والدعاية.
- هو ظاهرة اجتماعية عامة لها صفة الانتشار.

— هو عملية موضوعية وواقعية.

أهداف الاتصال الإنساني:

— الحاجة إلى الإقناع (الآراء والافكار).

— التحكم والسيطرة على الآخرين.

— توكيد مواقف الفرد وقناعاته.

— تقوية الصلات والروابط الاجتماعية.

— توسيع دائرة التعارف بالآخرين.

— تحقيق التعاون.

— التعرف على آراء الآخرين.

— إيصال المشاعر الإيجابية والسلبية للآخرين (الاحترام — التقبل — الحب/الإساءة — الكراهية...)

يهدف الاتصال الإنساني إذن إلى إحداث تغيير في معلومات واتجاهات وسلوك الجمهور المستقبل (المستمع — القارئ — المشاهد).

أولاً: المعرفة (المعلومات)

Knowledge (informations)

— تزويد الجمهور بمعلومات صحيحة (صحح معلوماتك).

— تزويد الجمهور بمعلومات جديدة (جدد معلوماتك).

— تزويد الجمهور بمعلومات إضافية (أضف إلى معلوماتك).

— تزويد الجمهور بمعلومات كاملة (أكمل معلوماتك).

— تزويد الجمهور بمعلومات مضللة أو بأصاف حقائق (تضليل).

ثانياً: الاتجاهات (الإقناع)

Attitudes (persuasion)

— تقوية أو تعزيز الاتجاه الموجود لدى الجمهور المستهدف.

— تعديل اتجاه الجمهور المستهدف نحو الأفضل أو الأسوأ.

— تغيير اتجاه الجمهور المستهدف.

والاتجاهات هي إما مؤيد، محايد، معارض، موافق، لا رأي، غير موافق، مع، يمتنع، ضد، نعم، لا....

ثالثاً: السلوك

Behaviour

— اكتشاف الذات

— التعرف على الآخر.

— المساهمة في بناء مجتمع سليم.

— تحقيق الأهداف.

— اكتساب الخبرات.

ويكون ب:

— تغيير السلوك غير المرغوب فيه إلى السلوك المرغوب.

— تأكيد للسلوك المرغوب وتشجيعه وتحفيزه للاستمرار بالسلوك القويم والحوار الواعي المتقن (المجادلة والتي هي أحسن).

أهمية الاتصال الإنساني:

— هو أساس للحياة اليومية.

— يزيد من قبول وتقدير الإنسان.

— يزيد من التقارب النفسي.

— يجعل الأفكار تزداد وتنمو وبهذا تتوسع دائرة المعرفة.

— يعمل على غزالة الخوف والخجل والتردد.

— هو منهج من مناهج النجاح.

المحاضرة 6

متطلبات الاتصال ومهاراته

يقصد بمتطلبات الاتصال ومهاراته مجموعة السلوكيات والمظاهر والقدرات التي تتعلق بالاتصال مع الآخرين وتتيح الفرصة للفرد أن يتفاعل بكفاءة ويحدث تأثير في الآخرين.

1_ مهارات المحادثة: الاستماع الفعّال

يُعد الاستماع الفعّال مهارة أساسية في التواصل حيث يساعد على بناء علاقات قوية وفهم الآخرين بعمق وتعزيز التفاهم المتبادل. وفيما يلي أهم الجوانب المتعلقة بمهارات الاستماع:

1_1_ أنواع الاستماع

- الاستماع السلبي: يقتصر على سماع الكلام دون تفاعل أو استيعاب.
- الاستماع الفعّال: يتضمن التركيز الكامل على المتحدث وفهم المعاني وإظهار الاهتمام من خلال التفاعل.
- الاستماع النقدي: تحليل المعلومات واستيعابها بعمق قبل إصدار الأحكام.
- الاستماع التعاطفي: محاولة فهم مشاعر المتحدث والتفاعل معها.

1_2_ عناصر الاستماع الفعّال

- التركيز والانتباه: تجنب المقاطعة أو التفكير في الرد أثناء الحديث.
- لغة الجسد الإيجابية: مثل التواصل البصري والإيماءات المشجعة والابتسام.
- إعادة الصياغة والتأكيد: مثل قول "إذن"، "تقصد أن" لضمان الفهم الصحيح.
- طرح الأسئلة: لطلب توضيح أو تعميق النقاش.
- تجنب الأحكام المسبقة: الاستماع بانفتاح دون افتراضات مسبقة.

3-1: عوائق الاستماع الفعّال

- التشبث الذهني: مثل التفكير في أمور أخرى أثناء الحديث.
- الأحكام المسبقة والتحيّزات: مما قد يؤدي إلى سوء فهم المتحدث.
- الانشغال بالمقاطعة أو التفكير في الرد: مما يقلل من استيعاب الرسالة.

2_ مهارة الكتابة (القراءة):

تُعتبر القراءة والكتابة مهارتين أساسيتين للتواصل ومشاركة الأفكار والتعبير عن المشاعر، وأيضاً لفهم الرسائل الإعلامية وتحليل الخطابات وصياغة المحتوى الاتصالي بفعالية، ولا تقتصر القراءة على استيعاب المعلومات فقط بل تشمل تفسيرها في ضوء النظريات الاتصالية، بينما تُستخدم الكتابة لنقل الأفكار بوضوح وفقاً لأساليب التأثير والإقناع المناسبة.

مهارتي القراءة والكتابة عملية بصرية عقلية إدراكية تقوم على فك الرموز اللغوية وفهمها واستيعابها، وتمر عملية القراءة بعدد من العمليات الحسية والإدراكية وتبدأ بالرؤية البصرية للرموز والتعرّف عليها وهو ما يسمى في علوم اللغة بفك التشفير، ثم تتوالى العمليات الإدراكية بحسب مستوى القارئ وأغراض القراءة مروراً بعملية الفهم والاستيعاب للرموز اللغوية، ثم حفظها وتخزينها في ذاكرة القارئ أو بجوانب النص السابقة ثم استدعائها وتحليلها ونقدها ومقارنتها.²⁹

1.2_ مهارة القراءة في مجال الاتصال

أ. أنواع القراءة في الدراسات الاتصالية

1. القراءة النقدية: تحليل الرسائل الإعلامية والإعلانات والخطابات السياسية من حيث المحتوى والجمهور والتأثيرات.

²⁹ المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني: مهارات التعلم مهارات القراءة والكتابة، <https://engmohannadb.github.io>

2. القراءة التحليلية: دراسة النصوص الاتصالية لفهم البنية اللغوية والرموز والاستراتيجيات المستخدمة في الإقناع والتأثير.

3. القراءة السياقية: تفسير النصوص في إطارها الثقافي والاجتماعي مثل تحليل الخطاب الإعلامي في سياق الأزمات.

ب. استراتيجيات القراءة الفعّالة في الاتصال

- تحليل القيم الضمنية في الرسائل الإعلامية: ما هي الأيديولوجيات التي يعكسها المحتوى؟
- تمييز أساليب التأثير والإقناع: كيف تُستخدم اللغة والصور والعواطف في الإعلانات أو الدعاية السياسية؟
- مقارنة النصوص الإعلامية: كيف يختلف تناول الموضوع نفسه في وسائل إعلام مختلفة؟

ج. تحديات القراءة في مجال الاتصال

- التعامل مع التحليل المتعدد المستويات: ضرورة فهم التأثيرات النفسية والاجتماعية والتكنولوجية على المحتوى الاتصالي.
- التلاعب الإعلامي والخطابات الموجهة: القدرة على كشف الدعاية والتضليل الإعلامي من خلال القراءة النقدية.

2.2. مهارة الكتابة في مجال الاتصال

أ. الكتابة كأداة اتصالية

- صياغة المحتوى الإعلامي: كتابة المقالات الصحفية والتقارير والخطابات الإعلانية بأسلوب واضح وجذاب.
- تحليل الخطاب الإعلامي: كتابة تقارير تحليلية حول تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور.

- التواصل المؤسسي والإعلامي: إعداد البيانات الصحفية والمحتوى الرقمي والرسائل الاتصالية في المؤسسات.

ب. خصائص الكتابة في مجال الاتصال

1. الوضوح والدقة: استخدام لغة سهلة ومباشرة لضمان وصول الرسالة بفعالية.
2. القدرة على التأثير والإقناع: توظيف الأساليب البلاغية وتقنيات الإقناع.
3. التكامل بين النص والصورة: خاصة في الكتابة الرقمية والإعلامية حيث تلعب الوسائط المتعددة دوراً هاماً.

ج. استراتيجيات تحسين الكتابة الاتصالية

- تحديد الجمهور المستهدف: كيف تختلف طريقة الكتابة عند التوجه إلى جمهور عام مقابل جمهور متخصص؟
- تحسين أسلوب السرد والإقناع: خاصة في المحتوى التسويقي والإعلامي.
- مراعاة السياق الثقافي والاجتماعي: لضمان أن الرسالة تتناسب مع القيم والتوقعات الاجتماعية.

تتطلب القراءة في مجال الاتصال مهارات تحليلية ونقدية لفهم الخطابات الإعلامية والثقافية، بينما تستدعي الكتابة مهارات صياغة دقيقة لتحقيق التأثير الاتصالي المطلوب.

3-مهارة الإقناع:

1-3 مفهوم الإقناع في الاتصال

الإقناع هو عملية تواصلية تهدف إلى التأثير على آراء أو مواقف أو سلوكيات الآخرين من خلال استراتيجيات تعتمد على الحجة والمصدقية. يُستخدم الإقناع في مختلف مجالات الحياة من السياسة إلى التسويق، ومن التعليم إلى العلاقات الاجتماعية.

3_2 أركان الإقناع في الاتصال

وفقاً لأرسطو، يقوم الإقناع على ثلاثة عناصر رئيسية:

- الإيثوس (Ethos): المصدقية ويقصد بها سمعة المتحدث وشخصيته، ومدى ثقة الجمهور فيه.
- الباثوس (Pathos): التأثير العاطفي أي استخدام العواطف لتحفيز الجمهور.
- اللوغوس (Logos): الحجة المنطقية أي تقديم أدلة عقلانية تدعم الرسالة³⁰.

3_3 تقنيات الإقناع الفعالة

تشمل تقنيات الإقناع المستخدمة في الاتصال ما يلي:

- التكرار: إعادة الفكرة بأساليب مختلفة لترسيخها في ذهن المتلقي.
- استخدام السرد القصصي: قصص تُعزز الفكرة وتجعلها أكثر تأثيراً.
- التأطير (Framing): عرض المعلومات بطريقة معينة تؤثر على تفسيرها.
- النداء إلى المصالح الشخصية: إظهار كيف يمكن أن يستفيد المتلقي.
- الضغط الاجتماعي: إبراز أن آخرين يتبنون نفس الفكرة لتعزيز القبول.

3_4 مجالات استخدام مهارة الإقناع

- الإعلام والإعلان: يؤثر الإقناع على المستهلكين من خلال استراتيجيات التسويق.
- السياسة: يستخدم القادة السياسيون الخطابات الإقناعية لحشد الدعم.

³⁰ الشرق الأوسط: مثلث أرسطو للإقناع، 30 أوت 2017، <https://aawsat.com>

- التعليم والتوجيه: يعتمد المعلمون والموجهون على الإقناع لتعزيز التعلم وتغيير السلوكيات.
- التفاوض وحل النزاعات: يستخدم الإقناع للوصول إلى حلول وسط بين الأطراف المختلفة.

5_3_ أخلاقيات الإقناع

رغم أن الإقناع أداة قوية إلا أن هناك فرقاً بين الإقناع الأخلاقي الذي يعتمد على الصدق والتلاعب الذي يستخدم التضليل والخداع لتحقيق أهداف غير أخلاقية.

مهارة الإقناع ضرورية في الاتصال الفعال وتعتمد على الجمع بين المصدقية والعاطفة والمنطق، فكلما كان الشخص أكثر قدرة على توظيف هذه العناصر زادت فعاليته في إيصال رسالته وتحقيق أهدافه التواصلية.

المحاضرة 7

أساليب الاتصال

1- الأسلوب العقلي في الاتصال:

تعريف الأسلوب العقلي في الاتصال

الأسلوب العقلي هو أحد أساليب الاتصال التي تعتمد على المنطق والتحليل والاستدلال في نقل الأفكار والمعلومات، ويهدف هذا الأسلوب إلى التأثير على المتلقي من خلال تقديم حجج عقلانية وبيانات دقيقة وأدلة موضوعية بعيداً عن التأثير العاطفي أو الحسي.

خصائص الأسلوب العقلي

- التركيز على المنطق: يعتمد على التفكير العقلاني واستخدام الأدلة والبراهين.
- الوضوح والدقة: يقدم المعلومات بطريقة مباشرة ومجردة بعيداً عن الغموض أو العاطفة.
- الاعتماد على البيانات والأدلة: يستند إلى الأرقام والإحصائيات والدراسات العلمية أو الاستدلالات المنطقية.
- التجرد من الانحياز العاطفي: يخلو الأسلوب العقلي من العواطف القوية ويعتمد على الحقائق بدلاً من التأثير الوجداني.
- التنظيم المنهجي: يطرح الأفكار بطريقة مرتبة ومنهجية مثل استخدام المقدمة والعرض والخاتمة.

تقنيات الأسلوب العقلي في الاتصال

- استخدام الاستدلال المنطقي: مثل الاستقراء والاستنتاج لتقديم الحجج.
- التحليل النقدي: تفكيك القضايا إلى عناصرها لفهمها بعمق وإقناع المتلقي.
- المقارنة والاستنتاج: تقديم مقارنة بين حالات أو مفاهيم للوصول إلى استنتاج منطقي.

- التحريب والبرهان: استخدام التجربة والبحث العلمي لدعم الرسالة الاتصالية.

مجالات استخدام الأسلوب العقلي

- الاتصال الأكاديمي والعلمي: يُستخدم في الأبحاث والمحاضرات والمناقشات العلمية.
- الاتصال القانوني والقضائي: يعتمد عليه المحامون والقضاة في تقديم الحجج والبراهين.
- الاتصال السياسي والإداري: يُستخدم في تحليل القضايا السياسية واتخاذ القرارات الإدارية.
- الإعلام والصحافة التحليلية: يظهر في المقالات والتقارير الاستقصائية التي تعتمد على الحقائق.

يُعد الأسلوب العقلي من أكثر أساليب الاتصال تأثيراً في المجالات التي تتطلب دقة وموضوعية، فكلما زاد الاعتماد على المنطق والأدلة، زادت قدرة المتحدث أو الكاتب على إقناع الجمهور المستهدف بطريقة عقلانية ومستدامة.

2_ الأسلوب العاطفي في الاتصال:

تعريف الأسلوب العاطفي في الاتصال

الأسلوب العاطفي هو أحد أساليب الاتصال التي تعتمد على المشاعر والتأثير الوجداني في نقل الرسائل وإقناع المتلقي، يُستخدم هذا الأسلوب لتحفيز الاستجابة العاطفية بدلاً من الاعتماد على المنطق أو الحقائق المجردة، ويهدف إلى التأثير في مواقف وسلوكيات الأفراد من خلال إثارة الانفعالات مثل الفرح والحزن والغضب والخوف أو التعاطف.

خصائص الأسلوب العاطفي

- التركيز على المشاعر والانفعالات: يعتمد على استثارة العواطف بدلاً من تقديم الحجج المنطقية ويستخدم في التأثير على المواقف والسلوكيات.

- اللغة التعبيرية: يستخدم كلمات قوية ومؤثرة وأحياناً مبالغ فيها لتعزيز التأثير العاطفي.
- الصور البلاغية: يوظف التشبيهات والاستعارات والمجازات لإضفاء طابع درامي على الرسالة.
- السرد القصصي: يعتمد على الحكايات والتجارب الشخصية لجعل المتلقي أكثر تأثراً.
- التفاعل الحسي: يستخدم أساليب تجذب الحواس مثل الصوت المؤثر والصور القوية والموسيقى العاطفية في وسائل الإعلام وخاصة في الإعلانات.
- التأثير الفوري والتحفيزي: يُستخدم في الخطابات التحفيزية والحملات الإعلانية والخطابات السياسية التي تهدف إلى تحريك الجمهور نحو تصرف معين.
- التحيز والانحياز الشخصي: نظراً لاعتماده على المشاعر قد يفتقر أحياناً إلى الحيادية أو الموضوعية.

يعد الأسلوب العاطفي أداة قوية في الاتصال، خاصة في المجالات التي تتطلب إقناعاً وجدانياً أو تحفيزاً مثل الإعلام، الإعلان، الخطابة، والسياسة. ومع ذلك من الأفضل استخدامه بتوازن مع الأسلوب العقلي لضمان فعالية أكبر ومصداقية أقوى في الرسالة الاتصالية.

3— الأسلوب العدواني في الاتصال:

تعريف الأسلوب العدواني في الاتصال

الأسلوب العدواني في الاتصال هو نهج تواصل يعتمد على فرض الآراء بالقوة واستخدام النقد اللاذع والتصرف بطريقة متسلطة أو تهديدية تجاه الآخرين. يتميز هذا الأسلوب بعدم مراعاة مشاعر الطرف الآخر ويميل إلى استخدام الهيمنة والسيطرة لتحقيق الأهداف الشخصية.

خصائص الأسلوب العدواني

- فرض السيطرة بالقوة: يسعى المتحدث إلى فرض آرائه دون الاهتمام بآراء الآخرين.

- استخدام لغة حادة أو مهينة: يعتمد على الكلمات القاسية والسخرية أو التقليل من شأن الآخرين.
- التعبير بأسلوب تهديدي أو متسلط: يتضمن نبرة صوت مرتفعة أو تهديدات لفظية أو غير لفظية.
- التجاهل أو التقليل من مشاعر الآخرين: لا يظهر تعاطفاً أو احتراماً للآخرين أثناء التواصل.
- الميل إلى المقاطعة وعدم الاستماع: لا يترك المجال للآخرين للتعبير عن آرائهم، بل يفرض رأيه بشكل أحادي.
- التسبب في التوتر والصراع: يؤدي غالباً إلى خلق بيئة سلبية، ويسبب توتراً بين الأطراف المتواصلة.

تأثيرات الأسلوب العدواني في الاتصال

- على المرسل: قد يحقق أهدافه على المدى القصير، لكنه يفقد ثقة الآخرين واحترامهم على المدى الطويل.
- على المستقبل: يشعر المتلقي بالإهانة أو الغضب أو الخوف مما يؤدي إلى استجابة دفاعية أو عدوانية مقابلة.
- على بيئة الاتصال: يخلق جواً من التوتر والعداء، وقد يعيق التعاون والتواصل الفعال.

بدائل الأسلوب العدواني

- الأسلوب الحازم (Assertive Communication): يعبر عن الأفكار بوضوح واحترام دون عدوانية أو استسلام.
- الاستماع الفعال: إعطاء الآخرين فرصة للتعبير عن آرائهم وإبداء الاحترام لمواقفهم.
- التواصل غير العنيف (NVC): يعتمد على التعبير عن الاحتياجات والمشاعر بطرق بناءة وخالية من الهجوم.

رغم أن الأسلوب العدواني قد يبدو فعالاً في بعض المواقف إلا أنه يؤدي إلى آثار سلبية طويلة الأمد، لذلك يُفضل استبداله بأساليب أكثر احتراماً وفعالية مثل الأسلوب الحازم لتعزيز بيئة تواصل إيجابية وصحية.

4_ الأسلوب المتلوي في الاتصال:

تعريف الأسلوب المتلوي في الاتصال

الأسلوب المتلوي هو نمط من أنماط الاتصال يعتمد على الغموض والإيحاءات غير المباشرة والمراوغة بدلاً من الوضوح والصراحة. يتم استخدامه غالباً لتجنب المواجهة المباشرة أو لتحقيق أهداف معينة بطريقة غير مباشرة قد تكون خادعة أحياناً.

خصائص الأسلوب المتلوي

- الغموض وعدم الوضوح: يتميز بعدم التصريح المباشر بالمقصود مما يترك مجالاً للتأويل.
- استخدام الإيحاءات والتلميحات: يعتمد على الإشارات غير الصريحة بدلاً من الإفصاح المباشر عن الفكرة.
- المراوغة والتجنب: يهدف إلى التهرب من الإجابة الصريحة خاصة في المواقف الحساسة أو الصعبة.
- التناقض أحياناً: قد يكون المتحدث غير متسق في رسالته، مما يخلق ارتباكاً لدى المستقبل.
- تحقيق الأهداف بطرق غير مباشرة: يتم التلاعب بالمعلومات أو توجيه الآخرين بطرق غير واضحة.

دوافع استخدام الأسلوب المتلوي

- تجنب المواجهة أو الصدام: يلجأ إليه البعض للابتعاد عن المواجهات الحادة.
- التأثير دون إثارة الشكوك: يُستخدم أحياناً في السياسة أو التسويق لتحقيق أهداف معينة دون أن يلاحظها الجمهور بوضوح.
- إخفاء النوايا الحقيقية: قد يكون وسيلة للإقناع غير المباشر أو للتلاعب بالرأي العام.

تأثير الأسلوب المتتوي على الاتصال

- على المرسل: قد يحميه من المواجهات لكنه يفقد المصداقية بمرور الوقت.
- على المستقبل: يشعر بعدم اليقين والارتباك، مما قد يؤدي إلى سوء الفهم.
- على بيئة الاتصال: يضعف الثقة بين الأفراد، خاصة في بيئات العمل والعلاقات الاجتماعية.

بدائل الأسلوب المتتوي

- الأسلوب الصريح والواضح: التعبير عن الفكرة مباشرة دون غموض.
- التواصل الحازم (Assertive Communication): الجمع بين الصراحة واللباقة دون عدوانية أو مراوغة.
- الشفافية والمصداقية: تعزيز الوضوح لبناء ثقة أقوى بين الأفراد.

رغم أن الأسلوب المتتوي قد يكون مفيداً في بعض المواقف لتجنب النزاعات، إلا أن الإفراط في استخدامه يؤدي إلى سوء الفهم وفقدان الثقة. لذا يُفضل اعتماد أساليب أكثر وضوحاً وشفافية لضمان تواصل فعال ومستدام.

5— الأسلوب المباشر في الاتصال:

تعريف الأسلوب المباشر في الاتصال

الأسلوب المباشر هو أحد أساليب الاتصال التي تعتمد على الوضوح والصراحة في نقل المعلومات والأفكار دون تلميحات أو غموض، يهدف إلى إيصال الرسالة بأكثر الطرق بساطة وفعالية مع التركيز على الموضوعية والدقة.

خصائص الأسلوب المباشر

- الوضوح والصراحة: يعتمد على التعبير المباشر دون لف أو دوران.

- الدقة في إيصال المعلومات: يركز على توصيل الفكرة بشكل دقيق دون إضافات غير ضرورية.
- استخدام لغة واضحة وبسيطة: تجنّب التعقيد أو استخدام مصطلحات غير مفهومة.
- الاختصار وعدم الإطالة: يتم تقديم الفكرة بأقصر الطرق الممكنة مع الحفاظ على المعنى الكامل.
- عدم اللجوء إلى التلميحات أو الغموض: يتم الإفصاح عن المعلومة مباشرة دون الحاجة إلى تأويل.
- الثقة في الطرح: المتحدث أو الكاتب يعبر عن فكرته بثقة ودون تردد.

فوائد الأسلوب المباشر

- يسهل الفهم ويقلل من سوء التفسير.
- يعزز المصداقية والشفافية بين الأطراف المتواصلة.
- يوفر الوقت ويسرع اتخاذ القرارات.
- يقلل من احتمالية الالتباس أو التلاعب في المعنى.

مجالات استخدام الأسلوب المباشر

- البيئات المهنية والإدارية: مثل الاجتماعات والبريد الإلكتروني الرسمي والتعليمات الوظيفية.
- المفاوضات التجارية: حيث يكون الوضوح ضرورياً لتجنب أي التباس.
- التواصل الأكاديمي والعلمي: عند تقديم الأبحاث أو مناقشة القضايا العلمية.
- المواقف التي تتطلب حسماً سريعاً: مثل الأوامر العسكرية أو التوجيهات الطبية.

يعد الأسلوب المباشر من أكثر أساليب الاتصال فاعلية في المواقف التي تتطلب وضوحاً وسرعة في الفهم. ومع ذلك يجب استخدامه بحكمة، بحيث يكون واضحاً دون أن يكون فظاً حتى لا يسبب توتراً أو إحراجاً في بعض المواقف الاجتماعية.

6- الفرق بين أساليب الاتصال:

المعيار	الأسلوب العقلي	الأسلوب المتتوي	الأسلوب المباشر	الأسلوب العاطفي
الاعتماد	العقل والمنطق	الغموض والتلميح	الوضوح والصرحة	المشاعر والعواطف
التأثير	الإقناع بالحجة	الإقناع بالتشويق	سريع وحاسم	التأثير بالعاطفة
الاستخدام	في البحوث العلمية	في التفاوض	في الكتابات الرسمية	في القصص
اللغة	علمية وتحليلية	مجازية وملتوية	بسيطة ودقيقة	تعبيرية ووجدانية
الهدف	الإقناع العقلائي	تجنب المواجهة أو اللباقة	نقل المعلومة بوضوح	التأثير الوجداني
الوضوح	يعتمد على المنطق والأدلة	غامض يحتوي على تلميحات	واضح وصریح	يعتمد على المشاعر

المحاضرة 8

أنواع الاتصال الإنساني

1- من حيث أطرافه:

الاتصال الذاتي la communication intra- personnelle

هي عملية اتصالية تحدث بين الشخص وذاته أو نفسه وهذا النوع مرتبط بالشعور والإدراك والتعلم.

أمثلة الاتصال الذاتي: التحدث مع النفس / استعادة المعلومات / تخزين معلومات جديدة / حل المشكلات الشخصية.

مميزات الاتصال الذاتي: وحدة طرفي الاتصال / المصادقية والإيجابية / الموضوعية والسرية / سرعة الاستجابة وقلة التشويش / آنية رجوع الصدى.

وأشار علماء النفس إلى أن الاتصال الذاتي يحدث داخل عقل الفرد ويتضمن أفكاره وتجاربه فالفرد يرى نفسه ويحاسبها ويناقشها ويحاورها ويحبها ويكرهها ويرضى عنها... يقول جورج هيربرت ميد: "الاتصال الذاتي هو البداية لفهم الاتصال مع الآخرين".³¹

الاتصال الشخصي la communication inter- personnelle

هو اتصال مباشر بين شخصين أو أكثر وجهها لوجه تستخدم فيه الحواس والكلام المنطوق والمكتوب فهو يتم دون وجود قنوات أو عوامل وسيطة.

ومن الأمثلة على هذا النوع: إبداء المشاعر — التعرف على زملاء وأصدقاء جدد — تمتين العلاقات السابقة — تبادل المعلومات.

³¹ جامعة المستنصرية: محاضرة بعنوان الاتجاه التفاعلي الرمزي <https://uomustansariah.edu.iq>

الاتصال الجمعي la communication du groupe

يتم بين فرد ومجموعته كأن يخاطب رئيس الدولة مجموعة من الأفراد ضمن ملتقيات أو مؤتمرات ومن الأمثلة أخرى عليه: خطبة الجمعة/ المهرجانات/ المحاضرات/ الاحتفالات والمناسبات، وهو اتصال مباشر لفظي وغير لفظي.

الاتصال المباشر يتميز ب:

— المرونة.

— الموثوقية: الكلمة المنطوقة أكثر فاعلية من الكلمة المطبوعة.

— التلقائية والعفوية.

— توفير رجوع الصدى الآتي: يمكن الحصول على ردود أفعال المتلقين فوراً وفي الحال (شكل آني) ويسمى رجوع الصدى الفوري (التغذية الاسترجاعية الفورية).

— التأثير والإقناع.

— الإطار المرجعي لكي يحقق الاتصال التفاعل والمشاركة ويستلزم الاشتراك في القيم والاتجاهات والمعايير الأخلاقية والاجتماعية والثقافية.

— تحقيق الألفة وتحقيق حدّة العزلة: يحقق الألفة والتعارف بين الأشخاص ويساهم في توطيد العلاقات الإنسانية.

الاتصال الروحي:

الاتصال الروحي هو نوع من أنواع الاتصال الذي يتجاوز الأشكال التقليدية للاتصال اللفظي وغير اللفظي، حيث يعتمد على إدراك عميق وتواصل وجداني وروحي بين الأفراد أو بين الإنسان والمقدس (الإلهي). يمكن

أن يتجسّد هذا الاتصال في حالات التأمل والصلوات والطقوس الدينية والإلهام الروحي أو حتى في العلاقات العميقة التي تتسم بالتفاهم الفطري دون الحاجة إلى كلمات، وللاتصال الروحي أبعاد متعدّدة أهمّها:

- البعد العاطفي: يقوم الاتصال الروحي على المشاعر والأحاسيس العميقة مثل الحب غير المشروط والسلام الداخلي والسكينة.
 - البعد العقلي: يرتبط بالوعي والتأمّل والفهم العميق للذات والعالم من حولنا.
 - البعد الرمزي: يستخدم الاتصال الروحي رموزاً مثل الطقوس والأحلام والتحليلات التي تحمل معاني خاصة للفرد أو الجماعة.
 - البعد الطاقوي: بعض الفلاسفات والأنظمة الروحانية تعتقد بأن الاتصال الروحي يتم عبر طاقة غير مرئية تربط الكائنات ببعضها.
- والاتصال الروحي يتجاوز اللغة والإشارات ليصل إلى مستويات أعمق من الفهم والإدراك، وهو أنواع:
- الاتصال الروحي بين الإنسان والله: يحدث من خلال الصلاة والتأمّل والذكر أو الخلوة الروحية حيث يسعى الإنسان للوصول إلى مستوى عالٍ من الصفاء والتواصل مع المقدّس.
 - الاتصال الروحي بين البشر: يتمثّل في الروابط العميقة التي تجمع الأشخاص دون الحاجة إلى تواصل لفظي مكثف مثل العلاقة بين الأم وطفلها.
 - الاتصال الروحي مع الطبيعة: في بعض الثقافات يُنظر إلى الطبيعة ككائن حي يمكن التواصل معه روحياً من خلال التأمل أو الاستشعار الطاقوي للمكان.
 - الاتصال الروحي الداخلي (مع الذات): يحدث عندما يصل الإنسان إلى حالة من الانسجام الداخلي والوعي الذاتي العميق.

الاتصال الروحي هو بعد أساسي في تجربة الإنسان وهو يُعبر عن ارتباطه بالمقدس وبالآخرين وبالطبيعة وبذاته، ويمكن أن يكون له تأثيرات إيجابية على الصحة النفسية والاجتماعية كما يلعب دوراً مهماً في تشكيل الهويات الثقافية والدينية.

2_ من حيث اللغة المستخدمة:

اللغة نوعان ملفوظة وغير ملفوظة.

1_ الاتصال اللفظي verbal communication

الاتصال اللفظي هو تبادل المعلومات بين الأفراد باستخدام الكلمات، سواء كانت منطوقة أو مكتوبة. يعتمد هذا النوع من الاتصال على اللغة كوسيلة أساسية لنقل الرسائل بين المرسل والمستقبل وهو نوعان:

1_ الاتصال الشفهي يمثل العامل الصوتي 38 بالمائة من عملية الاتصال فنبرة الصوت قد تنقل بلاغا مضادا في المعنى الذي تحمله الكلمات (للبلاغ الصوتي تأثير أعمق من البلاغ الكلامي)، ويستعمل هذا النوع في:

○ المحادثات اليومية

○ الخطابات والمحاضرات

○ الحوارات الإعلامية (الراديو والتلفزيون)

○ المناقشات والاجتماعات

2_ الاتصال الكتابي: يقصد به الكلام المجرد ويستعمل في:

○ الكتب والمقالات

○ الرسائل النصية والبريد الإلكتروني

○ التقارير والمذكرات

○ وسائل التواصل الاجتماعي

ومن وظائف الاتصال اللفظي: نقل المعلومات والتعبير عن المشاعر والأفكار والتأثير والإقناع، كما أنه يتميز بخصائص عديدة أهمها:

- يعتمد على القواعد اللغوية
- يتطلب وضوح الرسالة ودقتها لتجنب سوء الفهم.
- يسمح بالتفاعل الفوري خاصة في الحوارات المباشرة.
- يمكن أن يكون رسمياً أو غير رسمي بناءً على السياق.

2_ الاتصال غير اللفظي non-verbal communication

هو عملية نقل المعلومات دون استخدام الكلمات ويكون باستخدام الإشارات ولغة الجسم لتوصيل المعاني والأفكار والمشاعر من المرسل إلى المستقبل أو بالعكس، هو عبارة عن تعبيرات منظمة تشير إلى مجموعة من معاني يستخدمها الإنسان أو يقصدها في احتكاكه بالآخرين (لغة الصمت والتعبيرات الحسية والفيسيولوجية³²، ويمثل هذا النوع 55 بالمائة من عملية الاتصال، ومن أهم أشكاله:

1. لغة الجسد ((Body Language)

- تعبيرات الوجه (الابتسامة، العبوس، الدهشة).
- حركات اليدين والذراعين.
- وضعية الجسد واتجاهه.

2. التواصل البصري (Eye Contact)

- يمكن أن يعبر عن الاهتمام أو التهديد أو الاحترام حسب الثقافة والسياق.

³² سناء محمد سليمان: سيكولوجيا الاتصال الإنساني ومهاراته، 2013، ص75

3. نبرة الصوت (Paralanguage)

- تشمل نغمة الصوت وارتفاعه وسرعته وتؤثر في تفسير المعنى.

4. المسافة الجسدية (Proxemics)

- المسافة بين المتحدثين قد تعبر عن نوع العلاقة (رسمية، شخصية، حميمة).

5. اللمس (Haptics)

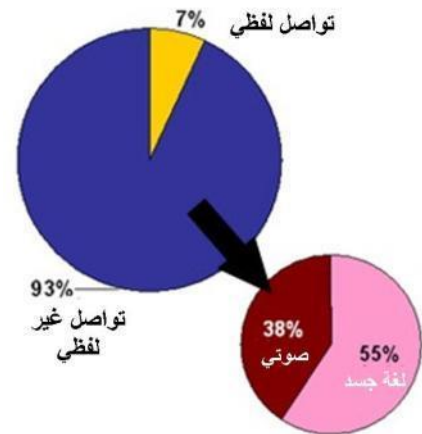
- لللمس معانٍ مختلفة حسب الثقافة (المصافحة، العناق، الربت على الكتف).

6. المظهر الخارجي والملابس

- تؤثر الملابس والمظهر في الانطباعات الأولى وفي تفسير الشخصية والمكانة الاجتماعية.

7. استخدام الزمن (Chronemics)

- يشير إلى كيفية إدراك الأفراد للوقت واستخدامه (الدقة في المواعيد، الانتظار، التأخير).



3 من حيث المشاركين:

الاتصال الوجيه (الشخصي): هو عملية تبادل المعلومات والأفكار والمشاعر بين الافراد من خلال التفاعل المباشر دون وسائط تقنية، يتميز هذا النوع من الاتصال بحضور الأطراف في نفس الزمان والمكان مما يسمح بتفاعل فوري واستخدام إشارات لفظية وغير لفظية لتعزيز الفهم والتأثير المتبادل.

يعرفه هاين ووزير: الاتصال الوجيه هو التفاعل الشخصي الذي يحدث في وجود مباشر للأطراف المتواصلة حيث يتم تبادل الرسائل باستخدام الكلام والايحاءات والتعبير العاطفية لتعزيز فهم المشاعر والمعاني المشتركة يعرفه بيردويستل: هو شكل من أشكال التواصل البشري يعتمد على اللغة اللفظية والإشارات غير اللفظية حيث تؤدي تعابير الوجه وحركات الجسد دورا محوريا في نقل المعنى والتفاعل الاجتماعي.

خصائص الاتصال الوجيه:

— الاستجابة الفورية وسرعة معالجة المعلومات.

— استخدام اللغة اللفظية وغير اللفظية.

— الاقناع والتأثير

— التغذية الراجعة الآنية والفورية.

— يعتمد على السياق الاجتماعي والثقافي

يعد التواصل الوجيه من أكثر أشكال الاتصال فعالية لكنه قد يتأثر بعوامل مثل الفروق الثقافية والحالة العاطفية للأفراد وطريقة تعبيرهم مما يستدعي وعيا بالسياقات الثقافية والاجتماعية.

الاتصال العمومي:

الاتصال العمومي (Public Communication) هو عملية تبادل المعلومات بين المؤسسات العمومية والجمهور الواسع، بهدف تحقيق الشفافية وتعزيز الحوار وتوفير المعلومات اللازمة للمواطنين. يشمل هذا النوع

من الاتصال التفاعل بين الهيئات الحكومية والمنظمات غير الربحية والقطاع العام مع المجتمع من خلال وسائل الإعلام والحملات التوعوية والمنصات الرقمية.

خصائص الاتصال العمومي:

- يستهدف جمهوراً واسعاً: يوجه إلى فئات متعددة من المواطنين، وليس لفئة محددة كما في الاتصال المؤسسي أو التسويقي.
- يخدم الصالح العام: يهدف إلى تزويد الجمهور بمعلومات ذات قيمة اجتماعية وسياسية واقتصادية.
- يعتمد على الشفافية والمصداقية: يسعى إلى بناء الثقة بين المؤسسات والمجتمع من خلال تقديم معلومات دقيقة وموثوقة.
- يستخدم قنوات متعددة: يتضمن وسائل الإعلام التقليدية (التلفزيون، الإذاعة، الصحافة) والمنصات الرقمية (وسائل التواصل الاجتماعي، المواقع الحكومية).
- تفاعلي وتشاركي: يشجع على إشراك الجمهور في عمليات اتخاذ القرار والتواصل مع المؤسسات.

أنواع الاتصال العمومي:

1. الاتصال الحكومي (Government Communication)

- يشمل الخطابات الرسمية والبيانات الصحفية وحملات التوعية العامة.
- يهدف إلى إبراز السياسات العامة وإشراك المواطنين في القضايا الوطنية.

2. الاتصال المؤسسي العمومي (Institutional Public Communication)

- يتم عبر المؤسسات العمومية مثل الوزارات والجامعات والمستشفيات.
- يعزز العلاقات بين الهيئات الرسمية والجمهور لضمان تقديم خدمات فعالة.

3. الاتصال السياسي العمومي (Public Political Communication)

- يرتبط بالخطابات السياسية والحملات الانتخابية والمناظرات العامة.

- يهدف إلى التأثير في الرأي العام وتشكيل الاتجاهات السياسية.

4. الاتصال التوعوي والاجتماعي (Public Awareness Communication)

- يشمل الحملات التوعوية حول الصحة والبيئة والأمن والتعليم.
- يستخدم وسائل الإعلام والإعلانات العامة لنقل الرسائل التوعوية.

وظائف الاتصال العمومي:

- توفير المعلومات: نشر الأخبار والقرارات والسياسات العامة لضمان اطلاع الجمهور عليها.
- تعزيز الشفافية والمساءلة: يتيح للمؤسسات العمومية توضيح مواقفها واستراتيجياتها أمام المواطنين.
- بناء الثقة والعلاقة مع الجمهور: يساهم في تحسين صورة المؤسسات وتعزيز تفاعل المواطنين معها.
- التأثير في الرأي العام والتوجيه السلوكي: يساعد في توعية الأفراد وتشجيعهم على تبني مواقف إيجابية تجاه القضايا الاجتماعية والاقتصادية.
- إدارة الأزمات والتواصل في حالات الطوارئ: يضمن إيصال المعلومات الدقيقة للجمهور خلال الأزمات والكوارث الطبيعية أو الصحية.

التحديات التي تواجه الاتصال العمومي:

- مكافحة الأخبار الزائفة والتضليل الإعلامي.
- ضمان فعالية الاتصال في بيئة رقمية سريعة التغير.
- تحقيق التوازن بين الشفافية وحماية البيانات الحساسة.
- إدارة الأزمات بكفاءة وتجنب فقدان الثقة بين الجمهور والمؤسسات.

الاتصال العمومي هو عنصر أساسي في بناء علاقة فعالة بين المؤسسات العمومية والمجتمع، حيث يعزز الوعي العام ويسهم في اتخاذ قرارات مستنيرة ويعزز ثقة المواطنين في مؤسساتهم. ويتطلب نجاحه استراتيجية واضحة وأدوات اتصال حديثة وانفتاحاً على التفاعل مع الجمهور.

الاتصال الجماهيري: la communication de masse

تعريف الاتصال الجماهيري

هو عملية نقل المعلومات والأفكار والرسائل إلى جمهور واسع ومتعدد عبر وسائل الإعلام المختلفة، مثل الصحافة، التلفزيون، الإذاعة، والإنترنت. يتميز هذا النوع من الاتصال بأنه غير شخصي، ويستهدف أعداداً كبيرة من الأفراد غير المتجانسين في أماكن مختلفة (ملايين من البشر في أماكن غير محدودة) مما يجعله وسيلة أساسية في تشكيل الرأي العام والتأثير على المجتمع.

يعتمد الاتصال الجماهيري على مجموعة من الأشخاص يتحكمون في شكل ومحتوى الرسالة من البداية في شكلها الخام حتى النهاية في شكلها المعروض للجماهير وهؤلاء يسمون في علوم الاتصال حراس البوابة gate keepers

خصائص الاتصال الجماهيري

- يستهدف جمهوراً واسعاً ومتنوعاً: يوجه إلى أعداد كبيرة من الأفراد الذين يختلفون في الثقافة، الخلفية الاجتماعية، والمعتقدات.
- يستخدم وسائل إعلامية مركزية: يعتمد على الصحافة، التلفزيون، الإذاعة، الإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي.
- أحادي الاتجاه في الغالب: يتدفق الاتصال عادةً من المرسل (الإعلام) إلى المستقبل (الجمهور)، مع تفاعل محدود.

- يؤثر في الرأي العام: يلعب دوراً رئيسياً في تشكيل المواقف، الاتجاهات، والقيم الاجتماعية.
- يتسم بسرعة الانتشار: بفضل التكنولوجيا، تصل الرسائل الإعلامية إلى ملايين الأشخاص في وقت قياسي.

وسائل الاتصال الجماهيري

1. الصحافة المكتوبة: تشمل الصحف والمجلات التي تنقل الأخبار والتقارير والتحليلات للجمهور.
2. الإذاعة: وسيلة صوتية فعالة تصل إلى مختلف الفئات، خاصة في المناطق الريفية أو بين الأميين.
3. التلفزيون: يجمع بين الصوت والصورة، ويعتبر من أكثر الوسائل تأثيراً بفضل قدرته على جذب الانتباه.
4. السينما: تلعب دوراً في نشر القيم والثقافة والتأثير على الاتجاهات الاجتماعية والسياسية.
5. الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي: أصبحت من أهم الوسائل الحديثة للاتصال الجماهيري، حيث توفر التفاعل الفوري وسرعة انتشار المعلومات.

وظائف الاتصال الجماهيري

- نقل المعلومات: إيصال الأخبار والبيانات والمستجدات إلى الجمهور.
- التثقيف والتوعية: نشر المعرفة حول القضايا الاجتماعية، السياسية، والثقافية.
- التأثير والإقناع: تشكيل المواقف والاتجاهات العامة من خلال الرسائل الإعلامية والإعلانية.
- الترفيه: تقديم محتوى ترفيهي مثل البرامج التلفزيونية، الأفلام، والمسلسلات.
- التنشئة الاجتماعية: نقل القيم والمعايير الاجتماعية وتعزيز الهوية الجماعية.

تحديات الاتصال الجماهيري

- التضليل الإعلامي وانتشار الأخبار الكاذبة.
- هيمنة القوى السياسية والاقتصادية على وسائل الإعلام.
- التفاوت في الوصول إلى وسائل الاتصال بين الدول والمجتمعات.
- الرقابة وتأثيرها على حرية التعبير والإعلام المستقل.

يُعتبر الاتصال الجماهيري من أقوى أدوات التأثير في المجتمعات الحديثة، حيث يساهم في تشكيل الرأي العام وتوجيه السلوكيات الاجتماعية. ومع تطور التكنولوجيا الرقمية، أصبح أكثر تفاعلية وانتشاراً، مما يتطلب وعياً نقدياً لدى الجمهور لفهم الرسائل الإعلامية وتحليلها بموضوعية.

الاتصال الإلكتروني:

تعريف الاتصال الإلكتروني

الاتصال الإلكتروني (Electronic Communication) هو عملية تبادل المعلومات والرسائل باستخدام الوسائل الرقمية والتكنولوجية، مثل البريد الإلكتروني، الرسائل الفورية، ووسائل التواصل الاجتماعي، والاجتماعات الافتراضية. يعتمد هذا النوع من الاتصال على الإنترنت والأجهزة الإلكترونية لنقل البيانات بسرعة وكفاءة بين الأفراد والمؤسسات.

خصائص الاتصال الإلكتروني

- سرعة نقل المعلومات: يتميز بإمكانية إرسال واستقبال الرسائل في لحظات.
- سهولة الوصول: يمكن للأفراد التواصل من أي مكان وزمان باستخدام الهواتف الذكية أو الحواسيب.
- التفاعل الفوري: يتيح إمكانية التواصل اللحظي من خلال الدردشة والبث المباشر.

- تعدد الوسائط: يدعم النصوص والصور والصوت والفيديو لتعزيز التواصل.
- التخزين والاسترجاع: يمكن حفظ الرسائل والمعلومات واسترجاعها عند الحاجة.
- عالمي ومتعدد الاتجاهات: يتيح التفاعل بين الأفراد من مختلف دول العالم في وقت واحد.

أنواع الاتصال الإلكتروني

- 1_ البريد الإلكتروني: وسيلة رسمية وغير رسمية لتبادل الرسائل والملفات بين الأفراد والمؤسسات.
- 2_ وسائل التواصل الاجتماعي: تشمل المنصات مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام، ولينكد إن، حيث يمكن تبادل المعلومات والتفاعل مع الجمهور.
- 3_ الرسائل الفورية: مثل الواتساب والتلغرام والماسنجر التي توفر تواصلًا سريعاً بين المستخدمين.
- 4_ المؤتمرات والاجتماعات الافتراضية: مثل زووم ومايكروسوفت تيمز (Microsoft Teams)، التي تُستخدم للتواصل المهني والتعليم عن بُعد.
- 5_ المواقع الإلكترونية والمدونات: تُستخدم لنشر المحتوى الإعلامي والتثقيفي والتسويقي.
- 6_ المنتديات وغرف الدردشة: وهي منصات للنقاش والتفاعل بين الأفراد حول مواضيع محددة.

وظائف الاتصال الإلكتروني

- 1_ تعزيز التواصل الشخصي والمهني: يسهل الاتصال بين الأفراد والشركات.
- 2_ نقل المعلومات بسرعة وكفاءة: يتيح نشر الأخبار والمستجدات عالمياً.
- 3_ تعزيز التفاعل الاجتماعي: يربط الأفراد عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمحادثات المباشرة.
- 4_ تحسين بيئة العمل والتعليم: يُستخدم في العمل عن بُعد والتعليم الإلكتروني.

5_ دعم التسويق والتجارة الإلكترونية: يُستخدم في الإعلانات الرقمية والتجارة عبر الإنترنت.

تحديات الاتصال الإلكتروني

- 1_ الأمان والخصوصية: مخاطر الاختراق والاحتيال الإلكتروني.
- 2_ انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة.
- 3_ الإدمان الرقمي وانخفاض التفاعل الاجتماعي المباشر.
- 4_ الفجوة الرقمية بين الأفراد الذين يمكنهم الوصول إلى الإنترنت والذين لا يستطيعون.
- 5_ التحديات التقنية مثل الأعطال والانقطاعات في الشبكة.

المحاضرة 9

أنواع الاتصال التنظيمي

1- من حيث الموضوع:

أ/ الاتصال الاجتماعي:

تعريف الاتصال الاجتماعي

الاتصال الاجتماعي هو عملية تبادل المعلومات والأفكار والمشاعر بين الأفراد داخل المجتمع، مما يساهم في بناء العلاقات الاجتماعية وتعزيز التفاهم بين الأفراد والجماعات. يشمل الاتصال الاجتماعي جميع الأشكال اللفظية وغير اللفظية من التفاعل ويعتبر أساس التماسك الاجتماعي والتفاعل الثقافي.

أهمية الاتصال الاجتماعي

- تعزيز العلاقات الاجتماعية: يساعد الأفراد على فهم بعضهم البعض وتقوية الروابط الاجتماعية.
- نقل الثقافة والقيم: من خلال الاتصال تنتقل المعايير الاجتماعية والقيم الثقافية عبر الأجيال.
- بناء الهوية الجماعية: يساهم الاتصال في تشكيل الهوية الاجتماعية للأفراد داخل الجماعات.
- حل النزاعات: يلعب دوراً محورياً في التفاوض والتفاهم بين الأفراد والمجموعات.

العوامل المؤثرة في الاتصال الاجتماعي

- الثقافة: تؤثر العادات والتقاليد على أساليب الاتصال.
- التكنولوجيا: غيرت وسائل التواصل الاجتماعي طرق التفاعل بين الأفراد.
- اللغة: تعتبر وسيلة رئيسية لنقل الأفكار والمشاعر.

- العوامل النفسية والاجتماعية: مثل الشخصية والثقة بالنفس والمكانة الاجتماعي.

خاتمة

يظل الاتصال الاجتماعي عنصراً حيوياً في حياة الأفراد والمجتمعات، حيث يساهم في تعزيز الروابط الاجتماعية، ونقل المعرفة، وبناء الهويات الثقافية. ومع تطور وسائل الاتصال الحديثة، أصبح من الضروري فهم كيفية توظيفها بشكل يحقق التفاعل الإيجابي ويعزز القيم الإنسانية المشتركة.

ب/ الاتصال الأسري:

تعريف الاتصال الأسري

الاتصال الأسري (أو العائلي) هو عملية تبادل المعلومات والمشاعر والأفكار بين أفراد الأسرة، وهو عامل أساسي في بناء العلاقات الأسرية وتعزيز الترابط بين الأفراد. يشمل هذا الاتصال جميع أشكال التفاعل اللفظي وغير اللفظي بين الأزواج وبين الآباء والأبناء وبين الإخوة.

أهمية الاتصال الأسري

- تعزيز الروابط الأسرية: يساعد على بناء علاقات قوية ومستقرة داخل العائلة.
- تنمية الفهم المتبادل: يقلل من سوء الفهم ويعزز التعاطف بين أفراد الأسرة.
- نقل القيم والثقافة: يساهم في غرس القيم الأخلاقية والاجتماعية في الأجيال الجديدة.
- تحسين الصحة النفسية: يخفف من الضغوط العاطفية ويساهم في توفير بيئة داعمة للأفراد.
- حل النزاعات الأسرية: يعزز القدرة على إدارة الخلافات بطرق بناءة.

أنماط الاتصال الأسري

- الاتصال الفعّال: يعتمد على الإصغاء الجيد، التعبير الصادق، والاحترام المتبادل.
- الاتصال السلبي: يتميز بالتجاهل، الانعزال، أو قلة الحوار بين أفراد الأسرة.
- الاتصال العدواني: يتسم بالعنف اللفظي أو العاطفي، مما يؤثر سلباً على العلاقات الأسرية.
- الاتصال الحازم: يجمع بين الوضوح والاحترام، حيث يعبر الأفراد عن مشاعرهم وآرائهم دون تجريح.

تحديات الاتصال الأسري في العصر الحديث

- التأثير السلبي لوسائل التواصل الاجتماعي: تقليل الوقت المخصص للتفاعل الأسري المباشر.
- ضغوط العمل والدراسة: تؤدي إلى قلة اللقاءات العائلية وضعف التواصل.
- الصراعات الأسرية: قد تخلق بيئة تواصل متوترة وغير صحية.
- اختلاف القيم بين الأجيال: يؤدي أحياناً إلى سوء الفهم وغياب الحوار البناء.

استراتيجيات تحسين الاتصال الأسري

- تخصيص وقت للحوار العائلي يومياً أو أسبوعياً.
- تشجيع الإصغاء الفعّال والتفاعل بدون إصدار أحكام مسبقة.
- استخدام لغة إيجابية تعزز التفاهم وتجنب النقد السلبي.
- تقليل الاعتماد على الأجهزة الإلكترونية أثناء اللقاءات العائلية.
- تعزيز التعبير عن المشاعر بطرق واضحة ومباشرة.

يعد الاتصال الأسري حجر الأساس في بناء عائلة متماسكة وسعيدة. ومع التغيرات الاجتماعية والتكنولوجية المتسارعة، أصبح من الضروري تطوير مهارات التواصل الأسري للحفاظ على بيئة أسرية صحية تعزز التفاهم والمحبة بين أفرادها.

ج/ الاتصال التربوي:

تعريف الاتصال التربوي

الاتصال التربوي هو عملية تفاعل تهدف إلى نقل المعرفة والقيم والمهارات بين المعلم والمتعلم، أو بين أفراد العملية التعليمية بشكل عام، من أجل تحقيق أهداف تربوية وتعليمية محددة. يعتمد الاتصال التربوي على استخدام استراتيجيات وأساليب متنوعة لضمان الفهم والتفاعل الفعال بين الأطراف المعنية.

أهمية الاتصال التربوي

- تعزيز الفهم والاستيعاب: يساعد الطلاب على تلقي المعلومات بوضوح وفهمها بطريقة أعمق.
- تحفيز التعلم النشط: يشجع المتعلمين على المشاركة والتفاعل بدلاً من التلقي السلبي.
- تنمية التفكير النقدي والإبداعي: يعزز قدرة الطلاب على تحليل المعلومات والتفكير المستقل.
- بناء علاقات إيجابية بين المعلم والطالب: يساهم في توفير بيئة تعليمية محفزة وداعمة.
- نقل القيم والمبادئ التربوية: يساهم في تشكيل شخصية الطلاب من خلال تعزيز القيم الأخلاقية والاجتماعية.

العوامل المؤثرة في الاتصال التربوي

- المعلم وكفاءته الاتصالية: يشمل قدرته على إيصال المعلومات بوضوح والتفاعل مع الطلاب بفعالية.
- البيئة الصفية: توفر بيئة تعليمية مناسبة تؤثر في نجاح الاتصال.
- التكنولوجيا التعليمية: استخدام الأدوات الرقمية يمكن أن يعزز أو يعيق الاتصال التربوي حسب توظيفها.
- خصائص المتعلمين: تؤثر الفروق الفردية في استجابة الطلاب لأساليب الاتصال المختلفة.
- الثقافة والقيم المجتمعية: تلعب دوراً في تشكيل طرق التواصل داخل المؤسسات التعليمية.

تحديات الاتصال التربوي في العصر الحديث

- الاعتماد الزائد على التكنولوجيا: قد يؤدي إلى ضعف التفاعل المباشر بين المعلم والطلاب.
- تفاوت مستويات الفهم بين الطلاب: يتطلب استخدام استراتيجيات متنوعة لضمان استيعاب الجميع.
- الضغوط النفسية والتربوية: قد تؤثر على قدرة المتعلمين على التفاعل الفعّال.
- الازدحام داخل الفصول الدراسية: يحدّ من إمكانية التواصل الفردي بين المعلم والطلاب.

استراتيجيات تحسين الاتصال التربوي

- استخدام أساليب تدريس تفاعلية مثل التعلم النشط، المناقشات الجماعية، وحل المشكلات.
- تعزيز الاستماع الفعّال من قبل المعلم والطلاب لضمان التواصل الجيد.
- دمج التكنولوجيا بشكل متوازن دون أن تحل محل التفاعل الإنساني المباشر.
- خلق بيئة صفية إيجابية تحفّز الطلاب على المشاركة والتعبير بحرية.
- تقديم التغذية الراجعة المستمرة لمساعدة الطلاب على تحسين أدائهم التعليمي.

خاتمة

الاتصال التربوي هو العمود الفقري للعملية التعليمية، حيث يسهم في بناء المعرفة وتعزيز القدرات الفكرية والاجتماعية للمتعلمين. ومع التطورات التكنولوجية المتسارعة، يصبح من الضروري توظيف أساليب اتصال مبتكرة لضمان تجربة تعليمية فعّالة ومتوازنة.

د/ الاتصال في المؤسسة:

تعريف الاتصال داخل المؤسسة

الاتصال داخل المؤسسة هو عملية تبادل المعلومات والأفكار والرسائل بين الأفراد والمجموعات داخل بيئة العمل، بهدف تحقيق التنسيق والتعاون وتعزيز الأداء التنظيمي. يشمل الاتصال المؤسسي جميع الوسائل اللفظية وغير اللفظية التي تُستخدم لضمان تدفق المعلومات بين الموظفين والإدارة، مما يساهم في تحقيق أهداف المؤسسة بكفاءة.

أهمية الاتصال داخل المؤسسة

- تحسين الإنتاجية والكفاءة: يضمن نقل المعلومات بوضوح وسرعة، مما يقلل الأخطاء ويزيد من فعالية العمل.
- تعزيز بيئة العمل: يساعد في بناء علاقات إيجابية بين الموظفين ويشجع على التعاون.
- اتخاذ قرارات فعالة: يسهل الوصول إلى المعلومات الضرورية لصنع قرارات مستنيرة.
- إدارة التغيير التنظيمي: يساهم في توجيه الموظفين خلال عمليات التحول داخل المؤسسة.
- تحفيز الموظفين: يخلق بيئة شفافة تزيد من رضا العاملين وشعورهم بالانتماء.

أنواع الاتصال داخل المؤسسة

أ. من حيث الاتجاه

- الاتصال الهابط (من الإدارة إلى الموظفين): يتضمن الأوامر، التوجيهات، والسياسات التنظيمية.
- الاتصال الصاعد (من الموظفين إلى الإدارة): يشمل التقارير، المقترحات، والشكاوى، وهو ضروري لتوفير التغذية الراجعة.
- الاتصال الأفقي (بين الموظفين على نفس المستوى التنظيمي): يساعد على تنسيق الجهود بين الأقسام المختلفة.
- الاتصال القطري (بين المستويات المختلفة دون التسلسل الرسمي): يحدث بين موظفين من مستويات مختلفة ولكنه لا يتبع التسلسل الإداري المباشر.

ب. من حيث الشكل

- الاتصال الرسمي: يتم عبر القنوات الرسمية للمؤسسة مثل الاجتماعات، المراسلات، والتقارير الإدارية.
- الاتصال غير الرسمي: يشمل المحادثات العفوية والتواصل بين الزملاء، وهو مهم في بناء علاقات مهنية قوية.

ج. من حيث الوسيلة

- الاتصال اللفظي: الاجتماعات، المكالمات الهاتفية، والعروض التقديمية.
- الاتصال غير اللفظي: لغة الجسد، تعابير الوجه، ونبرة الصوت أثناء التفاعل.
- الاتصال الكتابي: البريد الإلكتروني، التقارير، والمراسلات الإدارية.
- الاتصال الإلكتروني: يشمل استخدام تطبيقات المراسلة الداخلية، المؤتمرات الافتراضية، والأنظمة الرقمية.

العوامل المؤثرة في الاتصال داخل المؤسسة

- الهيكل التنظيمي: يؤثر على تدفق المعلومات بين المستويات المختلفة.
- ثقافة المؤسسة: تحدد مدى انفتاح المؤسسة على التواصل والتعاون بين الموظفين.
- التكنولوجيا: تسهل الاتصال لكنها قد تؤدي إلى سوء فهم إذا لم تُستخدم بفعالية.
- مهارات الاتصال لدى الأفراد: تلعب دوراً في وضوح الرسائل وفهمها.
- الضغوط الوظيفية: تؤثر على جودة الاتصال، حيث يمكن أن يؤدي الإجهاد إلى سوء تفسير المعلومات.

التحديات التي تواجه الاتصال داخل المؤسسة

- ضعف قنوات الاتصال: يؤدي إلى سوء الفهم وتأخير تنفيذ المهام.
- المقاومة للتغيير: قد يعيق الاتصال الفعال عند تطبيق سياسات جديدة.
- الإفراط في المعلومات: يؤدي إلى فقدان التركيز وعدم استيعاب الرسائل المهمة.
- التباين الثقافي واللغوي: قد يسبب سوء فهم بين الموظفين في بيئات العمل متعددة الثقافات.
- نقص التغذية الراجعة: يقلل من فرصة تحسين الأداء وتطوير بيئة العمل.

استراتيجيات تحسين الاتصال داخل المؤسسة

- تعزيز الشفافية والانفتاح في تبادل المعلومات بين جميع المستويات.
- استخدام تقنيات الاتصال الحديثة مثل أنظمة إدارة المعلومات والتواصل الإلكتروني الفعال.

- تنظيم الاجتماعات الدورية لمتابعة تقدم العمل وتعزيز الحوار بين الموظفين والإدارة.
- توفير التدريب المستمر للموظفين على مهارات الاتصال والتفاعل المهني.
- تشجيع التغذية الراجعة لضمان تحسين قنوات الاتصال وتحقيق رضا الموظفين.

خاتمة

الاتصال داخل المؤسسة عنصر أساسي لضمان نجاحها واستمراريتها، حيث يسهم في تحسين الإنتاجية، تعزيز بيئة العمل، ودعم اتخاذ القرارات الاستراتيجية. ولتحقيق اتصال مؤسسي فعال، ينبغي للمؤسسات تطوير قنوات تواصل واضحة، وتعزيز ثقافة الانفتاح والتعاون بين جميع أفرادها.

2_ من حيث درجة الرسمية:

أ/ الاتصال الرسمي:

تعريف الاتصال الرسمي

الاتصال الرسمي هو عملية تبادل المعلومات بين الأفراد داخل المؤسسة أو المنظمة عبر قنوات معتمدة ومحددة وفقاً للهيكل التنظيمي. يتميز هذا النوع من الاتصال بالانضباط والالتزام بالسياسات والإجراءات المؤسسية، ويهدف إلى تحقيق الأهداف التنظيمية بكفاءة.

أهمية الاتصال الرسمي

- ضمان تدفق المعلومات بوضوح ودقة داخل المؤسسة.
- تعزيز التنسيق بين الإدارات والموظفين لتحقيق الأهداف المشتركة.
- تقليل احتمالات سوء الفهم من خلال توفير قنوات اتصال واضحة.

- تسهيل عملية صنع القرار بناءً على بيانات دقيقة ورسمية.
- تعزيز الشفافية والمساءلة داخل بيئة العمل.

أنواع الاتصال الرسمي

أ. من حيث الاتجاه

- الاتصال الهابط: ينتقل من الإدارة العليا إلى المستويات الأدنى، ويشمل الأوامر، التوجيهات، والتقارير الإدارية.
- الاتصال الصاعد: ينتقل من الموظفين إلى الإدارة العليا، ويشمل التقارير، الاقتراحات، والشكاوى.
- الاتصال الأفقي: يتم بين الأفراد أو الإدارات على نفس المستوى الإداري لتنسيق العمل.
- الاتصال القطري (المائل): يتم بين أفراد من مستويات مختلفة دون المرور بالتسلسل الإداري التقليدي.

ب. من حيث الشكل

- الاتصال المكتوب: يشمل المراسلات الإدارية، التقارير، العقود، والبريد الإلكتروني الرسمي.
- الاتصال الشفهي: يتضمن الاجتماعات الرسمية، المؤتمرات، والمكالمات الهاتفية بين الموظفين والمسؤولين.
- الاتصال الإلكتروني: يشمل استخدام منصات الاتصال الرقمي، مثل أنظمة البريد الإلكتروني، ومنصات الاجتماعات الافتراضية.

مزايا الاتصال الرسمي

- يحافظ على الدقة والموثوقية في نقل المعلومات.

- يساهم في حفظ السجلات التنظيمية من خلال الوثائق الرسمية.
- يضمن الامتثال للقوانين واللوائح داخل المؤسسة.
- يساعد في تحديد المسؤوليات ومتابعة تنفيذ المهام.

التحديات التي تواجه الاتصال الرسمي

- البيروقراطية الزائدة قد تعيق سرعة تدفق المعلومات.
- نقص المرونة قد يؤدي إلى تأخير الاستجابة للتغيرات السريعة.
- إمكانية سوء التفسير إذا لم يكن الاتصال واضحاً ودقيقاً.
- ضعف التواصل العاطفي مقارنة بالاتصال غير الرسمي، مما قد يؤثر على الروح المعنوية للموظفين.

استراتيجيات تحسين الاتصال الرسمي

- تبسيط الإجراءات التنظيمية لتسريع عملية الاتصال.
- تعزيز الشفافية والانفتاح في التواصل بين المستويات المختلفة.
- توفير تدريبات على مهارات الاتصال الإداري للموظفين.
- دمج التكنولوجيا الحديثة في أنظمة الاتصال الرسمي لزيادة الكفاءة.
- ضمان التغذية الراجعة المستمرة لتحسين قنوات الاتصال.

خاتمة

الاتصال الرسمي عنصراً حيوياً في نجاح أي مؤسسة، حيث يضمن انسياب المعلومات بشكل دقيق ومنظم. ومع التحديات التي قد تواجهه، يصبح تطوير استراتيجيات فعالة لتحسينه ضرورة لضمان بيئة عمل أكثر كفاءة وشفافية.

ب/ الاتصال غير الرسمي:

تعريف الاتصال غير الرسمي

الاتصال غير الرسمي هو عملية تبادل المعلومات بين الأفراد داخل المؤسسة أو خارجها دون الاعتماد على القنوات الرسمية المحددة في الهيكل التنظيمي. يتميز هذا النوع من الاتصال بال عفوية والمرونة، حيث يحدث غالباً في المحادثات اليومية، أو أثناء التفاعل الاجتماعي بين الموظفين.

أهمية الاتصال غير الرسمي

- تعزيز العلاقات الاجتماعية داخل بيئة العمل وتحسين الروح المعنوية.
- تسريع تدفق المعلومات مقارنة بالاتصال الرسمي، مما يساعد في اتخاذ قرارات سريعة.
- سد الفجوات في الاتصال الرسمي من خلال توفير توضيحات غير متاحة في القنوات الرسمية.
- تعزيز ثقافة العمل الجماعي وتشجيع بيئة تواصل أكثر انفتاحاً.
- الكشف المبكر عن المشكلات أو التحديات التي قد لا تظهر في التقارير الرسمية.

أنواع الاتصال غير الرسمي

أ. من حيث الاتجاه

- الاتصال غير الرسمي الصاعد: يحدث عندما يتواصل الموظفون مع الإدارة بطريقة غير رسمية، مثل النقاشات العفوية حول سياسات العمل.
- الاتصال غير الرسمي الهابط: يتم من الإدارة إلى الموظفين بطرق غير رسمية، مثل المناقشات الجانبية حول القرارات.
- الاتصال الأفقي غير الرسمي: يحدث بين الزملاء على نفس المستوى الوظيفي أثناء التفاعل اليومي.

ب. من حيث النمط

- شبكة القيل والقال (Grapevine Communication): تتضمن تناقل المعلومات بين الأفراد بطريقة غير رسمية، وقد تكون صحيحة أو غير دقيقة.
- التواصل الاجتماعي غير الرسمي: يشمل الدردشات أثناء فترات الاستراحة أو الأنشطة الاجتماعية داخل المؤسسة.
- المحادثات العفوية في بيئة العمل: تشمل تبادل الأفكار حول المهام والمشاريع خارج الاجتماعات الرسمية

التحديات التي تواجه الاتصال غير الرسمي

- انتشار الشائعات التي قد تؤثر سلباً على بيئة العمل.
- عدم الدقة في المعلومات بسبب عدم وجود توثيق رسمي.
- إمكانية إساءة الفهم نتيجة عدم وضوح الرسائل المتبادلة.
- صعوبة السيطرة عليه مقارنة بالاتصال الرسمي.

يعد الاتصال غير الرسمي جزءاً أساسياً من أي مؤسسة، حيث يساهم في تسهيل التفاعل الاجتماعي وتحسين بيئة العمل. ومع ذلك، فإن التحكم في تدفقه وضمان دقته يعدان أمرين ضروريين لتجنب الآثار السلبية مثل الشائعات وسوء الفهم.

الاتصال الشفهي و الاتصال الكتابي	الاتصال الرسمي وغير الرسمي	الاتصال التنازلي والتصاعدي والاتصال الافقي
الاتصال الشفهي : ١- من اقدم الاساليب المستخدمة في عملية الاتصال ٢- يوفر الوقت ٣- يخلق روح الصداقة بين الرئيس والمرؤوسين	الاتصال الرسمي :- هو الاتصال الذي يحدد خطوته وقنواته الهيكل التنظيمي في المنشأة وأساليب الاتصال في التنظيم	الاتصال التنازلي :- هو الاتصال الذي يحدث من اعلى الى اسفل داخل التنظيم وبالتالي هذا الاتصال يكون من الادارة الى العامة
الاتصال الكتابي : ١- يعتمد بالدرجة الاولى على الكلمة المكتوبة ٢- من وسائله التعاميم والخطابات والنشرات والتقارير ٣- يساعد على امكانية اتصال المرسل بعدد كبير في نفس الوقت ٤- عرض الفكرة بأكثر من اسلوب ٥- يتطلب عدة اعتبارات حتى تتحقق فاعليته مثل استخدام كلمات محددة المعاني و استخدام الجمل القصيرة و مراعاة لغة المستقبل وثقافته وإدراكه	الاتصال غير الرسمي : هو الاتصال الذي يقوم على اساس العلاقات الشخصية والاجتماعية بين الافراد والجماعات في التنظيم	الاتصال التصاعدي :- هو الاتصال الذي يحدث من اسفل التنظيم الى اعلى المستويات الادارية الاتصال الافقي :- هو الذي يحدث بين المستويات التي في نفس المستوى داخل التنظيم

المحاضرة 10

اتجاهات الاتصال

التقسيم الأول:

1_ الاتصال الهابط (الرأسي):

تعريف الاتصال الهابط

الاتصال الهابط (Downward Communication) هو أحد أنواع الاتصال التنظيمي الذي ينتقل من المستويات الإدارية العليا إلى المستويات الأدنى داخل المنظمة. يتمثل في التعليمات، التوجيهات، القرارات، والإجراءات التي تصدرها الإدارة العليا إلى الموظفين والعمال لضمان تنفيذ الأهداف والسياسات المؤسسية.

خصائص الاتصال الهابط

- اتجاهه من الأعلى إلى الأسفل: أي من الإدارة إلى الموظفين.
- يركز على نقل المعلومات والتعليمات: يهدف إلى تحقيق التوجيه والرقابة.
- يستخدم قنوات رسمية: غالباً ما يكون عبر الاجتماعات، المذكرات، البريد الإلكتروني، أو التقارير الرسمية.
- قد يكون أحادي الاتجاه: في بعض الأحيان، يكون بدون استجابة مباشرة من المتلقين، مما قد يؤدي إلى سوء الفهم.

أهداف الاتصال الهابط

- نقل السياسات والاستراتيجيات: لضمان توافق الموظفين مع رؤية المؤسسة.

- تحديد الأدوار والمسؤوليات: لتوضيح ما هو متوقع من كل فرد.
- متابعة الأداء والتقييم: لضمان تحقيق الأهداف.
- تعزيز الانضباط والتنظيم: من خلال إصدار التوجيهات والتعليمات.

أشكال الاتصال الهابط

- الشفوي: مثل الاجتماعات، المحاضرات، والمناقشات.
- الكتابي: عبر التقارير، التعليمات، اللوائح، والنشرات.
- الإلكتروني: من خلال البريد الإلكتروني، لوحات الإعلانات الرقمية، والمنصات الداخلية.

التحديات والمشكلات

- التشويه في نقل المعلومات بسبب تعدد المستويات الإدارية.
- ضعف التغذية الراجعة، مما قد يؤدي إلى عدم وضوح الفهم.
- إمكانية المقاومة من الموظفين، خاصة إذا كان الاتصال غير فعال أو متسلط.
- البيروقراطية وتعقيد الإجراءات، مما قد يبطئ تدفق المعلومات.

تحسين فعالية الاتصال الهابط

- استخدام لغة واضحة ومباشرة.
- تعزيز قنوات التغذية الراجعة للسماح للموظفين بالتعبير عن آرائهم واستفساراتهم.
- تقليل المستويات الإدارية الوسيطة لتقليل التشويه في المعلومات.

- استخدام وسائل اتصال متنوعة تناسب جميع الموظفين.

خاتمة

يعد الاتصال الهابط أداة أساسية في الإدارة، لكنه يحتاج إلى تفاعل وتواصل ثنائي الاتجاه ليكون أكثر فعالية. يمكن تعزيز دوره من خلال تحسين الشفافية والتواصل المفتوح، مما يساهم في تحقيق بيئة عمل متماسكة ومنتجة.

2_ الاتصال الصاعد (الرأسي):

تعريف الاتصال الصاعد

الاتصال الصاعد (Upward Communication) هو نوع من الاتصال التنظيمي ينتقل من المستويات الدنيا إلى المستويات العليا داخل المؤسسة. يتيح للموظفين والعاملين إيصال آرائهم، اقتراحاتهم، ملاحظاتهم، وشكاويهم إلى الإدارة، مما يساعد في تحسين بيئة العمل واتخاذ قرارات أكثر استنارة.

خصائص الاتصال الصاعد

- اتجاهه من الأدنى إلى الأعلى: يبدأ من الموظفين أو العمال ويصل إلى المديرين أو القادة التنفيذيين.
- يركز على تقديم التغذية الراجعة والمعلومات: يتيح للإدارة فهم احتياجات وتحديات الموظفين.
- يستخدم قنوات رسمية وغير رسمية: قد يكون عبر التقارير، الاجتماعات، الاستطلاعات، أو حتى محادثات غير رسمية.
- يعتمد على الشفافية والثقة: كلما زادت ثقة الموظفين بالإدارة، زاد تدفق المعلومات بصدق ووضوح.

أهداف الاتصال الصاعد

- تقديم تغذية راجعة للإدارة بشأن القرارات والسياسات المتبعة.
- نقل مشاكل الموظفين واحتياجاتهم للمساعدة في تحسين بيئة العمل.
- طرح أفكار جديدة واقتراحات يمكن أن تسهم في تطوير المؤسسة.
- تعزيز مشاركة الموظفين في صنع القرار وزيادة شعورهم بالانتماء.

أشكال الاتصال الصاعد

- التقارير الدورية: سواء كانت يومية أو أسبوعية أو شهرية، تُستخدم لإبلاغ الإدارة بالتطورات والنتائج.
- الاجتماعات والاستبيانات: تتيح للموظفين التعبير عن آرائهم مباشرة.
- صناديق الاقتراحات والشكاوى: تساعد في جمع آراء الموظفين بطريقة غير رسمية.
- المناقشات الفردية: مثل الاجتماعات بين الموظف ومديره المباشر.

التحديات والمشكلات

- الخوف من التعبير عن الرأي: بعض الموظفين قد يترددون في إيصال ملاحظاتهم خشية العواقب.
- ضعف استجابة الإدارة: إذا لم تتفاعل الإدارة مع التغذية الراجعة، فقد يفقد الموظفون الحافز للمشاركة.
- التشويه أو التحريف: قد يتم تعديل المعلومات أثناء انتقالها إلى المستويات العليا، مما يقلل من دقتها.
- البيروقراطية: الإجراءات الطويلة قد تعيق إيصال المعلومات بسرعة وكفاءة.

تحسين فعالية الاتصال الصاعد

- خلق بيئة تواصل مفتوحة تشجع الموظفين على التعبير عن آرائهم بحرية.
- تقديم استجابة سريعة وواضحة للتغذية الراجعة التي يقدمها الموظفون.
- تقليل الحواجز البيروقراطية لتسهيل تدفق المعلومات بسرعة.
- استخدام وسائل اتصال حديثة ومتنوعة مثل البريد الإلكتروني، الاجتماعات المباشرة، والاستطلاعات الرقمية.

خاتمة

يعتبر الاتصال الصاعد عنصراً حيوياً في نجاح أي منظمة، حيث يساعد في تحسين القرارات الإدارية وزيادة رضا الموظفين. عندما يتم تنفيذه بفعالية، فإنه يعزز الشفافية، ويشجع على الابتكار، ويسهم في خلق بيئة عمل أكثر انفتاحاً وتعاوناً.

3_ الاتصال الأفقي (العرضي):

تعريف الاتصال الأفقي

الاتصال الأفقي (Horizontal Communication) هو نوع من الاتصال التنظيمي يتم بين الأفراد أو الأقسام على نفس المستوى الإداري داخل المؤسسة. يهدف هذا النوع من الاتصال إلى تبادل المعلومات والتنسيق بين الموظفين أو الفرق دون الحاجة إلى المرور عبر المستويات الإدارية العليا.

خصائص الاتصال الأفقي

- يحدث بين أفراد على نفس المستوى التنظيمي، مثل الموظفين داخل نفس القسم أو بين أقسام متكافئة.
- يركز على التنسيق والتعاون لضمان سير العمل بسلاسة.
- يستخدم قنوات رسمية وغير رسمية، مثل الاجتماعات، الرسائل الإلكترونية، أو المناقشات المباشرة.
- يتميز بالمرونة والسرعة لأنه لا يحتاج إلى موافقة إدارية عليا.

أهداف الاتصال الأفقي

- تحسين التنسيق بين الفرق، خاصة في المشاريع المشتركة.
- تعزيز التعاون وحل المشكلات دون الحاجة إلى تصعيدها إلى المستويات العليا.
- تبادل المعرفة والخبرات بين الأفراد داخل المؤسسة.
- تقليل التكرار والازدواجية في العمل من خلال مشاركة المعلومات بين الأقسام.

أشكال الاتصال الأفقي

- الاجتماعات الدورية بين أعضاء الفريق أو الأقسام المتعاونة.
- المراسلات الإلكترونية ورسائل الدردشة لتسهيل تبادل المعلومات بسرعة.
- اللقاءات غير الرسمية التي تساعد في بناء علاقات قوية بين الزملاء.
- الفرق متعددة التخصصات التي تعمل على مشاريع مشتركة وتحتاج إلى تواصل مستمر.

التحديات والمشكلات

- سوء الفهم أو تضارب المعلومات إذا لم يكن هناك وضوح في الرسائل المتبادلة.
- غياب التنسيق الفعّال، مما قد يؤدي إلى تداخل في المهام أو إهمال بعض المسؤوليات.
- التنافس الداخلي بين الأقسام الذي قد يعيق تدفق المعلومات بسلاسة.
- عدم الاهتمام الرسمي بهذا النوع من الاتصال، مما يقلل من فعاليته داخل المؤسسة.

تحسين فعالية الاتصال الأفقي

- إنشاء قنوات اتصال واضحة بين الفرق والأقسام المختلفة.
- تشجيع بيئة تعاونية تعتمد على الشفافية والتواصل الفعّال.
- استخدام التكنولوجيا الحديثة مثل منصات التواصل الداخلية والبرمجيات التعاونية.
- وضع سياسات واضحة تحدد كيفية مشاركة المعلومات وتجنب تضارب المهام.

خاتمة

يُعد الاتصال الأفقي عنصراً أساسياً في تعزيز الكفاءة التنظيمية، حيث يساهم في تحسين التنسيق والتعاون بين الموظفين. عندما يكون الاتصال الأفقي فعّالاً، فإنه يساعد في تسريع اتخاذ القرارات، تحسين الإنتاجية، وتعزيز بيئة عمل أكثر تكاملاً وتعاوناً.

التقسيم الثاني:

1_ الاتصال الخطي (في اتجاه واحد): المفهوم والأهمية

تعريف الاتصال الخطي

الاتصال الخطي (Linear Communication) هو نوع من الاتصال يتم في اتجاه واحد فقط، حيث يقوم المرسل بنقل المعلومات أو الرسالة إلى المستقبل دون توقع استجابة فورية أو تفاعل مباشر. في هذا النموذج، يكون المستقبل في وضعية المتلقي السلبي، مما قد يقلل من فرص التفاعل والتغذية الراجعة.

خصائص الاتصال الخطي

- اتجاه واحد: ينتقل الاتصال من المرسل إلى المستقبل دون استجابة فورية.
- يُستخدم في المواقف الرسمية غالباً مثل الإعلانات، المحاضرات، البيانات الصحفية، والخطابات الرسمية.
- يقلل من احتمالية حدوث حوار أو نقاش، حيث يكون المستقبل مجرد متلقٍ للمعلومات.
- قد يؤدي إلى سوء الفهم إذا لم يكن المحتوى واضحاً، نظراً لغياب التغذية الراجعة.

أمثلة على الاتصال الخطي

- الإعلانات والإرشادات العامة مثل الإعلانات التلفزيونية أو الراديو.
- المحاضرات الأكاديمية حيث يتحدث الأستاذ دون تفاعل فوري مع الطلبة.
- البيانات الرسمية والحكومية مثل بيانات الطقس أو التعليمات الأمنية.
- الكتب والمقالات الصحفية التي تنقل معلومات دون استجابة مباشرة من القارئ.

إيجابيات الاتصال الخطي

- سرعة ووضوح في نقل المعلومات، خاصة في الحالات التي لا تحتاج إلى استجابة فورية.
- سهولة التحكم في الرسالة دون تشويش أو تغيير في المعنى.
- فعال في نشر المعلومات العامة إلى جمهور واسع.

سلبات الاتصال الخطي

- غياب التغذية الراجعة، مما قد يؤدي إلى سوء الفهم أو عدم استيعاب الرسالة بشكل كامل.
- يحد من التفاعل والتواصل الفعال بين المرسل والمستقبل.
- قد يؤدي إلى تكرار الأخطاء بسبب عدم وجود فرصة لتصحيح المعلومات بناءً على استجابة المتلقي.

تحسين الاتصال الخطي

- استخدام لغة واضحة ومباشرة لتقليل احتمالية سوء الفهم.
- إضافة وسائل مساعدة مثل الرسوم البيانية والصور لتوضيح المعلومات.
- دمج قنوات تفاعلية مكتملة، مثل السماح بالتعليقات أو تقديم استبيانات لجمع آراء المستقبلين لاحقاً.

خاتمة

يُعد الاتصال الخطي أداة أساسية في نقل المعلومات، لكنه يكون أكثر فاعلية عندما يتم دعمه بأساليب تواصل أخرى تعزز التفاعل والتغذية الراجعة.

2_ الاتصال في اتجاهين:

تعريف الاتصال في اتجاهين

الاتصال في اتجاهين (Two-Way Communication) هو عملية تبادل المعلومات بين طرفين حيث يكون كل منهما مرسلًا ومستقبلًا في نفس الوقت. يتميز هذا النوع من الاتصال بوجود تفاعل وتغذية راجعة، مما يعزز الفهم والتعاون داخل المؤسسات والمجتمعات.

خصائص الاتصال في اتجاهين

- تفاعلي ومتبادل: يتيح لكل طرف فرصة إرسال الرسائل واستقبال الردود.
- يعزز وضوح المعلومات: من خلال التغذية الراجعة التي تساعد على تقليل سوء الفهم.
- يتم عبر قنوات مختلفة: مثل الاجتماعات، المحادثات المباشرة، البريد الإلكتروني، ومنصات التواصل الاجتماعي.
- يساهم في تحسين العلاقات: سواء في بيئة العمل أو في الحياة الاجتماعية.

أمثلة على الاتصال في اتجاهين

- المحادثات الهاتفية والاجتماعات التفاعلية حيث يتم تبادل الآراء بين الأطراف.
- التواصل بين المدرس والطلاب عبر الأسئلة والنقاشات داخل الفصل.
- خدمة العملاء حيث يتفاعل المندوب مع استفسارات الزبائن ويرد عليها.
- البريد الإلكتروني مع ردود متبادلة بين المرسل والمستقبل.

أهمية الاتصال في اتجاهين

- يزيد من كفاءة الاتصال ويقلل من الأخطاء بسبب وجود ردود فعل مباشرة.

- يساعد على بناء الثقة والتفاهم في بيئات العمل والعلاقات الشخصية.
- يعزز القدرة على حل المشكلات من خلال الاستماع والاستجابة للملاحظات.
- يساهم في اتخاذ قرارات أكثر دقة بفضل تدفق المعلومات من جميع الأطراف.

التحديات والمشكلات

- قد يكون أبطأ من الاتصال في اتجاه واحد بسبب الحاجة إلى الاستجابة والتفاعل.
- يتطلب مهارات تواصل قوية لضمان وضوح الرسائل وفهمها بشكل صحيح.
- قد تحدث سوء تفاهم إذا لم يتم إدارة الحوار بشكل جيد، خاصة في البيئات المتوترة.

تحسين الاتصال في اتجاهين

- تعزيز ثقافة الاستماع الفعال لضمان فهم الرسائل بوضوح.
- استخدام وسائل تواصل تفاعلية مثل الاجتماعات الافتراضية ومنصات التعاون الرقمي.
- تشجيع التغذية الراجعة المستمرة لضمان تطوير الاتصال وتحسينه.
- تقليل الحواجز التنظيمية والبيروقراطية التي قد تعيق تدفق المعلومات.

خاتمة

يُعد الاتصال في اتجاهين نموذجًا فعالًا في تحسين التفاعل بين الأفراد داخل المؤسسات والمجتمعات، حيث يساهم في بناء بيئة تواصلية أكثر شفافية وتفاهمًا.

3_ الاتصال متعدد الاتجاهات:

تعريف الاتصال متعدد الاتجاهات

الاتصال متعدد الاتجاهات (Multidirectional Communication) هو نموذج من الاتصال التنظيمي يتميز بتدفق المعلومات في جميع الاتجاهات داخل المؤسسة أو بين الأفراد، حيث يتفاعل المشاركون مع بعضهم البعض دون قيود اتجاهية محددة. يمكن أن يشمل هذا النوع الاتصال الصاعد، الهابط، الأفقي، وحتى الاتصال العابر للأقسام والمستويات المختلفة.

خصائص الاتصال متعدد الاتجاهات

- تبادل مفتوح للمعلومات بين جميع المستويات التنظيمية.
- يعتمد على التفاعل المستمر والتغذية الراجعة بين جميع الأطراف.
- يستخدم قنوات اتصال متنوعة مثل الاجتماعات، البريد الإلكتروني، الدردشات، ومنصات التواصل الرقمية.
- يساهم في تعزيز التعاون والعمل الجماعي داخل المؤسسات.

أنواع الاتصال متعدد الاتجاهات

- الاتصال الهابط: من الإدارة العليا إلى الموظفين.
- الاتصال الصاعد: من الموظفين إلى المستويات الإدارية العليا.
- الاتصال الأفقي: بين الأفراد أو الأقسام على نفس المستوى التنظيمي.
- الاتصال العابر: بين موظفين من مستويات أو أقسام مختلفة دون المرور بالهيكل الهرمي التقليدي.

أهمية الاتصال متعدد الاتجاهات

- تحسين تدفق المعلومات داخل المؤسسة، مما يساعد في اتخاذ قرارات أكثر دقة.
- تعزيز الشفافية والثقة بين الموظفين والإدارة.
- توفير بيئة عمل مرنة وتشاركية تدعم الابتكار والتعاون.
- تقليل فرص سوء الفهم من خلال السماح بالتفاعل المباشر بين جميع الأطراف.

تحديات الاتصال متعدد الاتجاهات

- احتمالية التشويش في المعلومات بسبب كثرة التدفقات الاتصالية.
- صعوبة تنظيم الاتصالات في المؤسسات الكبيرة ذات الهياكل المعقدة.
- قد يؤدي إلى تضارب في الرسائل إذا لم تكن هناك آليات واضحة لإدارة التواصل.

تحسين فعالية الاتصال متعدد الاتجاهات

- استخدام أنظمة اتصال رقمية متقدمة مثل تطبيقات العمل الجماعي والمنصات التشاركية.
- وضع سياسات تنظيمية واضحة تحدد كيفية مشاركة المعلومات بفعالية.
- تعزيز مهارات التواصل الفعال بين الموظفين والمديرين.
- ضمان وضوح الرسائل لتجنب سوء الفهم والازدواجية في المعلومات.

خاتمة

يُعتبر الاتصال متعدد الاتجاهات من أكثر النماذج الاتصالية كفاءة في بيئات العمل الحديثة، حيث يسمح بتدفق المعلومات بحرية بين جميع الأطراف، مما يعزز التعاون، يحسن اتخاذ القرار، ويسهم في بناء بيئة تنظيمية أكثر ديناميكية وشفافية.

المحاضرة 11

شبكات الاتصال

1_ الشبكة الخطية (السلسلة)

تعريف الشبكة الخطية (السلسلة)

الشبكة الخطية، أو ما يُعرف بـ شبكة السلسلة (Chain Network)، هي أحد أنماط شبكات الاتصال التنظيمي، حيث يتم تبادل المعلومات بشكل متسلسل من شخص إلى آخر، وفق تسلسل هرمي واضح، يشبه السلسلة المتصلة. في هذه الشبكة، يكون لكل فرد دور محدد في نقل المعلومات، وغالباً ما تمر الرسالة عبر عدة مراحل قبل أن تصل إلى وجهتها النهائية.

خصائص الشبكة الخطية

- تسلسل هرمي صارم حيث تنتقل المعلومات من الأعلى إلى الأسفل أو العكس وفق الترتيب المحدد.
- بطء نسبي في تدفق المعلومات بسبب المرور عبر عدة نقاط قبل الوصول إلى المستقبل النهائي.
- محدودية التغذية الراجعة خاصة إذا كانت المعلومات تنتقل من الأعلى إلى الأسفل دون إمكانية التفاعل المباشر.
- سهولة التحكم في تدفق المعلومات حيث يتم التحكم في الرسائل من خلال القنوات المحددة سلفاً.

أنواع الشبكة الخطية

- الشبكة الخطية الهابطة: حيث تنتقل المعلومات من القيادة العليا إلى المستويات الأدنى مثل التعليمات التنظيمية من المدير إلى الموظفين.

- الشبكة الخطية الصاعدة :حيث تنتقل المعلومات من المستويات الدنيا إلى العليا مثل التقارير التي يرفعها الموظفون إلى الإدارة.

أمثلة على الشبكة الخطية

- الجيش والمنظمات الرسمية التي تعتمد على أوامر متسلسلة من القادة إلى الجنود.
- الشركات ذات الهيكل التنظيمي الهرمي حيث يتم إصدار القرارات من الإدارة العليا مروراً بالمستويات الإدارية المختلفة حتى تصل إلى الموظفين التنفيذيين.
- خطوط الإنتاج في المصانع حيث تنتقل المعلومات والتعليمات عبر مراحل العمل بشكل منظم ومتتابع.

مزايا الشبكة الخطية

- وضوح المسؤوليات والأدوار مما يقلل من الفوضى وسوء الفهم.
- سهولة الرقابة والتحكم في تدفق المعلومات داخل المنظمة.
- تحقيق الانضباط التنظيمي من خلال التزام الأفراد بالتسلسل المحدد للاتصال.

عيوب الشبكة الخطية

- التأخير في نقل المعلومات بسبب الحاجة إلى المرور عبر عدة مستويات.
- إمكانية تشويه الرسالة مع انتقالها عبر عدة أشخاص.
- ضعف التغذية الراجعة مما قد يؤدي إلى ضعف في اتخاذ القرارات أو تجاهل المشكلات الفعلية.

تحسين فعالية الشبكة الخطية

- استخدام تقنيات الاتصال الحديثة مثل البريد الإلكتروني ومنصات العمل التعاونية لتسريع تدفق المعلومات.
- تقليل عدد الحلقات الوسيطة لتجنب تشويه المعلومات وضمان وصولها بدقة.
- تعزيز قنوات التغذية الراجعة لضمان مشاركة الموظفين في عملية الاتصال.
- تقديم دورات تدريبية في الاتصال التنظيمي لتعزيز مهارات الاتصال بين العاملين.

خاتمة

تمثل الشبكة الخطية أحد أهم أنماط الاتصال في المؤسسات ذات الهياكل الهرمية، حيث تضمن تدفق المعلومات بطريقة منظمة، لكنها تحتاج إلى تحسينات لضمان السرعة والدقة والتفاعل الفعال بين جميع الأطراف.

2_ الشبكة الحلقية (الدائرية):

تعريف الشبكة الحلقية (الدائرية)

الشبكة الحلقية أو الدائرية (Circle Network) هي نمط من شبكات الاتصال التنظيمي يتم فيه تبادل المعلومات بين الأفراد في شكل دائري مغلق، حيث يكون لكل فرد اتصال مباشر بشخصين فقط (أحدهما على يمينه والآخر على يساره)، وتنتقل المعلومات بشكل متسلسل حول الدائرة حتى تعود إلى نقطة البداية.

خصائص الشبكة الحلقية

- تدفق المعلومات يكون في دائرة مغلقة مما يجعل الاتصال أكثر تنظيمياً.
- كل عضو يمكنه التواصل فقط مع العضوين المجاورين له مما قد يؤدي إلى بطء نقل المعلومات.

- التفاعل متساوٍ بين الأعضاء حيث لا يوجد مركز واحد للسيطرة على الاتصال.
- يتم تبادل المعلومات تدريجياً مما يقلل من احتمالية التضليل أو إساءة الفهم.
- تعزز الشعور بالمشاركة الجماعية حيث يتفاعل الجميع على قدم المساواة.

أمثلة على الشبكة الحلقية

- المجموعات الصغيرة في الشركات التي تتبع نهجاً أفقياً في الاتصال.
- فرق العمل في المشاريع المشتركة حيث يتم تبادل الآراء بين الأعضاء بالتساوي.
- الاجتماعات الدائرية في المنظمات التي تعتمد على المناقشة الجماعية.
- الشبكات الاجتماعية غير الرسمية مثل مجموعات الأصدقاء أو فرق المناقشة في الأندية الثقافية.

مزايا الشبكة الحلقية

- تشجيع المشاركة والتعاون بين جميع الأعضاء.
- تقليل السيطرة المركزية مما يتيح توزيعاً أكثر عدالة للمعلومات.
- ضمان تدفق المعلومات بشكل متتابع مما يقلل من التشويش والازدواجية.
- تعزيز روح الفريق والعمل الجماعي من خلال التفاعل المتبادل.

عيوب الشبكة الحلقية

- بطء انتقال المعلومات حيث يجب أن تمر عبر جميع الأعضاء قبل العودة إلى نقطة البداية.

- احتمالية فقدان أو تحريف المعلومات أثناء انتقالها من شخص لآخر.
- عدم وجود نقطة مركزية لاتخاذ القرار مما قد يسبب ارتباكاً في بعض الأحيان.
- قد تكون غير فعالة في حالات الطوارئ التي تتطلب اتخاذ قرارات سريعة.

تحسين كفاءة الشبكة الحلقية

- استخدام وسائل اتصال إلكترونية لتسريع تدفق المعلومات.
- تقليل عدد الأعضاء في الدائرة لجعل الاتصال أكثر كفاءة.
- إضافة قنوات اتصال مكتملة مثل الاجتماعات الدورية أو البريد الإلكتروني لضمان وضوح الرسائل.
- تعزيز ثقافة الاستماع الفعال لضمان فهم الرسائل بدقة وتقليل سوء التفسير.

خاتمة

تُعد الشبكة الحلقية نموذجاً فعالاً في بيئات العمل التشاركية، حيث تعزز التواصل بين الأفراد بطريقة متساوية. ومع ذلك فإنها قد تعاني من بطء في تدفق المعلومات مما يتطلب إدخال تحسينات لضمان سرعة وكفاءة الاتصال داخل المؤسسات.

3_ الشبكة النجمية (المركزية):

تعريف الشبكة النجمية (المركزية)

الشبكة النجمية أو المركزية (Star Network) هي نمط من شبكات الاتصال التنظيمي يكون فيها شخص أو نقطة مركزية مسؤولة عن استقبال وتوزيع المعلومات إلى بقية الأعضاء. في هذا النموذج يتم الاتصال بين الأفراد فقط عبر هذه النقطة المركزية مما يجعلها المحور الرئيسي لتبادل المعلومات.

خصائص الشبكة النجمية

- وجود نقطة مركزية تمثل حلقة الوصل بين جميع الأفراد أو الوحدات.
- الاتصال يكون مباشراً بين النقطة المركزية والأطراف الأخرى لكن لا يمكن للأفراد التواصل فيما بينهم إلا عبر هذه النقطة.
- تتميز بالوضوح والتنظيم حيث تكون المعلومات مركزة ومراقبة بشكل جيد.
- فعالة في اتخاذ القرارات السريعة لأن جميع المعلومات تمر عبر جهة واحدة مسؤولة.
- يمكن أن تكون مرنة أو هرمية حسب طبيعة المؤسسة والهيكل التنظيمي المعتمد.

أمثلة على الشبكة النجمية

- الإدارة في المؤسسات التقليدية حيث يكون المدير هو نقطة الاتصال بين الموظفين.
- مراكز خدمة العملاء حيث يتواصل العملاء مع الموظف المسؤول فقط وليس مع بعضهم البعض.
- الجيش والقوات النظامية حيث تصدر الأوامر من قائد مركزي إلى الأفراد.
- الأنظمة الإلكترونية مثل شبكات الحاسوب التي تعتمد على خادم مركزي لمعالجة البيانات.

مزايا الشبكة النجمية

- سرعة اتخاذ القرارات حيث يكون هناك تحكّم مركزي في تدفق المعلومات.
- سهولة مراقبة المعلومات وإدارتها بسبب التحكّم الكامل من النقطة المركزية.
- تجنب التشويش والازدواجية في الرسائل حيث يتم فلترة المعلومات قبل إرسالها.
- وضوح المسؤوليات مما يسهل التنظيم الإداري واتخاذ الإجراءات.

عيوب الشبكة النجمية

- اعتماد مفرط على النقطة المركزية مما قد يؤدي إلى تعطل النظام بأكمله إذا فشلت هذه النقطة.
- تقييد تدفق المعلومات حيث لا يستطيع الأفراد التواصل مباشرة فيما بينهم.
- ضغط على النقطة المركزية خاصة إذا كان هناك حجم كبير من المعلومات والطلبات.
- قد تؤدي إلى بيروقراطية زائدة في بعض المؤسسات التي تعتمد على هياكل إدارية صارمة.

تحسين كفاءة الشبكة النجمية

- تقسيم المسؤوليات داخل النقطة المركزية لتخفيف العبء وزيادة الكفاءة.
- استخدام التكنولوجيا الحديثة مثل تطبيقات الإدارة الذكية لضمان سرعة تدفق المعلومات.
- إضافة قنوات اتصال جانبية مكتملة للسماح بتبادل المعلومات بين الأعضاء عند الحاجة.
- تعزيز التواصل الفعال من خلال الاجتماعات الدورية وتوفير مساحات للحوار المفتوح.

خاتمة

تعتبر الشبكة النجمية من أكثر النماذج التنظيمية استخداماً في المؤسسات التي تعتمد على التنظيم المركزي، حيث توفر وضوحاً وسرعة في اتخاذ القرارات، لكنها تحتاج إلى تحسينات لضمان عدم حدوث اختناقات في تدفق المعلومات أو اعتماد مفرط على نقطة واحدة.

3_ الشبكات الفرعية / المتشعبة / المختلطة:

تعريف الشبكات الفرعية / المتشعبة / المختلطة

تشير هذه الأنواع من الشبكات إلى نمط اتصالي يجمع بين أكثر من نموذج من شبكات الاتصال التقليدية (مثل الخطية، الحلقية، النجمية، وغيرها) لتوفير مرونة أكبر في تبادل المعلومات وتحقيق كفاءة أعلى في التواصل داخل المؤسسة أو بين الأفراد.

أنواع الشبكات الفرعية / المتشعبة / المختلطة

أ. الشبكة الفرعية (Subsystem Network)

- هي جزء من شبكة أكبر حيث يكون لها هيكلها الخاص داخل النظام العام.
- تستخدم في المؤسسات ذات الأقسام المتعددة حيث يكون لكل قسم نظام اتصالي مستقل لكنه مرتبط بالشبكة العامة.
- مثال: في جامعة، يمكن أن يكون لكل كلية شبكة اتصال فرعية خاصة بها، لكنها تظل متصلة بالشبكة الإدارية العامة للجامعة.

ب. الشبكة المتشعبة (Branching Network)

- تشبه الشبكة الخطية (السلسلة) لكنها تتفرع إلى عدة مسارات.
- تبدأ المعلومات من نقطة مركزية ثم تتفرع إلى عدة اتجاهات مما يسمح بانتشار أوسع للمعلومات.
- تُستخدم في المؤسسات الهرمية الكبيرة مثل الشركات متعددة الفروع أو الحكومات.
- مثال: وزارة تُرسل قراراتها إلى الإدارات المختلفة، وكل إدارة تنقلها إلى الوحدات الفرعية.

ج. الشبكة المختلطة (Mixed Network)

- تجمع بين عدة نماذج من شبكات الاتصال (مثل النجمية، الحلقية، الخطية، المتشعبة).
- تمنح المنظمة مرونة عالية حيث يمكن للأفراد التواصل بعدة طرق وفقاً للحاجة.
- تُستخدم في المؤسسات الحديثة التي تعتمد على فرق العمل المرنة والتكنولوجيا الرقمية.

- مثال: في شركة تقنية، قد يكون هناك تواصل مباشر بين الموظفين (شبكة أفقية) ولكن القرارات الكبرى تظل مركزية (شبكة نجمية).

مزايا الشبكات الفرعية / المتشعبة / المختلطة

- مرونة في تدفق المعلومات مما يعزز كفاءة الاتصال داخل المؤسسة.
- تحسين سرعة الوصول إلى المعلومات من خلال استخدام عدة قنوات اتصال.
- إمكانية التكيف مع التغيرات التنظيمية خاصة في المؤسسات الكبيرة.
- زيادة التعاون بين الأقسام المختلفة وتعزيز بيئة العمل التشاركية.

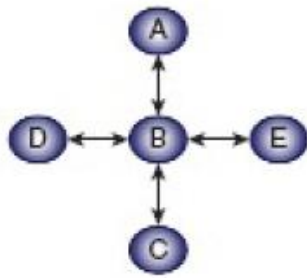
عيوب الشبكات الفرعية / المتشعبة / المختلطة

- احتمالية التعقيد الإداري بسبب تعدد قنوات الاتصال.
- صعوبة تتبع تدفق المعلومات مما قد يؤدي إلى ضياع بعض البيانات.
- قد تحتاج إلى أنظمة إدارة متطورة لضمان تنظيم الاتصال بشكل فعال.

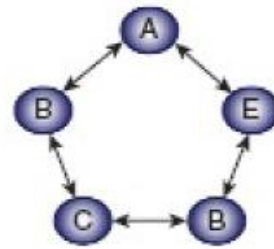
تحسين كفاءة هذه الشبكات

- استخدام أنظمة إدارة الاتصال الذكية لتسهيل تبادل المعلومات.
- تحديد بروتوكولات واضحة للتواصل بين مختلف الأقسام والمستويات.
- دمج التكنولوجيا الحديثة مثل تطبيقات العمل الجماعي والذكاء الاصطناعي لإدارة الاتصالات بفعالية.
- تعزيز الشفافية والتغذية الراجعة لضمان وضوح المعلومات ودقتها.

تمثل الشبكات الفرعية والمتشعبة والمختلطة حلولاً تنظيمية حديثة تساعد على تحقيق تواصل فعال ومرن داخل المؤسسات، مما يسمح بتكيف أسرع مع المتغيرات وتحقيق إنتاجية أعلى، ومع ذلك فإن نجاحها يعتمد على التنظيم الجيد وتوظيف التكنولوجيا المناسبة لضمان تدفق سلس للمعلومات.



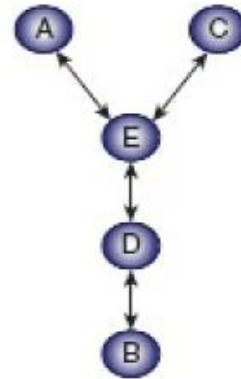
Star Network



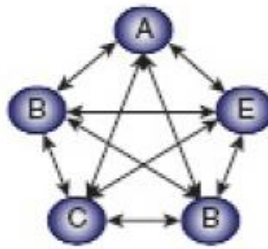
Circle Network



Chain Network



Y Network



ComCon Network

محاضرة 12

مستويات الاتصال

1- المستوى الشخصي

تعريف الاتصال الشخصي

الاتصال الشخصي هو التفاعل المباشر بين فردين أو أكثر حيث يتم تبادل المعلومات، المشاعر، والأفكار بطريقة خاصة وفردية. يتميز هذا المستوى من الاتصال بالقرب العاطفي والتفاعلية العالية، ويعتمد بشكل كبير على لغة الجسد، نبرة الصوت، والتعبيرات الوجهية.

خصائص الاتصال الشخصي

- ثنائي الاتجاه: حيث يكون هناك تبادل مستمر بين الطرفين.
- آني ومباشر: يتم في نفس اللحظة سواء كان شفهيًا أو غير شفهي.
- يعتمد على العلاقة الشخصية بين الأفراد مثل الصداقة أو العلاقات المهنية.
- يمكن أن يكون رسميًا أو غير رسمي وفقًا للسياق والموقف.
- يتيح قدرًا كبيرًا من التغذية الراجعة مما يسهل فهم الرسائل وتصحيح أي سوء فهم.

أشكال الاتصال الشخصي

- الاتصال اللفظي: مثل المحادثات وجهًا لوجه، المكالمات الهاتفية والحوارات الشخصية.
- الاتصال غير اللفظي: مثل تعبيرات الوجه، لغة الجسد والإيماءات.
- الاتصال الكتابي الشخصي: مثل الرسائل النصية، البريد الإلكتروني الشخصي والدردشة الخاصة.

أمثلة على الاتصال الشخصي

- محادثة بين صديقين حول موضوع معين.
- مقابلة عمل بين صاحب العمل والمرشح للوظيفة.
- حوار بين طبيب ومريضه حول خطة العلاج.
- مناقشة بين طالب وأستاذه حول أداءه الأكاديمي.

أهمية الاتصال الشخصي

- تعزيز الفهم المتبادل بين الأفراد وتقوية العلاقات.
- تحقيق فعالية أكبر في نقل المعلومات بسبب التفاعل المباشر.
- تقليل سوء الفهم من خلال إمكانية طرح الأسئلة وتوضيح الأفكار فوراً.
- دعم العلاقات الاجتماعية والمهنية من خلال بناء الثقة والاحترام المتبادل.

تحديات الاتصال الشخصي

- التأثر بالعوامل العاطفية، مما قد يؤدي إلى سوء تفسير الرسائل.
- يتطلب تواجد الطرفين في نفس الزمان والمكان أو على الأقل توفر وسيلة تواصل مباشرة.
- قد يكون مقيداً بعدد الأفراد مقارنة بأنواع الاتصال الجماهيري أو المؤسسي.
- إمكانية وقوع سوء فهم بسبب اختلاف الثقافات أو اللغات الجسدية.

تحسين جودة الاتصال الشخصي

- الاستماع النشط لتجنب المقاطعة وضمان فهم الرسالة.
- استخدام لغة جسد داعمة مثل الابتسام والنظر المباشر إلى المتحدث.
- التحكم في نبرة الصوت لجعل الحديث أكثر وضوحاً وتأثيراً.
- طرح الأسئلة التوضيحية للتأكد من فهم الرسالة بشكل صحيح.
- مراعاة الفروقات الثقافية عند التواصل مع أشخاص من خلفيات مختلفة.

خاتمة

يُعد الاتصال الشخصي من أهم مستويات الاتصال حيث يسمح ببناء علاقات قوية وتبادل المعلومات بطريقة فعالة. ومع ذلك فإن نجاحه يعتمد على مهارات الاتصال الفعال مثل الاستماع الجيد، التعبير الواضح وفهم لغة الجسد.

2_ المستوى العائلي

تعريف الاتصال العائلي

الاتصال العائلي هو عملية تبادل المعلومات، الأفكار، والمشاعر بين أفراد الأسرة، وهو أحد أهم أشكال الاتصال الاجتماعي، حيث يساهم في بناء العلاقات الأسرية، وتعزيز الترابط العائلي، وتنظيم الأدوار داخل الأسرة.

خصائص الاتصال العائلي

- يحدث داخل نطاق الأسرة بين الزوجين، الآباء والأبناء، الإخوة، أو أفراد العائلة الممتدة.
- يتسم بالعاطفية والتفاعل المستمر، حيث يشمل جوانب وجدانية مثل الحب، الدعم، والتوجيه.
- متعدد الاتجاهات، فقد يكون عمودياً (من الآباء إلى الأبناء أو العكس) أو أفقياً (بين الإخوة).
- يتأثر بالقيم والثقافة الأسرية، مما يجعله مختلفاً من مجتمع إلى آخر.

- يمكن أن يكون رسمياً أو غير رسمي، مثل مناقشة قرارات مهمة أو أحاديث يومية عادية.

أشكال الاتصال العائلي

- **الاتصال اللفظي:** مثل الحوارات بين أفراد الأسرة، النقاشات حول المشاكل اليومية، أو سرد القصص العائلية.
- **الاتصال غير اللفظي:** مثل تعابير الوجه، لغة الجسد، الإيماءات، ونبرة الصوت التي تعكس المشاعر.
- **الاتصال الرقمي:** عبر المكالمات الهاتفية، الرسائل النصية، وسائل التواصل الاجتماعي خاصة في الأسر التي تعيش بعيداً عن بعضها.

وظائف الاتصال العائلي

- تعزيز الروابط الأسرية من خلال التعبير عن المشاعر والدعم العاطفي.
- نقل القيم والتقاليد بين الأجيال المختلفة مما يساهم في تشكيل هوية الأفراد.
- تنظيم العلاقات والأدوار داخل الأسرة من خلال التواصل حول المسؤوليات والتوقعات.
- حل النزاعات الأسرية عبر الحوار المفتوح والتفاهم بين الأفراد.
- تحفيز النمو الشخصي للأطفال والمراهقين من خلال التوجيه والنصح.

تحديات الاتصال العائلي

- الاختلافات بين الأجيال: الاختلافات بين الآباء والأبناء قد تؤدي إلى فجوات في التواصل.
- التأثيرات الخارجية: مثل التكنولوجيا ووسائل الإعلام التي قد تضعف التواصل المباشر داخل الأسرة.
- الضغوط النفسية والمهنية: التي تجعل بعض الأفراد أقل تفاعلاً مع محيطهم العائلي.
- أساليب التواصل السلبية: مثل الصراخ والانتقاد المستمر أو التجاهل مما يؤدي إلى تدهور العلاقات الأسرية.

تحسين جودة الاتصال العائلي

- تعزيز الاستماع النشط من خلال الإنصات الجيد وتجنب المقاطعة.
- خلق بيئة آمنة للحوار حيث يشعر كل فرد بحرية التعبير عن رأيه دون خوف من الانتقاد.
- التعبير عن المشاعر بشكل واضح وصحّي، بدلاً من استخدام الغضب أو التجاهل.
- تقليل الاعتماد المفرط على التكنولوجيا أثناء التجمعات العائلية لتعزيز التفاعل المباشر.
- تخصيص وقت للأسرة من خلال أنشطة جماعية مثل تناول الوجبات معاً، السفر، أو ممارسة هوايات مشتركة.

خاتمة

يُعد الاتصال العائلي حجر الأساس في بناء أسرة متماسكة ومتفاهمة، وعندما يكون الاتصال داخل الأسرة صحياً وإيجابياً، فإنه يساهم في تحقيق بيئة داعمة تُعزز الحب والتفاهم بين أفرادها، لذلك فإن تحسين مهارات التواصل الأسري ضرورة لضمان استقرار الأسرة وتنميتها.

3_ المستوى الاجتماعي

تعريف الاتصال الاجتماعي

الاتصال الاجتماعي هو التفاعل الذي يحدث بين الأفراد داخل المجتمع سواء في البيئات الرسمية أو غير الرسمية، ويشمل تبادل المعلومات والأفكار والمشاعر في نطاق أوسع من الأسرة أو الأفراد المقربين. ويعد هذا المستوى من الاتصال أساسياً في بناء العلاقات الاجتماعية وتشكيل الهوية الجماعية وتعزيز التماسك الاجتماعي.

خصائص الاتصال الاجتماعي

- يشمل الأفراد والجماعات وقد يكون بين الأصدقاء وزملاء العمل أو الأفراد داخل مجتمع معين.

- متعدد القنوات حيث يتم عبر اللقاءات المباشرة ووسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي.
- تفاعلي يعتمد على الاستجابة المتبادلة بين الأطراف.
- يعكس القيم الثقافية والاجتماعية للمجتمع مما يجعله متأثراً بالسياقات الثقافية المختلفة.
- قد يكون رسمياً أو غير رسمي مثل التواصل في الفعاليات الاجتماعية أو النقاشات بين الزملاء.

أشكال الاتصال الاجتماعي

- الاتصال المباشر (وجهاً لوجه): مثل المحادثات في الأماكن العامة، الحوارات الجماعية، الاجتماعات المجتمعية.
- الاتصال غير المباشر: مثل الرسائل، وسائل التواصل الاجتماعي، المكالمات الهاتفية.
- الاتصال الجماهيري: مثل الندوات، المؤتمرات، الإعلام التقليدي كالتلفزيون والراديو.
- الاتصال الافتراضي: من خلال المنتديات الإلكترونية، وسائل التواصل الاجتماعي، والبث المباشر.

وظائف الاتصال الاجتماعي

- تعزيز الترابط الاجتماعي بين الأفراد وتقوية الشعور بالانتماء.
- نقل القيم والمعايير الاجتماعية من خلال التفاعل مع الآخرين.
- بناء الهوية الاجتماعية من خلال تبادل الأفكار والتجارب.
- تحقيق التكيف الاجتماعي عبر تعلم السلوكيات المقبولة داخل المجتمع.
- تعزيز التفاعل الاقتصادي والسياسي من خلال العلاقات المهنية والمشاركة المدنية.

تحديات الاتصال الاجتماعي

- إمكانية حدوث سوء فهم بسبب الفروقات الثقافية واللغوية.
- تأثير العوامل الاجتماعية مثل الطبقة والتمييز والتحيزات الثقافية.
- ضعف الاتصال المباشر بسبب الاعتماد المفرط على التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي.
- انتشار المعلومات المغلوطة من خلال الشائعات ووسائل الإعلام غير الموثوقة.

تحسين جودة الاتصال الاجتماعي

- تعزيز مهارات التواصل الفعال مثل الاستماع النشط والاحترام المتبادل.
- استخدام لغة واضحة ومناسبة للسياق الاجتماعي لتجنب سوء الفهم.
- تشجيع الحوار البناء وتقبل وجهات النظر المختلفة.
- التحقق من المعلومات قبل نشرها خاصة عبر وسائل الإعلام الرقمية.
- تعزيز التواصل المباشر من خلال الفعاليات الاجتماعية والتجمعات المجتمعية.

خاتمة

الاتصال الاجتماعي هو أساس الحياة المجتمعية فهو يساهم في تكوين العلاقات ونقل القيم وتعزيز التفاهم بين الأفراد، ولكي يكون هذا الاتصال فعالاً يجب أن يعتمد على الاحترام والوضوح والوعي بالسياقات الثقافية والاجتماعية.

4- المستوى المهني:

تعريف الاتصال المهني

الاتصال المهني هو التفاعل الذي يحدث داخل بيئة العمل أو المؤسسات بين الأفراد أو الفرق أو الإدارات بهدف تبادل المعلومات وتحقيق الأهداف التنظيمية وتعزيز الإنتاجية والتعاون. يتميز هذا النوع من الاتصال بأنه رسمي ومنظم مقارنةً بالمستويات الأخرى.

خصائص الاتصال المهني

- رسمي ومنظم: غالباً ما يتبع بروتوكولات وإجراءات محددة.
- يخدم أهدافاً عملية: يهدف إلى تحسين الأداء ونقل المعلومات واتخاذ القرارات.
- يحدث بين مستويات مختلفة: يشمل الاتصال الرأسي (الصاعد والهابط) والاتصال الأفقي بين الزملاء.
- متعدد القنوات: يتم عبر الاجتماعات، البريد الإلكتروني، التقارير، وسائل التواصل المهنية.
- يؤثر في بيئة العمل: يؤثر على الكفاءة وعلى بيئة العمل وعلى الرضا الوظيفي.

أشكال الاتصال المهني

- الاتصال الرسمي: يشمل الاجتماعات، التقارير، البريد الإلكتروني الرسمي، المذكرات الإدارية.
- الاتصال غير الرسمي: مثل الحوارات الجانبية بين الزملاء والمحادثات غير الرسمية أثناء العمل.
- الاتصال الكتابي: المراسلات، التقارير، العقود، الأدلة الإدارية.
- الاتصال الشفهي: الاجتماعات، العروض التقديمية، المكالمات الهاتفية.
- الاتصال الرقمي: من خلال البريد الإلكتروني، منصات العمل الجماعي والتواصل عبر الإنترنت.

وظائف الاتصال المهني

- تحقيق الأهداف التنظيمية من خلال التخطيط والتوجيه والتقييم.
- تعزيز التعاون والتنسيق بين الفرق المختلفة في المؤسسة.
- نقل المعلومات والتعليمات بشكل واضح بين المستويات المختلفة.
- دعم اتخاذ القرار من خلال توفير البيانات والتقارير.
- تحفيز الموظفين وتحسين بيئة العمل عبر التواصل الفعال بين الإدارة والعاملين.

تحديات الاتصال المهني

- سوء الفهم بسبب المصطلحات الفنية أو الرسمية.
- ضعف التواصل بين الإدارات المختلفة مما يؤدي إلى بطء في الإنجاز.
- استخدام وسائل اتصال غير مناسبة تؤدي إلى فقدان بعض المعلومات المهمة.
- التواصل غير الفعال بين الإدارة والموظفين مما قد يسبب توترات أو عدم وضوح في المهام.
- الإفراط في الاتصالات الرسمية مما يؤدي إلى البيروقراطية والتأخير.

تحسين جودة الاتصال المهني

- تعزيز مهارات التواصل الفعال مثل الاستماع النشط والتواصل الواضح.
- استخدام قنوات اتصال مناسبة لكل موقف، مثل البريد الإلكتروني للتوثيق والاجتماعات للنقاشات المهمة.
- تشجيع ثقافة الحوار المفتوح بين الموظفين والإدارة لتحسين بيئة العمل.
- توفير تدريبات على مهارات الاتصال لتحسين كفاءة الفرق المهنية.
- استخدام التكنولوجيا الحديثة لتعزيز سرعة ووضوح الاتصال مثل المنصات الرقمية التعاونية.

خاتمة

الاتصال المهني هو عنصر أساسي لنجاح المؤسسات، حيث يسهم في تحقيق الأهداف التنظيمية، تعزيز التعاون، ورفع كفاءة العمل. ولكي يكون فعالاً، يجب أن يكون واضحاً، منظماً، ومتجاوباً مع احتياجات بيئة العمل.

المحاضرة 13

نظريات ونماذج الاتصال

1_ نظريات الاتصال:

للاتصال نظريات كثيرة تفسره، وهي خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال الإنساني الذين حاولوا التحكم في ظاهرة الاتصال والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع. وفي واقع الأمر فإن استخدام تعبير نظريات الاتصال كان في مجمله انعكاسا للحديث عن ايديولوجيات ومعتقدات اجتماعية واقتصادية فهي تتعلق بالسياسة وأساليب السيطرة والحكم، وأهم هذه النظريات:

1_ نظرية السلطة: ظهرت هذه النظرية في إنجلترا في القرن 16 وتعتمد على نظريات أفلاطون وماكيافيللي وترى أن الشعب غير جدير على أن يتحمل المسؤولية أو السلطة فهي ملك للحاكم.

وتعمل هذه النظرية على الدفاع عن السلطة ويتم احتكار تصاريح وسائل الإعلام حيث تقوم الحكومة بمراقبة ما يتم نشره كما يحظر على وسائل الإعلام نقد السلطة الحاكمة.

وتعتبر تجربة هتلر وفرانكو أهم مثال على هذه النظرية وقد عبر هتلر عن ذلك بقوله: " أنه ليس من عمل الصحافة أن تنشر على الناس اختلاف الآراء بين أعضاء الحكومة لقد تخلصنا من مفهوم الحرية السياسية التي يذهب إلى القول بأن لكل فرد الحق في أن يقول ما يشاء".

2_ نظرية الحرية: ظهرت في بريطانيا عام 1688 ثم انتشرت في أوروبا وأمريكا وترى هذه النظرية ان الفرد حر في نشر ما يعتقد أنه صحيح وترفض هذه النظرية الرقابة أو مصادرة الفكر.

ومن أهداف هذه النظرية تحقيق أكبر قدر من الربح المادي من خلال الإعلان والدعاية، وتدعو هذه النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الاتصال كحق مشروع للجميع.

3— نظرية المسؤولية الاجتماعية: ظهرت هذه النظرية بعد الحرب العالمية الثانية بالولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم على مبدأ ممارسة العملية الإعلامية بجرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، أي أن هناك آداب لمهنة الإعلام من أهمها: عدم التدخل في الحياة الخاصة للأفراد، وأيضا عدم نشر ما يساعد على الجريمة والعنف، وهناك معايير يجب احترامها كالصدق والموضوعية والتوازن والدقة.

4— النظرية التنموية: ظهرت في الثمانينات من القرن الماضي وتقوم على الأفكار والآراء التي وردت في تقرير لجنة " واك برايل " حول مشكلات الاتصال في العالم الثالث ومن أهم مبادئها أنها تعارض التبعية وسياسة الهيمنة الخارجية وتعمل على تأكيد الهوية الوطنية والسيادة القومية والخصوصية الثقافية للمجتمعات.

5— نظرية المشاركة الديمقراطية: تعتبر هذه النظرية أحدث إضافة لنظريات الاتصال، ويعبر مصطلح " المشاركة الديمقراطية" عن معنى التحرر من وهم النظام البرلماني الديمقراطي في المجتمعات الغربية الذي أصبح يسيطر على ساحة الإعلام متجاهلا الأقليات والقوى الضعيفة في المجتمع.

وتركز هذه النظرية على حق المواطن في استخدام وسائل الاتصال من أجل التفاعل والمشاركة على نطاق صغير في منطقته ومجتمعه وهي بذلك ترفض المركزية أو سيطرة الحكومة على الإعلام ولكنها تشجع التعددية والمحلية والتفاعل بين المرسل والمستقبل والاتصال الأفقي الذي يشمل كل مسؤوليات.

2— نماذج الاتصال:

توجد العديد من التصنيفات لنماذج الاتصال التي يتم اعتمادها من طرف رواد التخصص، لكن أشهرها:

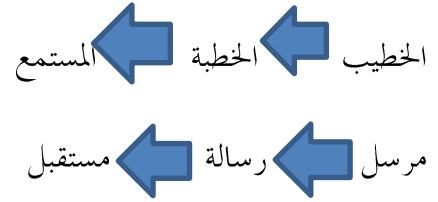
1— النموذج الخطي: أحادي الاتجاه Linear model وهو الذي سنركز عليه في هذه المحاضرة

2_ النموذج التبادلي: ثنائي الاتجاه interactive dual model وفيه يقوم كل من الطرفين بإرسال واستقبال الرسائل في نفس الوقت.

3_ نموذج الاتصال التفاعلي interactive model: يشمل كافة عناصر الاتصال الفاعلة كبيئة الاتصال ورجع الصدى وما جاء بعده من سلوك وتصرفات.

أهم النماذج الخطبية (أحادية الاتجاه):

نموذج أرسطو: كان الاتصال يعرف لدى الإغريق بالبلاغة وهي الاتصال الشفهي الذي كان سائدا في المدن اليونانية القديمة. ويعرف أرسطو البلاغة في كتابه (فن البلاغة): هي البحث عن جميع وسائل الإعلام المتاحة. لكن نموذج أرسطو كان يفتقد لعناصر لم تكن موجودة آنذاك.



نموذج ابن خلدون: يشبه النموذج السابق غير أن ابن خلدون يرى أنه لا بد من مناقشة الرسالة من طرف المستقبل للتأكد من صحتها وأمانة مرسلها وصدقه.



نموذج روس:



نموذج "شانون" و"ويفر" 1949: ويعرف أيضا بالنظرية الرياضية للاتصال، حسب هذا النموذج مصدر المعلومات ينقل رسالة عبر جهاز إرسال يحمل إشارة (رموز)، يحدث تشويش في المعاني أو تشويش تقني يؤدي لتحريف المعنى وعدم فهم المتلقي جهاز الاستقبال (الهدف).

مصدر المعلومات ← جهاز الإرسال ← التشويش ← جهاز استقبال (الهدف).

نموذج هارولد لاسويل: هو عالم سياسة أمريكي وضع نموذجه في 1948 على الشكل التالي:

من؟ (المرسل) ← ماذا؟ (الرسالة) ← كيف؟ (القناة) ← لمن؟ (المتلقي)

← بأي أثر؟ (التأثير).

نموذج برادوك:

تحت أية ظروف ← من أجل أية أغراض ← بأي تأثير

نموذج جورج جريرز:

شخص ما ← يدرك حدث ما ← يستجيب له في حالة ما ← عبر وسائل معينة

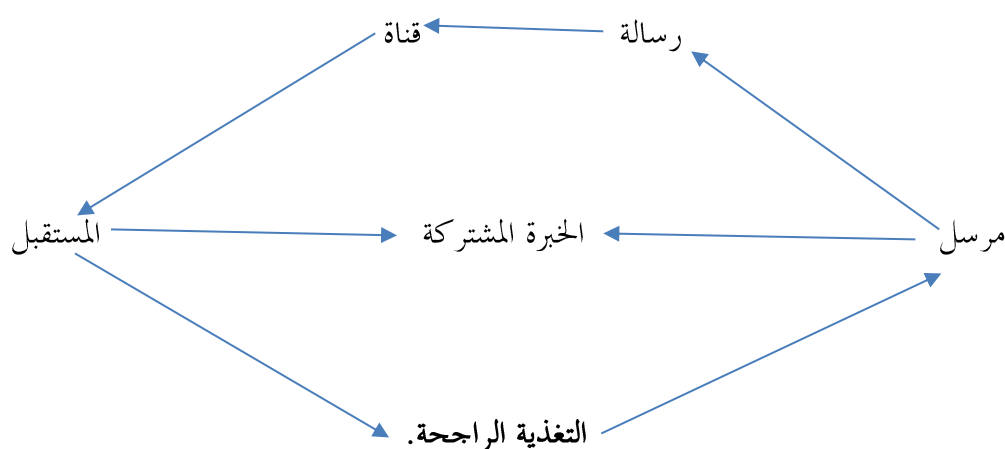
← يصيغ مادة متاحة بشكل ما وسياق ما ← ينتقل محتوى ما له نتائج.

نموذج دافيد بيرلو: 1960 حسب هذا النموذج المعاني موجودة في الناس وليس في الكلمات أي أن تفسير الرسالة يرتكز على المرسل والمستقبل وما تعنيه الكلمات لهما أكثر من اعتمادها على عناصر الرسالة نفسها.

المرسل ← الرسالة ← الوسيلة ← المستقبل

أهم النماذج الدائرية:

نموذج شرام: يعد نموذج ويلبر شرام (Wilbur Schramm) من النماذج الاتصالية التفاعلية، حيث ركّز على أن عملية الاتصال ليست خطية بل تفاعلية ودائرية، أي أن المرسل والمستقبل يتبادلان الأدوار أثناء عملية الاتصال، كما شدّد على أهمية الخبرة المشتركة بين الطرفين لضمان نجاح الاتصال.



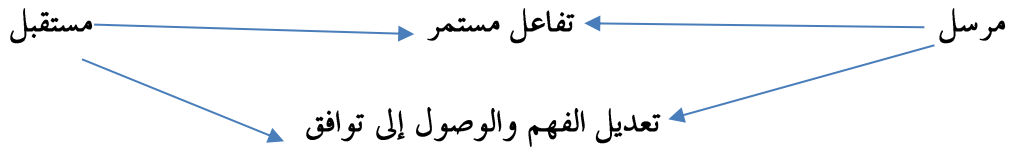
نموذج رودجرز وكنكيد (Rogers & Kincaid's Convergence Model)

هو أحد النماذج الاتصالية التي تعكس عملية الاتصال كمسار ديناميكي وتفاعلي بدلاً من كونه مجرد إرسال واستقبال معلومات، يتميز هذا النموذج بمنظوره القائم على التقارب (Convergence) حيث يركز على كيفية تقارب فهم الأفراد لبعضهم البعض من خلال التفاعل والتفاوض المستمر للمعاني، وتكمن أهمية هذا النموذج في أنه:

- مناسب لفهم الاتصال في المنظمات والمجتمعات حيث تتطور المعاني والمفاهيم تدريجياً.
- يستخدم في دراسات التواصل بين الثقافات حيث يُنظر إلى الاتصال على أنه عملية تفاوضية للوصول إلى فهم مشترك.

يُطبق في تحليل وسائل الإعلام والتواصل الرقمي حيث يتفاعل المستخدمون لتشكيل تصورات متقاربة حول القضايا المختلفة.

يُعد نموذج رودجرز وكنكيد تطوراً مهماً في نظريات الاتصال، إذ يركز على طبيعة الاتصال باعتباره عملية تفاعلية مستمرة بدلاً من كونه مجرد نقل للمعلومات. لذا فهو أكثر واقعية في دراسة التفاعل البشري، خاصة في البيئات الثقافية المتنوعة والمعقدة.



نموذج ويستلي وماكلين (Westley & Maclean's Model of Communication)

يُعد نموذج ويستلي وماكلين (1957) من النماذج الاتصالية المتقدمة التي حاولت تفسير الاتصال الجماهيري والشخصي بطريقة أكثر تعقيداً من النماذج التقليدية، يتميز هذا النموذج بتركيزه على الدور التفاعلي للتغذية الراجعة وأهمية الوسيط الاتصالي في العملية الاتصالية مما يجعله مناسباً لتحليل الاتصال في وسائل الإعلام، أهم الفرضيات التي يقوم عليها النموذج:

- 1- الرسائل لا تُرسل بشكل مباشر فقط، بل تمر عبر وسطاء (مثل الصحفيين، القادة، المؤسسات الإعلامية).
- 2- الاتصال لا يبدأ بالمرسل فقط، بل يتأثر بالمحفزات البيئية الخارجية.
- 3- التفاعل الاتصالي يعتمد على التغذية الراجعة (Feedback) والتعديلات المستمرة للرسائل.
- 4- الاتصال يمكن أن يكون شخصياً أو جماهيرياً، ويشمل تأثيراً متبادلاً بين الأطراف.

ويتكوّن النموذج من عدّة عناصر تتفاعل فيما بينها كالتالي:

1- يحدث حدث معين أو محفز خارجي (X)

2- يقوم فرد (A) بملاحظة هذا الحدث والتفاعل معه.

3- قد يختار الفرد توصيله إلى وسيط (C)، مثل مؤسسة إعلامية أو صحفي.

4- الوسيط يعيد صياغة الرسالة ويحدد كيفية نشرها للجمهور (B)

5- يستقبل الجمهور الرسالة ويقدم تغذية راجعة تؤثر على المصدر أو الوسيط.

يُعد نموذج ويستلي وماكلين من أكثر النماذج الواقعية لفهم الاتصال في العصر الحديث خاصة في سياق الإعلام والصحافة، فهو يبرز دور الوسيط في تشكيل الرسائل وتوجيهها مما يساعد في تحليل كيفية تصنيع الأخبار والتأثير الإعلامي والتفاعل الجماهيري.

مقارنة بين مجموعة من النماذج الاتصالية:

المعيار	شانون وويفر	رودجرز وكنكيد	ويستلي وماكلين
طبيعة الاتصال	خطي (ارسال-استقبال)	تفاعلي ومتدرج	متفاعل عبر الوسيط
دور المتلقي	سلبى	نشط ومتفاعل	متأثر بالوسيط
وجود الوسيط	غير موجود	غير مباشر	أساسي
تأثير البيئة	محدود	أساسي	محوري

— نماذج الاتصال (حسب الاختصاصات العلمية):

— النموذج الهندسي (التقني): أو النموذج الميكانيكي ويهتم بكيفية إرسال الإشارات من المرسل نحو المتلقي (في اتجاه واحد) ويشير للمشاكل التي قد تصاحب عملية الإرسال للإشارات أو ما يعرف ب (المنظومة الهندسية) للعالمين "شانون" و "ويفر".

— النموذج الألسني (اللغوي): يركز على مضمون الاتصال أي الرسالة وكيفية صياغتها والمعاني التي تحملها، كما يركز على دور اللغة كوسيط أساسي لنقل المعاني فهو يوضح كيف أن اللغة ليست مجرد أداة لنقل

المعلومات بل هي نظام معقد يؤثر على إدراكنا للعالم، ومن رواد هذا النموذج: بلوم فيلد Fild ، دو سوسير De Saussure، رومان جاكوبسون Jakobson

— النموذج النفسي الاجتماعي: يدرس الاتصال في خضم الميكانيزمات النفسية (المرسل / المتلقي) وكذا البنية الاجتماعية والثقافية التي تصاحب عملية الاتصال والتي تختلف من موقف اتصالي لآخر ومن مجتمع لآخر. يرى هذا النموذج أن الاتصال ليس مجرد إرسال واستقبال للمعلومات، بل هو عملية معقدة تتأثر بالإدراك والمعتقدات والعواطف والهوية الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي.

14 محاضرة

معوّقات (صعوبات) الاتصال.

- من جملة الحواجز التي تحد من فاعلية الاتصال ما يلي:
- الاختلاف في خلفية المشاركين ضمن عملية الاتصال.
- توقيت عرض أو تقديم الرسالة.
- الاختلاف في مستويات التعليم (بين المرسل والمتلقي).
- الاختلاف في درجة الاهتمام بالرسالة.
- الاختلاف في مستوى الذكاء (بين المرسل والمرسل إليه).
- الاختلاف في مستويات اللغة والمصطلحات (الرصيد المعرفي والعلمي).
- الاختلاف في بعض المتغيرات (العمر — الجنس — الطبقة).
- قلة المهارة الاتصالية لدى المتصل أو المتلقي.
- قلة رجوع الصدى والتفاعل أو انعدامهما.
- التظاهر بفهم المعلومات.
- سوء العلاقات وفقدان الثقة بين بعض المستويات المشتركة في الاتصال.
- الإفراط في استخدام الاتصال قد يكون عبئا كبيرا على المستقبل.
- اختلاف البيئة والثقافة والعادات والتقاليد والتخصّصات.
- عدم مراعاة العوامل النفسية لدى المشتركين في عملية الاتصال.

وفيما يلي نعرض لمجموعة من العوامل المتعلقة بكل عنصر من عناصر العملية الاتصالية:

1 عوامل متعلّقة بالمرسل:

— الحالة النفسية للمرسل حيال المتلقي (الموقف attitude).

— تعالي أو تكبر المرسل على المتلقي (غياب التواضع).

— عدم مخاطبة المتلقي بلغته.

— عدم الفصاحة في الكلام.

— إخفاء النوايا.

— غياب الصراحة بين المرسل والمتلقي.

2 عوامل متعلقة بالرسالة:

— تشويش المعنى الناتج عن استخدام عبارات وكلمات لها أكثر من معنى (التشويش الدلالي: قد تكون

الرسالة واضحة صوتيا بشكل منطوق ولكن غير مفهومة ضمنيا في مدلولاتها).

— الحشو الزائد للمعلومات يؤدي إلى تشتيت فكر المتلقي (الحشو والتطويل).

— نقص المعلومات الواردة في الرسالة (ترك فراغات، لعة مرمزة أو مشفرة).

— عدم إرسال الرسالة في الوقت المناسب (تجاهل المتلقي).

مثال 1: قد يطلب المتلقي معلومات لكن المرسل يتماطل في إرسالها.

مثال 2: رسالة تصل متأخرة يطلب فيها المرسل منك الحضور غدا على الساعة 10 صباحا.

— عدم وجود ترابط منطقي في الرسالة (تشويش في الأفكار).

— الفكرة الرئيسية صعبة الفهم.

— الرقابة على المحتوى من قبل المرسل اي الغرلة gate keeping

— صعوبة التحقق من صحة الفكرة.

3— عوائق متعلقة بالمتلقي:

— تعالي المتلقي على المرسل.

— الحالة النفسية للمتلقي.

— الفهم الخاطئ للمعاني.

— التحيز وعدم الموضوعية في النظرة للأمور.

— الشك في المرسل.

4— عوائق متعلقة بالوسيلة:

— تشويش مادي يعيق الرسالة (التشويش الميكانيكي) مثال: تعطل المذياع — تشويش الصورة التلفزيونية —

انقطاع الكهرباء....

— لا تبث الوسيلة الرسائل التي لا تتماشى وسياستها المسطرة (كل مؤسسة إعلامية لديها سياسة إخبارية

خاصة بها وتعرف بالخط الافتتاحي، تجعلها تنطرق لأحداث وقضايا دون غيرها. وهذه السياسة يرسمها مالك

المؤسسة ويسهر على تنفيذ خطواتها المحررون.

5— عوائق متعلقة بمرجع الصدى:

المرسل + المتلقي = رجوع الصدى.

قد يكون رجوع الصدى (التفاعل) سلبيا اي إجابة عكسية لما ينتظر المرسل.

6_ عوائق خارجية:

— نقص الإضاءة.

— انقطاع الكهرباء.

— انعدام التدفئة والمكيفات.

— انعدام مكبر صوت.

— ضيق الفضاء.

محاضرة 15

عوامل نجاح العملية الاتصالية

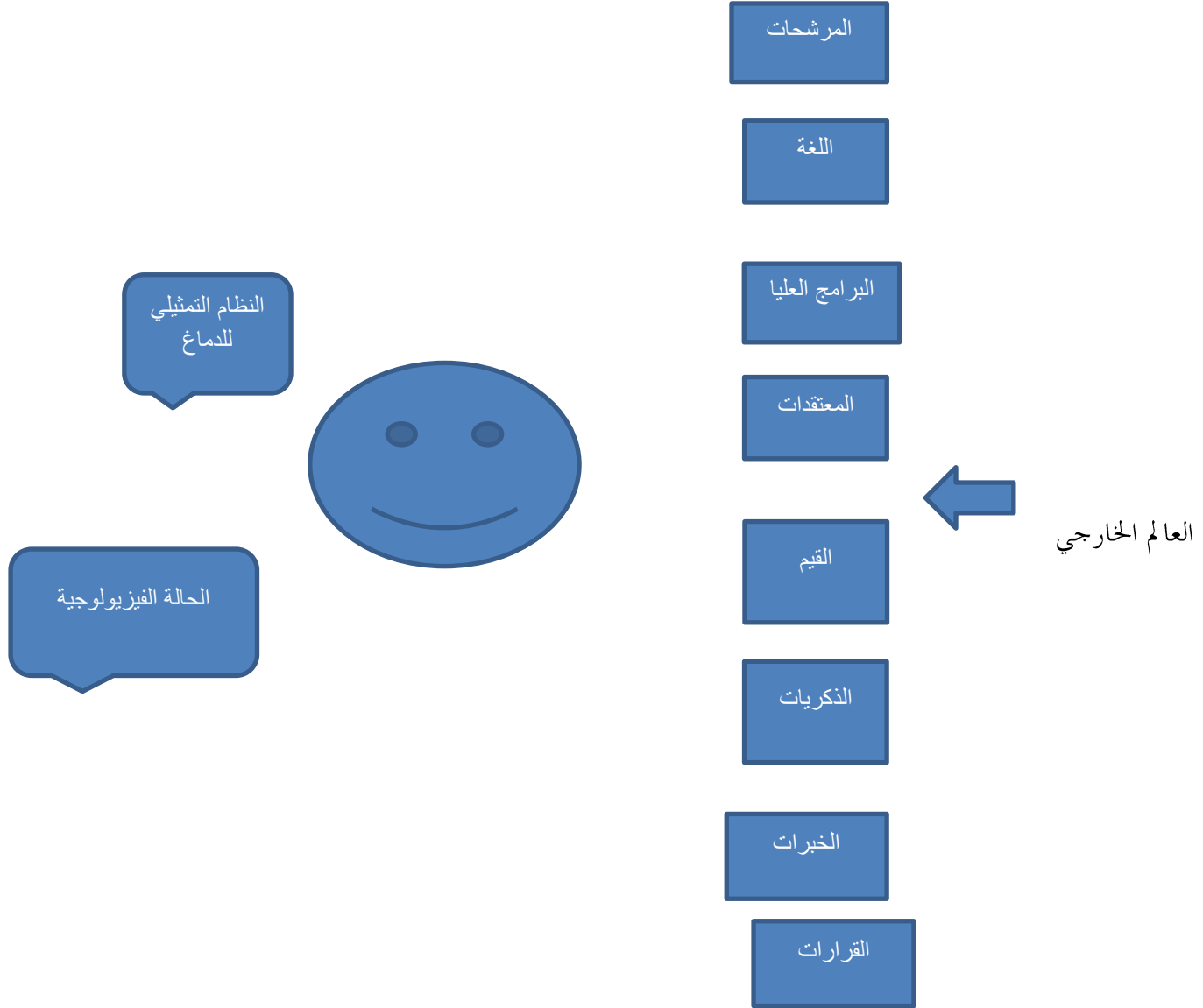
مقومات الاتصال الناجح:

يقول علي بن أبي طالب: " حدث الناس بما يعرفون، أتريدون أن يكذب الله ورسوله؟ " من هنا نفهم أن الناس يختلفون في فهم المقصود من الحديث (كل حسب خريطته الذهنية). لكن ما المقصود بالخريطة الذهنية؟ في الخريطة الجغرافية نجد مناطق الخالية تماما من المباني وأخرى مناطق مخططة لكن غير مأهولة بالسكان وأخرى مكتظة بالمباني والسكان، وفي أذهاننا أيضا نملك تفاصيل دقيقة من موضوع ما وأقل دقة حول موضوع آخر، إذن نحن نرسم خرائطنا الذهنية للواقع فهل هذه الخرائط جيدة؟ هل هي واضحة المعالم؟ هل تجعل حصولنا على ما نريد سهلا أو صعبا؟

يستجيب الناس لبعضهم البعض أثناء اتصالم حسب خرائطهم الذهنية، والخريطة الذهنية هنا ليست الواقع وفي هذا الموضوع يقول "الدوس هكسلي" في كتابه (أبواب الإدراك): "كل شخص يعتبر ضحية للتقليد اللغوي الذي ولد من خلاله، واللغة لها صلتها بتجارب الآخرين"، إذن عندما تتصل مع الآخرين (من خلال محاضرة مثلا) كل شخص من المستمعين لك له مرشحات من الذكريات والمعتقدات والمشاعر والآراء الخاصة به تجاه ما تقدمه له، أي أن كل شخص لديه خريطة مختلفة ويفسر رسالتك بأسلوب مختلف عن الآخرين وهذا يتطلب انسجاما بين الكلمات التي تقولها والطريقة التي تقولها بها ولذلك يجب أن تحرص على تقديم رسالة يستوعبها الآخرون بالطريقة التي تريدها.

إن فرصتك للنجاح في إيصال رسالتك تقوم على مدى اهتمامك بتأثيرها في الآخرين وفقا لاختلاف مفاهيمهم لذلك فإن مخاطبة شخص واحد أهون وأسهل من مخاطبة عدة أشخاص.

عند الاتصال يجب الاهتمام بمشاعر وأفكار ومعتقدات وقيم الشخص الآخر، إن معظم حالات الإخفاق في الاتصال لا تحدث نتيجة للخطأ في تقديرنا لتأثيره في الآخرين بل نتيجة لعدم اهتمامنا بهذا التأثير في المقام الأول.



من خلال هذا الرسم التخطيطي يمكن فهم عملية الاتصال بين شخصين فالمتلقي للرسالة له مرشحات خاصة به تختلف عن غيره وهذه المرشحات هي برمجته العقلية ومعتقداته وقيمه وذكرياته وخبراته وكلها تؤثر على طريقة فهمه للرسالة.

كما أن لكل مستقبل نظام تمثيلي خاص به وأيضا حالة فيزيولوجية جسمية تؤثر في فهمه للرسالة فالإنسان مثلا في حالة الغضب يختلف في تفسيره للرسالة عن حالة الفرح مثلا. إذن الاتصال الناجح يأخذ في عين الحسبان المتلقي للرسالة ومرشحاته الذهنية ونظامه التمثيلي العقلي وأيضا حالته الفيزيولوجية فهي كلها عوامل تؤثر على نجاح أو إخفاق عملية الاتصال.

عوامل نجاح العملية الاتصالية:

نجاح العملية الاتصالية يعتمد على عدة عوامل تتعلق بأطرافها الأربعة: المرسل، المتلقي، الرسالة، والوسيلة .
وفيما يلي تفصيل لهذه العوامل:

عوامل خاصة بالمرسل:

- القدرة على الإرسال الفعال: تشمل وضوح الصوت أو الكتابة، واستخدام لغة مناسبة للجمهور المستهدف.
- المصداقية والثوقية: كلما زادت ثقة الجمهور في المرسل، زادت احتمالية استجابتهم للرسالة.
- الإلمام بالموضوع: يجب أن يمتلك المرسل معرفة عميقة ودقيقة بما ينقل.
- المهارات الاتصالية: مثل القدرة على الإقناع، وضبط لغة الجسد، والتفاعل مع ردود فعل المتلقي.
- القدرة على التكيف: تعديل الأسلوب بناءً على طبيعة الجمهور وسياق الاتصال.

عوامل خاصة بالمتلقي:

- الاستعداد لتلقي الرسالة: يشمل الدافعية، والاهتمام بالموضوع.
- الإدراك والفهم: قدرة المتلقي على استيعاب المحتوى تعتمد على مستواه التعليمي والثقافي.
- الخبرات والتجارب السابقة: تساهم في تشكيل تفسيره للرسالة.
- الاتجاهات والمعتقدات: قد تؤثر في كيفية استقبال وتأويل الرسالة.

- التغذية الراجعة (Feedback): تفاعل المتلقي مع الرسالة يمكن أن يساعد في تحسين الاتصال.

عوامل خاصة بالرسالة:

- الوضوح والدقة: يجب أن تكون الرسالة غير غامضة، ومباشرة قدر الإمكان.
- الإيجاز والتركيز: تجنب الحشو والإطالة غير الضرورية.
- الملاءمة: يجب أن تتناسب مع حاجات الجمهور وظروفه.
- الأسلوب الجذاب: استخدام عناصر بصرية أو لغوية مثيرة للاهتمام لجذب انتباه المتلقي.
- توقيت الإرسال: اختيار التوقيت المناسب يمكن أن يؤثر في تقبل الرسالة.

عوامل خاصة بالوسيلة:

- الملاءمة لطبيعة الرسالة والجمهور: يجب اختيار وسيلة تتناسب مع المحتوى والجمهور المستهدف (مسموعة، مرئية، رقمية...).
- مدى انتشارها وسهولة الوصول إليها: توافر الوسيلة وسهولة استخدامها يحدد فاعلية الاتصال.
- جودة الوسيلة: كلما كانت الوسيلة عالية الجودة (صوت نقي، صورة واضحة، نص جيد التنسيق)، زادت فعالية الرسالة.
- سرعة النقل والتفاعل: بعض الوسائل توفر تفاعلاً لحظياً (كالاتصالات المباشرة أو وسائل التواصل الاجتماعي)، بينما تحتاج أخرى لوقت أطول (كالرسائل البريدية).

عوامل عامة:

- ينبغي أن يكون الاتصال عبارة عن نظام سليم مباشر قصير ومحدود.
- أن يكون موضوع الاتصال واضحاً عند مستوى فهم كل فرد ودقيقاً.
- أن تكون كمية المعلومات بالقدر المناسب.
- أن يتم الاتصال في الوقت المناسب حتى يمكن اتخاذ القرارات والاجراءات المناسبة.

- اختيار الوسيلة والأسلوب المناسبين للاتصال.
- أن يتم التأكد من إحداث الاتصال لأثره.

خلاصة

نجاح العملية الاتصالية يتطلب تكامل هذه العوامل، حيث يجب أن يكون المرسل كفؤاً، والمتلقي مستعداً، والرسالة واضحة، والوسيلة مناسبة.

خاتمة

يعدّ الاتصال عملية أساسية في حياة الأفراد والمجتمعات فهو يتيح تبادل المعلومات والأفكار والمشاعر، مما يسهم في بناء العلاقات وتعزيز التفاهم بين البشر. ومن خلال دراسة أطراف الاتصال يتضح أن نجاح العملية الاتصالية يعتمد على التفاعل الفعّال بين المرسل والمتلقي عبر رسالة واضحة ووسيلة مناسبة. كما أن نماذج الاتصال المختلفة تساعد في تفسير ديناميكيات هذه العملية بدءاً من النماذج الخطية إلى التفاعلية والمتكاملة. وتتنوع أنواع الاتصال بين اللفظي وغير اللفظي، المباشر وغير المباشر، الرسمي وغير الرسمي، مما يعكس ثراء العملية الاتصالية وتعدد سياقاتها. إلا أن الاتصال لا يخلو من معيقات التي قد تكون لغوية، نفسية، اجتماعية، أو تقنية مما يتطلب البحث عن حلول لتجاوزها. من ناحية أخرى، فإن تحقيق اتصال ناجح يتطلب مراعاة عوامل أساسية كوضوح الرسالة، مصداقية المرسل، جاهزية المتلقي واختيار الوسيلة الأنسب. في النهاية، يبقى الاتصال مفتاحاً جوهرياً لتقدم المجتمعات وتطورها إذ يسهم في نشر المعرفة وحل التراعات وتعزيز التعاون مما يستدعي الاهتمام بتحسين مهارات الاتصال وتعزيز الوعي بأهميته في مختلف المجالات.

المراجع

كتب ورقية:

- محمد محمد البادي: سيكولوجيا الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة، دون دار نشر، 2013.
- إبراهيم إمام: الإعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الأنجلو المصرية القاهرة، 1969.
- سناء محمد سليمان: سيكولوجيا الاتصال الإنساني ومهاراته، الطبعة الأولى، عالم الكتب القاهرة، 2014.
- عدلي عاطف: الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي القاهرة، 1993.
- محمد جودت ناصر: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دار المجدلأوي للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 1998.

مقالات:

- طلال ناظم الزهيري: قراءة مفاهيمية للإعلام الجديد وفقا لنموذج شانون ويفر للاتصال، المحلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، مجلد 6/ العدد 1، 2023، ص 44/35.
- د. عبد الله بن مسعود الطويرقي: فنومينولوجية الاتصال الوجيهي، حوليات كلية الآداب مجلس النشر العلمي جامعة الكويت، العدد 14، 1994، ص 56/9.
- الطيب بودربالة: الثقافة الشعبية بين حضارة المشاهدة وحضارة الكتابة، مجلة معارف، العدد 16، السنة 8/ ديسمبر 2014، ص 82/57.

— دحمان خلاص: الاتصال الشخصي وأسس التواصل الأسري، مجلة الأسرة والمجتمع، المجلد 6/ العدد1، 2018، ص32/18.

— رشيدة عابد: التأليف بين الشفوية والكتابية قراءة في التصورين الغربي والعربي الإسلامي، مجلة المدونة، المجلد 8/العدد 1، 2021، ص598/577

محاضرات مطبوعة ومطبوعات بيداغوجية:

— محمد لطف الحميري: العلاقات العامة والإعلان، معهد الإعلام والاتصال جامعة الجزائر، بدون سنة.

— رائد الملا: مادة وسائل الاتصال الجماهيري، كلية التربية الأساسية، جامعة المستنصرية العراق.

— الزهرة بريك: مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال قسم الاتصال، 2023/2022.

المواقع الالكترونية

— مدونة الإعلام والاتصال، 8 مارس 2015،

<https://tedjcom.blogspot.com>

— مدونة علوم الإعلام والاتصال، 5 يوليو 2019،

<https://salah93950.blogspot.com>

— د. نزار أبو منشار: تعريف الإعلام، موقع ألوكة الالكتروني، 2014/06/18،

<https://www.alukah.net>

— الشرق الأوسط: مثلث أرسطو للإقناع، 30 أوت 2017، <https://aawsat.com>

— جامعة المستنصرية: مهارة الكتابة، <https://uomustansariyah.edu.iq>

— جامعة المستنصرية: الاتجاه التفاعلي الرمزي، <https://uomustansariyah.edu.iq>

— المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني: مهارات التعليم مهارات القراءة والكتابة،

<https://engmohannadb.github.io>

— الاتصال الجماهيري: الوظائف الخصائص الأنواع، <https://www.iedunote.com>

— العلاقات العامة: تعريف، خصائص، أهمية، أهداف، مبادئ، مهام، 16 يونيو 2021

<https://www.starshams.com>

— أجد حضر: مفهوم العلاقات العامة، موقع موضوع الالكتروني، 5 أغسطس 2019

<https://mawdoo.com>

— مقياس مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال <https://learn.univ-sba.dz>

— مقياس مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال <https://cte.univ-setif2.dz>