الفصل الرابع

الاتصال والتواصل في علم النفس الاعلامي

مفهوم الاتصال

**يمكن تعريف الاتصال بأكثر من طريقة فهو:**

**عملية نقل المعلومات من شخص لاخر، وهي العملية التي تتضمن مرسل مستقبل، رسالة، ورجع صدى مرة اخرى في بعض الاحيان.**

**تأثير عقل على عقل اخر فتحدث في عقل المتلقي خبرة مشابهة لتلك التي حدثت في عقل المرسل.**

**وهي الالية التي توجد فيها العلاقات الانسانية وتنمو عن طريق استخدام الرموز التي تصدر عن العقل.**

**كما انه التفاعل بواسطة الرموز والاشارات التي تعمل كمنبه، او مثير يثير سلوكاً عند المتلقي.**

**ويعرفه( ياغي ) بأنه: عملية نقل هادفة للمعلومات من شخص الى آخر، بغرض ايجاد نوع من التفاهم المتبادل بينهما.**

**وتعرف الجمعية الاميركية للتدريب الاتصالات بأنها: عملية تبادل الافكار والمعلومات من اجل ايجاد فهم مشترك وثقة بين العناصر الانسانية في المنظمة. وفي ضوء ما سبق يمكن تعريف الاتصالات بأنها: عملية تبادل الافكار والمعلومات من اجل ايجاد فهم مشترك وثقة بين العناصر الانسانية في المدرسة.**

**اما التواصل فهو يشير الى حدوث المشاركة بين طرفين ويعني الوصال في اقامة علاقة مع انسان اخر وغالبا ما تكون العلاقة ذات طابع تشاركي يدركها وكذلك فإن عرض جانب واحد يدعم الاتجاهات المؤيدة القائمة التي يعلن الجمهور التزامه بها.**

1. **ترتيب الرسالة الاعلامية: هناك تساؤل دائما عن بناء الرسالة بماذا يبدأ القائم بالاتصال او بماذا ينتهي وما هي العلاقة بين ترتيب الادلة والحجج المؤيدة والمتعارضة، وايهما يسبق الاخر او بشكل عام ما هو الترتيب الذي يحقق تأثيرا اكبر على آراء جمهور المتلقين وبصفة خاصة في حالة تعدد الادلة او الحجج وتباين اوزانها وكذلك في حالة تباين الاراء والحجج المؤيدة لها. وبالنسبة لترتيب الادلة حسب اوزانها هناك اتجاهان.**
2. **ترتيب الذروة: اي التدريج من الاضعف الى الاقوى الى ان تصبح اقوى الحجج واهمها في النهاية.**
3. **الترتيب النازل: الذي يبدأ بالاقوى ومن ثم يتدرج الى الاضعف بالنهاية.**

**وعلى الرغم من ان الدراسات رأت أن كلا الاتجاهين له تأثيره الا ان مبادئ نظريات علم نفس التعلم تشير الى ان تقديم الجوانب او الحجج الاكثر قوة في البداية سوف تساعد على اثارة اهتمام المتلقي بالموضوع، وخصوصا اذا لم يكن المتلقي لديه اهتمام بالموضوع بداية.**

اهداف الاتصال

**تعتبر الاتصالات اساس حياتنا اليومية فنحن نتبادل كميات ونوعيات ضخمة من البيانات والمعلومات، فمن السؤال عن الاحوال الى تبادل المشاعر ونقل الافكار واستعراض الاخبار وتناقل وجهات النظر وتوفير المعلومات والرقابة وتنبع اهمية الاتصال من خلال ما يلي:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| الوظيفة ( الفرصة) | التوجه | الاهداف |
| الانفعال ( العاطفة ) | **المشاعر** | **زيادة درجة القبول للادوار** |
| الدافعية | **التأثير** | **الالتزام بالاهداف** |
| المعلومات | **تقني** | **توفير البيانات اللازمة لاتخاذ القرارات** |
| الرقابة | **البنية** | **توضيح الواجبات والمسؤولية** |

**ويمكن توضيح هذه الاهداف من خلال النقاط التالية:**

1. **ان القدرة على انجاز الاهداف تتوقف على كفاءة الاتصالات.**
2. **ان الاتصالات تمثل جزءاً كبيراً من اعمال الافراد اليومية.**
3. **انها تفيد في نقل المعلومات والبيانات والاحصاءات والمفاهيم عبر القنوات المختلفة بما يسهم في اتخاذ القرارات وتحقيق نجاح الافراد وتطورهم.**
4. **انها ضرورة اساسية في توجيه وتغيير السلوك الفردي والجماعي.**
5. **انها تسهم في نقل المفاهيم والاراء والافكار عبر القنوات الرسمية لخلق التماسك بين مكونات المجتمع، وتوحيد جهودها بما يمكنها من تحقيق اهدافها.**
6. **وسيلة هادفة لضمان التفاعل والتبادل المشترك للقيام بالانشطة المختلفة.**
7. **وسيلة رقابية وارشادية للفرد وللمجتمع.**
8. **وسيلة لتحفيز الفرد على القيام بالادوار المطلوبة منه.**

انواع والاشكال الاتصالات

**توجد عدة اشكال للاتصال وعلى المؤسسة الاعلامية اختيار الشكل الذي يحقق ما تصبو اليه وهناك بعض الاشكال كثيرا ما تستخدم في نقل البيانات والمعلومات ومنها:**

**اولا: حسب درجة الرسمية**

**رسمية: وهي الاتصالات التي تحصل من خلال الخطوط السلطة الرسمية والمعتمدة بموجب اللوائح والقرارات المكتوبة، وقد تكون داخلية وقد تكون خارجية كما يحصل في المؤسسات والمصانع وغيرها.**

**غير رسمية: وهي التي تجري على غير خطوط السلطة وبين افراد لا علاقة تنظيمية بينهم ( وهي كجماعات الاصدقاء والمعارف والاقارب) وهي تنشأ بوسائل غير رسمية ولا تتضمنها اللوائح والاجراءات الرسمية وانما تحددها الصلات الشخصية والعلاقات الاجتماعية ( تبادل المعلومات في حفلات العشاء، الشكاوي) ويمتاز هذا النوع من الاتصالات بسرعته قياساً بالاتصالات الرسمية وقد اشارت بعض البحوث الى انه يختصر اكثر من 75% من الوقت في نقل المعلومات، ويتسم باعتماده على وسائل الاتصال الشفهية.**

**ثانيا: حسب وسيلة الاستقبال**

1. **الاتصال شفوي ( اللفظي)**

**مفهومه: وهو الذي يتم من خلال الكلام او الاصوات المختلفة، ويظهر من خلال المكالمات التليفونية، المحادثة وجها لوجه، المقابلة، المؤتمر، الاجتماع، التحدث مع الجمهور، والجلسة التدريبية.**

**ومن اهم ميزاته.**

* **وسيلة اتصال مباشرة.**
* **القرب ما بين المرسل والمستقبل.**
* **تبادل سريع للافكار.**
* **تغذية عكسية مباشرة.**
* **تسهيل عملية الاقناع.**
* **تسمح بمساهمات الحضور**
* **تأثيره 45% على المستقبل اذا رافقها انفعالات وطبقات للصوت.**

**اما عيوبه فمن اهمها:**

* **صعوبة مواجهة المعارضة.**
* **صعوبة السيطرة على العدد الكبير.**
* **ضيق الوقت لاتخاذ قرار حكيم.**
* **عدم توفر دليل مكتوب.**

1. **الاتصال غير الشفوي ( غي اللفظي)**

**وقد يكون مكتوب يعبر عنه بالكلام المكتوب المقروء كالتقارير، الرسائل، المذكرات، والمقالات.**

**ويمتاز بما يلي:**

* **توفير دليل مكتوب**
* **توضيح الافكار المبهمة**
* **القدرة على التحليل**
* **القدرة على اجراء تلخيص وتقييم.**
* **العمل على توضيح الاتصال الشفوي.**
* **تشكل اساس للاتفاقيات.**
* **تحديد المسؤولية.**
* **عدم القدرة على التحريف**

**أما عيوبه فمن أبرزها:**

* **تاخذ وقتا لانتاجها.**
* **يمكن ان تكون مكلفة.**
* **طابعها رسمي**
* **يصعب تعديلها بعد ارسالها.**
* **لا تسمح بتبادل الافكار بسرعة.**

**كما قد يكون الاتصال غير الشفوي بصريا: وهو الذي يعبر عنه بأشكال وصور ورموز وتعبيرات مختلفة، ومن امثلته: صور وافلام وسلايدات، خرائط، رسومات بيانية، جداول، اتصالات غير لفظية، تعابير الوجه، وحركات الجسم وطريقة الجلوس.**

**ويمتاز الاتصال البصري بما يلي:**

* **التأكيد على الاتصال الشفوي.**
* **تشجع على النظر.**
* **تبسط الرسائل المكتوبة والشفوية.**
* **العرض السهل والواضح خاصة للارقام.**
* **توفر دليل بصري مرسوم**
* **تأثيرها على المستقبل 55%.**

**اما عيوبه فمن ابرزها:**

* **تصعب تفسيرها بدون كلام او كتابة.**
* **تتطلب مهارة خاصة لفهمها واستيعابها.**
* **تأخذ وقتا طويلا لانتاجها.**
* **مكلفة.**

**ثالثاً: حسب شكل الاتجاه**

**ويمكن ان يظهر من خلال الاتجاهات التالية:**

1. **افقي: وهو الذي يحصل بين اثنين او اكثر من الافراد على نفس المستوى. وهي الاتصالات الجانبية التي تتم بين الافراد او الجماعات في المستويات المتقابلة ( مثل اتصال المدرسين ببعضهم البعض) ويعزز هذا النوع من الاتصالات العلاقات التعاونية بين المستويات المختلفة خصوصاً اذا ما ركز على تنسيق العمل وتبادل المعلومات، وحل المشكلات والاقلال من حدة الصراعات والاحتكاكات، ودعم صلات التعاون بين العاملين.**
2. **رأسي صاعد: وهي الاتصالات الصادرة من المرؤوسين الى الرؤساء، وتضم نتائج تنفيذ الخطط وشرح المعوقات والصعوبات في التنفيذ والملاحظات والاراء، ولا تحقق هذه الاتصالات الاهداف المطلوبة الا اذا شعر المرؤوسين بوجود درجة معينة من الثقة بينهم وبين الرئيس المباشر واستعداده الدائم لاستيعاب المقترحات والاراء الهادفة الى التطوير، وتعزز هذه الاتصالات عن طريق سياسة الباب المفتوح من قبل الرئيس وعن طريق صناديق المقترحات وغيرها.**
3. **رأسي نازل: وهي الاتصالات التي تتدفق من اعلى التنظيم الى اسفل ( من الرئيس الى المرؤوسين) وتهدف الى نقل الاوامر والتعليمات والتوجيهات والقرارات وتتم عادة بالعديد من الصيغ المألوفة في الاتصال، مثل المذكرات والتعاميم، المنشورات، واللقاءات الجماعية، وغالباً ما تكون التغذية العكسية في هذا النوع من الاتصالات منخفضة.**

**رابعاً: حسب جهة الاتصال**

1. **جماهيري: هو عملية اتصال تقوم بها هيئات او افراد بهدف الوصول الى عدد كبير جدا من الناس باستخدم وسيط مادي مستخدمة ما يعرف بوسائل الاتصال الجماهيري او ( وسائل الاعلام) وقد تزايدت وسائل الاتصال الجماهيري مع تقدم الزمن فقد ظهر كل من الجرائد، الاذاعة، التلفاز، الانترنت، السينما والشرائط بأنواعها والمجلات، ووسائل اخرى اعلامية.**

**ويهدف الاتصال الجماهيري نقل محتوى الرسالة الاعلامية من خلال الاجابة على عدة انواع من الاسئلة وهي : ماذا؟ للاعلام، كيف؟ للتحليل، لماذا؟ للنقد، واين وكيف ومتى متنوعات من اجل الدعاية والترفيه. كما يهدف الاعلام الجماهيري الى:**

1. **الوصول الى جميع قطاعات المجتمع، والتواصل والتأثير فيها وصولا الى تكاملها.**
2. **توحيد مشاعرها، عبر مشاركة ايجابية قطرياً، قومياً واللغة هي الوحيدة المكونة الى هذا، وهي الحلقة الاساسية في سلسلة الحلقات في وسائل الاتصال.**

**ويؤثر على الاتصال الجماهيري عدة عوامل منها: ثورة المعلومات وثورة الاتصالات والاتصال والدعاية.**

1. **غير جماهيري: حيث يكون موجهاً للفرد نفسه ذاتياً، او لشخص واحد بعينه او لعدة اشخاص محددين. ( اي جمعي) ويمكن ان يتضمن الحديث، الاشارات والاتصالات الهاتفية، الرسائل البريدية، بعض استخدامات الانترنت، والوسائط المتعددة التفاعلية.**