

ملخص محاضرات في مقياس:
مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال
السنة الثانية علوم الإعلام والاتصال
السنة الجامعية: 2023/2022

أولاً: مفاهيم عامة

- 1- تعريف الاتصال
- 2- تعريف الإعلام
- 3- الفرق بين الإعلام والاتصال.
- 4- المفاهيم المشابهة للإعلام والاتصال: الدعاية - الإشاعة - الإعلان..
- 5- عناصر عملية الاتصال.
- 6- أنواع الاتصال:

.....

تمهيد: سمي هذا العصر بـ "عصر الاتصال" وهذا راجع للتطور التكنولوجي الكبير وخاصة في منتصف القرن العشرين، وكما قيل قديماً الإنسان اجتماعي بطبعه فيمكن أن ننسج على منواله ونقول: الإنسان اتصالي بطبعه. كيف لا؟ ونجاح الفرد في حياته متوقف على نجاحه في الاتصال مع خالقه أولاً ثم مع ذاته ومع الآخرين.

1- مفهوم الاتصال:

الاتصال لغة:

كلمة اتصال مشتقة من مصدر الفعل (وصل) الذي يحمل معنى : الربط بين شخصين وذلك عكس الانفصال والقطع والبعد. والربط يعني إيجاد علاقة من نوع معين تربط الطرفين ووصل الشيء بالشيء أنهاء إياه وأبلغه إياه.

وعليه فكلمة اتصال مشتقة - لغويا- من كلمة تواصل، والتواصل في اللغة من الوصل، وهو يعني ربط شيء بشيء آخر ويعني أيضا أن الشخص قد ربط ما عنده بما عند الآخر، ولتحقق ذلك لابد أن يكون لدى فردين شيء واحد من الفكر أو الإحساس، وأن تكون هناك لغة مشتركة بينهما.

ملحوظة: مصطلح (communication) مشتق من الكلمة اللاتينية (communis) بمعنى مشترك أو شائع.

تعريف الاتصال في الاصطلاح:

تعددت تعريفات مفهوم الاتصال بين الباحثين والمفكرين؛ نظرا لتعدد المدارس الفكرية والعلمية والمجالات وأيضا نظرا لأن الاتصال كعلم يتداخل مع كثير من العلوم. ومن بين هذه التعريفات:

- يعرف الاتصال بأنه العملية التي بها يتفاعل المرسلون والمستقبلون للرسائل في سياقات اجتماعية معينة، فهو ان تستمع إلى غيرك وتفهمه، وذلك لكي يفهمك بشكل أفضل، فهو عملية تبادل بين طرفين ولكل طرف شيء ما يقدمه للآخر.

- كلمة اتصال وفقا لجورج لندبرج (George Lundberg) تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز، وتكون الرموز عبارة عن حركات أو صور أو لغة أو أي شيء آخر تعمل كمنبه للسلوك، أي أن الاتصال هو نوع من التفاعل الذي يحدث بواسطة الرموز.

- الاتصال هو عملية نقل وتبادل للمعلومات والأفكار والإرشادات والمهارات والميول والقيم من فرد إلى آخر، أو من فرد إلى حيوان أو من فرد إلى آلة أو من مجموعة من الأفراد إلى مجموعة أخرى أو من آلة إلى آلة أخرى، وذلك عن طريق وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال، بهدف توجيه أو تعديل أو تغيير سلوك الآخرين نحو الاتجاهات المرغوبة.

مفاهيم مشابهة للاتصال:

مفهوم الاعلام

✓ تعريف الاعلام:

هو القيام بالإرسال أو الإخبار، كما هو بث وإعطاء وتبادل للمعلومات سواء كانت مسموعة أو مرئية بالكلمات والجل أو بالإشارات والصور والرموز.
عرفه عبد اللطيف حمزة: "الإعلام هو تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة".

✓ خصائص الاعلام:

1- الإعلام نشاط اتصالي، مقوماته هي: مصدر المعلومات، الرسالة الإعلامية، الوسائل الإعلامية التي تنقل الرسائل، جمهور المتلقين والمستقبلين للرسالة الاعلامية والأثر الاعلامي.

2- يتسم الإعلام بالصدق، الدقة والصراحة وعرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة .

3- يستهدف الإعلام الشرح والتبسيط والتوضيح للحقائق والوقائع.

4- تزداد أهمية الإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيدا، وتقدمت المدنية وارتفع المستوى التعليمي والثقافي والفكري لأفراد المجتمع.

✓ أهداف الاعلام:

1- توفير المعلومات عن الظروف المحيطة بالناس أي الأخبار.

2- نقل التراث الثقافي من جيل إلى جيل والمساعدة على تنشئة الجيل (الثقيف، التعليم، التربية).

3- الترفيه عن الجماهير وتخفيف أعباء الحياة عنهم.

4- مساعدة النظام الاجتماعي وذلك بتحقيق الاجتماع والاتفاق بين أفراد الشعب والأمة الواحدة.

✓ وظائف الاعلام:

للإعلام 5 وظائف:

1/ التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات: كلما كانت المادة الاعلامية ملائمة للجمهور لغة ومحتوى كلما كان التأثير كبير.

2/ زيادة الثقافة والمعلومات: من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام من أفكار، معلومات، صور، آراء (ثقيف عفوي) / حلقات الإرشاد والتوجيه عبر وسائل الاعلام مثلا للفلاحين (ثقيف مخطط).

3/ الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية: الاتصال الاجتماعي هو الاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم مع بعض، وسائل الإعلام تتولى تعميق الصلات

الاجتماعية وتنميتها مثلا: صفحات التهاني، الوفيات، الزواج، تعريف الجمهور بالشخصيات السياسية البارزة، الفنية، الأدبية..

4/ الترفيه عن الجمهور وتسليته: ملء أوقات الفراغ عند الجمهور بما هو مسل، ويمكن أيضا توجيه الجمهور بأسلوب الترفيه عبر وسائل الاعلام المختلفة.

5/ الإعلان والدعاية: الإعلان عن السلع والخدمات الجديدة، وجود وظائف شاغرة أو موظفين مستعدين للعمل، إجراء مناقصة... التعريف بما هو جديد وتقديمه للجمهور وعرض فوائده، أسعاره وحسناته بشكل عام.

✓ الفرق بين الاعلام والاتصال:

الاتصال	الاعلام
1/ الاتصال واسع وشامل 2/ الاتصال ثنائي الاتجاه: فالاتصال لا يعني مجرد توجيه رسالة بل لابد أن يتلقى المرسل ردا فوريا أو مؤجلا على الرسالة 3/ الغرض من الاتصال هو تحقيق التفاعل أو ما يسمى برفع الصدى يمكن للمستقبل أن يصبح مرسلا في العملية الاتصالية	1/ هو جزء من العملية الاتصالية 2/ هو أحادي الاتجاه: فالإعلام يعبر عن انتقال المعلومات وفق اتجاه واحد أي من المرسل للمتلقي 3/ الغرض من الإعلام نشر المعلومات في صيغة مناسبة، إبلاغها للمتلقي

مفهوم الدعاية

✓ تعريف الدعاية:

ارتبطت الدعاية في أذهان الناس بالكذب والخداع وتزييف الحقائق، وقد عرفها لينين بأنها: "الاستخدام العقلاني لحجج الفلسفة والتاريخ والعلم، بغرض التأثير على القلة المتعلمة"، وعلى ذلك فاستخدام الدعاية بالنسبة للعقائدي الشيوعي هو استخدام مرغوب فيه بل ويعبر عن معاني الصدق والأمانة في الدعوة.

كما عرفها معهد الدعاية الأمريكي عام 1937 "الدعاية الاعلامية تعبير عن رأي أو فعل يقوم بإعداده بصورة متعمدة وواعية، أفراد أو مجموعة من الناس بقصد التأثير على آراء وأفعال أفراد أو مجموعات أخرى لأغراض وأهداف تم تحديدها مسبقاً". من جهة أخرى ينظر إلى الدعاية والإعلام على أنهما نظام متصل، أحد طرفيه الإعلام كعملية قائمة على نشر الأخبار والمعلومات والآراء بحيادية وموضوعية، بينما تقع الدعاية في الطرف الآخر كعملية قائمة على التشويه والتدخل وجب المعلومات والآراء أو تلوينها بحسب أهداف ومصالح الأشخاص والقوى الاجتماعية التي تسيطر على وسائل الإعلام.

الإعلام ← الرسالة الإعلامية → الدعاية

وحسب مرتن MERTON "الدعاية مجموعة من الرموز التي تؤثر على الرأي أو الاعتقاد أو السلوك وذلك بالنسبة للقضايا غير المتفق عليها في المجتمع".

✓ قواعد الدعاية:

1/ أسلوب التكرار: من خلال تكرار فقرات أو جمل معينة يسهل حفظها وتصديقها من قبل الناس.

- 2/ أسلوب المبالغة: من خلال إضافة صفات وهمية على المنتج أو الخدمة.
- 3/ أسلوب التقمص والتماثل والتقليد: من خلال إستخدام أحداث محلية لتوضيح القضية، واستغلال سلامة نية المتلقي بربط واقعه وخبراته ومخاوفه مع ما يتم الدعاية له.
- 4/ الارتباط الكاذب: مثلاً استغلال تعلق الفرد بفنان أو مطرب أو شخصية عامة من أجل الترويج لأفكار معينة.
- 5/ أسلوب البساطة القابلة للتصديق: التعقيد في الصياغة قد يسبب الملل والعزوف عن متابعة الرسالة الدعائية من خلال شعارات يسهل حفظها.

القناة أو القنوات

آلية العملية الدعائية:

الدعائي الرسالة الدعائية
القيام بفعل / اتباع الرأي أو الموقف
الجمهور المستهدف التأثير: اتباع الدعائي:

التوقف عن اتباع رأي الآخر

مفهوم الاشاعة:

✓ تعريف الاشاعة:

لغة: الشاعة هي الأخبار المنتشرة /// رجل مشيع أي مذياع لا يكتم سرا.
الاشاعة لغة اشتقاق من الفعل "شاع" الشيء يشيع شيوعاً ومشاعاً ظهر وانتشر، شاع بالشيء أي أذاعه.

تعريف تشارلز أندال هي "عبارة عن رواية تتناولها الأفواه دون أن تركز على مصدر موثوق يؤكد صحتها".

✓ العوامل السيكولوجية المسببة لنقل الاشاعة:

حب الظهور // الرغبة في التأيد العاطفي // التسلية // متابعة الاشاعات // الشهادة
✓ أهداف الاشاعات:

- 1/ تدمير القوى المعنوية وتفتيتها وبث الشقاق وعدم الثقة.
- 2/ تحطيم وتفتيت معنويات الجبهتين العسكرية والداخلية.

✓ سمات الاشاعات:

- 1/ الايجاز وسهولة التذكر وسهولة النقل والرواية.
- 2/ القانون الاساسي للشائعات هو "قدرة الاشاعة السارية يتغير تبعا لمدى أهمية الموضوع عند الاشخاص المعنيين تبعا لمقدار الغموض المتعلق بالمساءلة المعينة.
- 3/ تبدأ الشائعة من ايجاد خبر لا أساس له من الصحة أو تلفيق خبر فيه أثر من الصحة.
- 4/ تزدهر بالعوز إلى الأخبار وعندما تكون الأخبار في أقصى وفرتها وحينما يرتاب الأفراد في الاخبار.

مفهوم الاعلان:

✓ تعريف الاعلان:

الاعلان Advertising هو نشاط اتصالي يهدف للإعلام عن سلعة أو فكرة أو خدمة والترويج لها عبر وسائل الاتصال بال جماهير.

الاعلان التجاري Advertisement رسالة مدفوعة الثمن، محددة المضمون تشغل حيز من وسائل الاعلام بهدف اقناع المستهلك بسلعة معينة.

اذا الاعلان يستخدم في دول المشرق العربي أما الاشهار في دول المغرب العربي يقابلها في الفرنسية Publicité في الانجليزية publicity ومنه الاعلان التجاري هو الاشهار.

تعريف جمعية التسويق الأمريكية للإعلان:

" مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الاعلانية المرئية أو المسموعة أو المكتوبة على الجمهور بغرض حثه على شراء سلع أو خدمات أو من أجل استمالة إلى التقبل الطيب لأفكار أو أشخاص أو منشآت معلى عنها".

✓ سلبيات الاعلان:

من سلبياته أنه:

* يدفع الناس الى المبالغة في الاستهلاك، يحبط الفقراء لان قيمة الاعلانات تضاف لسعر المنتج.

* يبالغ في نقل المضامين أو يقدم أكاذيب.

* سيطرة المعلنين على وسائل الاعلام من خلال التهديد بحجب اعلاناتهم اذا ما بثت مضامين تضر بمصالحهم.

* رسم صور نمطية تحط من قدر بعض فئات المجتمع (مثال عرض الاشخاص الكبار في السن بصورة العاجزين، المبالغة في عرض المرأة بالتركيز على شكلها).

* دفع الناس للتركيز على الجوانب المادية وإهمال تطوير الذات (غنى النفس، العقل، الاخلاق).

الفروق الأساسية بين الاعلام ، الدعاية، الاشاعة والاعلان:

الإعلام	دعاية بيبضاء: أحداث وآراء وروايات قد تكون صحيحة أو خاطئة هدفها توجيه رأي المتلقي نحو سلوك أو فعل معين.	الإشاعة: قد تكون صادقة أو كاذبة أو مضخمة	الإعلان: الترويج لسلعة أو خدمة من خلال وسائل الاتصال ووسائل الاتصال الجماهيري (جرائد اذاعة تلفزيون وسينما
تقديم حقائق ومعلومات بهدف تنوير المتلقي.	توجيه رأي المتلقي نحو سلوك أو فعل معين.	دعاية الاشاعة سوداء.	
	دعاية سوداء: تزييف حقائق لتشويه سمعة شخص أو مؤسسة.		

(عناصر العملية الاتصالية:

قدم لنا عالم الاجتماع الأمريكي (1902-1978) والذي درس تأثير أجهزة الإعلام على تكوين الرأي العام، هارولد لاسويل (Harold Lasswell) صيغة لتخطيط وتصميم الرسائل الاعلامية قام بإعدادها في العام 1948، هذه الصيغة أصبحت لاحقاً من أساسيات العمل الإعلامي للاتصال مع الجمهور وإيصال الرسائل والمعلومات بالطرق الأفضل لإحداث تأثيرات فعالة.

تتلخص صيغة لاسويل الإعلامية بالجملة:

(Why & Who (says) What (to) Whom (in) What Channel (with) What Effect)

وتعني "من يقول ماذا لمن بأي قناة تواصل وبأي تأثير؟"

وعليه فان عناصر العملية الاتصالية هي كالتالي:

1/ المرسل (المصدر): نقطة بدء العملية الاتصالية، وقد يكون المرسل انسانا أو آلة فتبدأ العملية بإرسال رموز متعددة، وعي الرسالة التي توجه إلى المستقبل.

2/ المستقبل (المرسل إليه): هو الشخص أو الجماعة أو الجمهور الذي توجه إليه الرسالة من المرسل بقصد مشاركتهم في خبرة أو توصيل المعلومات والآراء إليهم أو تعديل سلوكهم أو اتجاهاتهم.

3/ الرسالة: هي مجموعة المعاني التي يرسلها المرسل إلى المستقبل بغية التأثير في سلوكه، والرسالة هي محتوى الاتصال وبالطبع تتعدد أنواع الرسائل بتعدد أنواع الاتصال وغاياته وأطرافه

من شروط الرسالة:

- أن تصمم بحيث تجذب انتباه المستقبل
 - الصياغة المناسبة للرسالة بحيث تتلاءم مع قدرة المستقبل على الفهم
 - ينبغي أن تصاغ الرسالة بما يتناسب مع وسائل الاتصال المتاحة للمرسل
- 4/ الوسيلة: هي الوسيلة المادية لتوصيل الرموز حاملة المعاني التي تشكل الرسالة، وهناك أنواع عديدة من القنوات.

1. القناة اللفظية: نقل المعاني من رموز صوتية وجها لوجه أو

مباشرة.

2. القناة الكتابية: وذلك حين يتم المعلومات كتابة.

3. قنوات تقنية: أشهرها التلفون، التلغراف، الانترفون، التلكس،

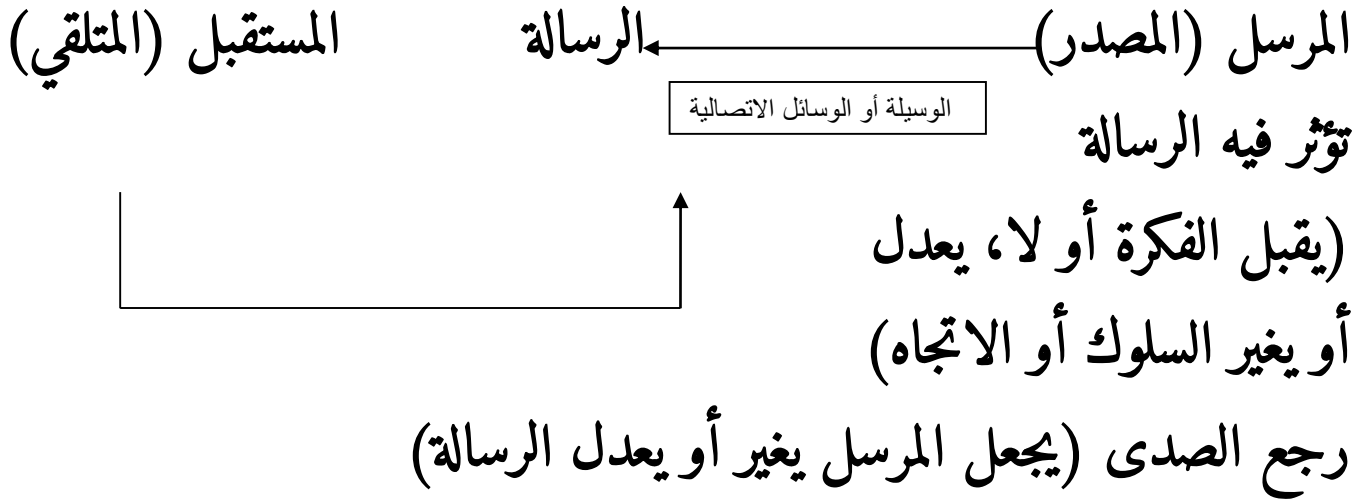
الراديو والتلفزيون.

4. القنوات التصويرية: الملصقات، كُتابات الحائط ولوحات

الاعلانات.

5/ رجع الصدى: هو الإجابة يجيب بها المستقبل على الرسالة التي يتلقاها، فمن خلاله يستطيع المصدر أن يفهم ما إذا كان المستقبل قد

تلقى الرسالة أصلاً أم لا، وإن يفهم محتواها وهل أحدثت الأثر أو التأثير المطلوب أم لا؟.



-أنواع الاتصال:

أولاً: الاتصال من حيث اللغة المستخدمة: كل به لغة لا تقتصر على اللغة اللفظية وحدها، بل كل فهم منظم ثابت يعبر به الإنسان عن فكره مثل الخواطر والأحاسيس، هي لغة قائمه بذاتها. وبالتالي فالتعبير بالصور والموسيقى والحركة واللون يصبح لغة إذا حقق للإنسان الهدف في نقل مشاعره وأفكاره إلى الغير. ويمكن تقسيم الاتصال الإنساني حسب اللغة المستخدمة فيه إلى مجموعتين أساسيتين هما:

1- الاتصال اللفظي:

يدخل ضمن هذا التقسيم كل أنواع الاتصال التي يستخدم فيها اللفظ كوسيلة لنقل رسالة ما من المصدر إلى المتلقي، ويكون هذا اللفظ منطوقاً فيدركه المستقبل بحاسة السمع. وقد بدا استخدام اللغة في التفاهم الإنساني عندما تطورت المجتمعات وأصبحت قادره على صياغة كلمات ترمز إلى معاني محدده يلتقي عندها افراد المجتمع، ويعتمدون على دلالتها في تنظيم علاقاتهم والتعبير عن مشاعرهم وقد عكف فريق من علماء اللغة على دراسة دلالات الألفاظ، واسفرت جهودهم عن ظهور علم المعنى الذي يهدف إلى تخلص الفكر الإنساني من المغالطات اللغوية. والاتصال اللفظي يجمع بين الألفاظ المنطوقة والرموز الصوتية.

مثال: عبارة (أهلاً وسهلاً) يمكن أن تصبح ذات مدلولات أخرى بتغيير نبرة الصوت، ولا يخفى علينا أن هذا النوع من الاتصال لا يمكن أن يتم بمعزل عن طرق الأداء الأخرى غير اللفظية مثل: الحركة.

إذا الاتصال اللفظي: هو نقل المعلومات من خلال الموجات الصوتية، وتجدر الإشارة هنا إلى أهمية التحكم في نبرة الصوت، بحيث تكون مناسبة لنوعية الرسالة، وذلك لإحداث التأثير المطلوب في المستقبل، ويجب أن تكون اللغة

ثانيا: الاتصال غير اللفظي:

يدخل ضمن هذا التقسيم كل أنواع الاتصال التي تعتمد على اللغة غير اللفظية، ويطلق عليه أحيانا اللغة الصامتة، ويقسم بعض العلماء الاتصال الغير اللفظي إلى ثلاثة لغات هي:

1-2- لغة الإشارة: وهي تتكون من الإشارات البسيطة أو المعقدة التي يستخدمها الإنسان بالاتصال بغيره.

2-2- لغة الحركة أو الأفعال: وهي تضمن جميع الحركات التي يأتيها الإنسان لينقل إلى الغير ما يريد من معاني أو مشاعر.

3-2- لغة الأشياء: ويقصد بها ما يستخدمه مصدر الاتصال غير الإشارة و الأدوات والحركة، للتعبير عن معاني أو احساس يسير يريد مقلها للمتلقي.

مثال: الملابس والأدوات الفرعونية التي تستخدم في المسرح يقصد من استعمالها نقل الإحساس بالجو والزمان الفرعوني إلى المشاهدين لكي يعيشوا فيها طوال عرض المسرحية. وارتداء اللون الأسود في كثير من المجتمعات يقصد به إشعار الآخرين بالحزن الذي يعيشون فيه.

ويرى بعض الباحثين أن الاتصال غير اللفظي يمتد ليشمل تعبيرات الوجه والایماءات والأزياء والرموز والرقص والبروتوكولات الدبلوماسية.

ويقسم هاري سون أنواع الاشارات غير اللفظية إلى أربعة أقسام هي:

1- رموز الأداء: وتشمل حركات الجسد مثل تعبيرات الوجه، وحركات العيون والایماءات وكذلك ما أطلق عليه (شبه اللغة) مثل نوعيه الصوت، والضحك والكحة.

2-- رموز اصطناعية: مثل نوع الملابس وأدوات التجميل والأثاث والرموز المعبرة عن مكانة الإنسان.

3- رموز إعلامية: نتيجة الاختيارات والترتيب والابتكارات من خلال استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية مثل : حجم البنت ونوع الصورة والألوان والظلال ونوع اللقطة التلفزيونية بعيدة أو متوسطة أو مقربة وكذلك أسلوب استخدام المؤثرات الصوتية.

4- رموز ظرفية: وتنبع من استخدامنا للوقت والمكان، ومن خلال ترتيب المتصلين والأشياء حولهم مثل : ترتيب جلوس الزوار حسب أهميتهم الاجتماعية، أو تجاهل شخص نعرفه بطريقة متعمدة.

وعموما الاتصال غير اللفظي: يعتمد بشكل كبير على لغة الجسد، وإيماءات الوجه، ومن أشكال الاتصال غير اللفظي، ولغة الإشارة وهذه اللغة تستخدم بشكل كبير مع الأشخاص ذوي الإعاقة السمعية، ولغة الحركة والأفعال، وهذه اللغة تحمل في ثناياها مشاعر تنقل للمستقبل، كما أنّ بعض الأفعال تحمل في ثناياها مدلولات يستطيع فهمها المستقبل بكل سهولة مثل فعل الانثناء في اليابان يدلّ على رد التحية، وكذلك الأشياء تحمل في دلالات فبمجرد رؤيتها تصل رسالة معينة

للمستقبل، مثل الأدوات والملابس الخاصة بعصر معين، أو مثلاً الملابس السوداء عند كل الدول والملابس البيضاء عن الهنود تدلّ على الحزن والحداد.

ثالثاً: أنواع الاتصال من حيث عدد الأشخاص المشتركين فيه:

هناك ستة أنواع من الاتصال باعتبار عدد المشتركين فيه وهي:

- 1- الاتصال الذاتي.
- 2 - والاتصال الشخصي.
- 3 - والاتصال الجمعي.
- 5-الاتصال العام.

1) الاتصال الذاتي:



الاتصال الذاتي

هذا النوع من الاتصال يحدث حينما نتحدث مع أنفسنا. ويتعلق هذا بالأفكار والمشاعر والمظهر العام - كما نراه ونحس به - في ذواتنا. وبما أن الاتصال يتركز في داخل الإنسان وحده، فإنه هو المرسل والمستقبل في الوقت نفسه. وتكون الرسالة من الأفكار والمشاعر، كما أن وسيلة الاتصال هي المخ الذي يترجم الأفكار والمشاعر ويفسرها، وهو نفسه الذي يصدر رجع الصدى عندما يقلب المرء الأفكار والمشاعر فيقبل بعضها ويرفض البعض الآخر أو يستبدلها بغيرها.

ويتأثر الاتصال الذاتي بالاتصال مع الآخرين حيث يبدو المرء مطمئناً أو منزعاً من علاقاته بالآخرين حسب حسن هذه العلاقات أو سوءها.

ويظهر هذا من خلال الاتصال الذاتي بالتفكير فيما حدث من لحظات سعيدة أو مشكلات نتج عنها خصام أو توتر في العلاقة مع الآخرين.

2) الاتصال الشخصي:

ويسمى أيضاً الاتصال الوجيه أو الاتصال المباشر: يحدث الاتصال الشخصي حينما يتصل اثنان أو أكثر مع بعضهم البعض عادة في جو غير رسمي، لتبادل المعلومات ولحل المشكلات ولتحديد التصورات عن النفس والآخرين.

وعموماً هذا الاتصال يكون بين شخصين أمام بعضهما البعض، أو أكثر من شخص، وهذا الاتصال يتيح للأشخاص التعرف على بعضهم البعض عن قرب، كما أنّ هذا الاتصال يسمح للشخص بكل سهولة أن يعدل رسالته ويعتذر من المستقبل إذا أخطأ، وبهذا الشكل يكون هذا النوع من الاتصال أكثر فعالية. ويشمل الاتصال الشخصي نوعين رئيسيين هما: الاتصال الثنائي والاتصال في مجموعات صغيرة.

ويشمل الاتصال الثنائي : عادة المحادثة بين شخصين كما يحصل بين الأصدقاء. وفي هذا الإطار يرسل ويستقبل كل من الإثنين رسائل من خلال اللغة اللفظية واللغة غير اللفظية معتمداً على الصوت والرؤية في نقل هذه الرسائل. وهنا يتحقق للمتصل أكبر قدر من التفاعل ورجع الصدى، كما يقل التشويش نظراً لمعرفة كل طرف منهما بظروف الاتصال ولديه الفرصة للتأكد من وصول الرسالة وفهمها كما يريد. وفي الاتصال من خلال المجموعات الصغيرة التي لا تتعدى أفراداً قلائل تتحقق للمشاركة فرصة الاتصال والتفاعل مع أعضاء المجموعة. ونظراً لوجود مجموعة من المرسلين والمستقبلين في آن واحد، فإن عملية الاتصال تصبح أكثر تعقيداً من الاتصال الثنائي، كما تزيد فرصة الارتباك وعدم الوضوح وزيادة التشويش على الرسائل.

(3) الاتصال الجمعي:

في الاتصال الجمعي تنتقل الرسالة من شخص واحد (متحدث) إلى عدد من الأفراد يستمعون، وهو ما نسميه بالمحاضرة أو الحديث العام أو الخطبة أو الكلمة العامة. ويحدث هذا عادة من خلال المحاضرات الدينية أو التوجيهية أو التجمعات الجماهيرية أو المظاهرات السياسية وكلمات الترحيب والتأبين، والحديث في الأماكن العامة إلى عدد قليل أو كثير من الناس.

وعادة ما يتميز الاتصال الجمعي بالصيغة الرسمية والالتزام بقواعد اللغة ووضوح الصوت. ولا يمكن غالباً للمستمعين أن يقاطعوا المتحدث، وإنما يمكنهم التعبير عن موافقتهم أو عدم موافقتهم (بالتصفيق أو هز الرأس، أو بالمقابل بالإعراض عنه أو إصدار أصوات تعبر عن عدم الرضا عن حديثه.

4) الاتصال الجماهيري:

يحدث الاتصال الجماهيري من خلال الوسائل الإلكترونية كالإذاعة والتلفاز والأفلام والأشرطة المسموعة والإنترنت والصحف والمجلات والكتب. وتشمل وسائل الاتصال الجماهيري كذلك وسائط الاتصال المتعددة كالأقراص المضغوطة والأقراص المرئية ونحوها. وهذا يعني أن الرسالة يقصد بها الوصول إلى عدد غير محدود من الناس. ورغم كثرة استخدامنا لوسائل الاتصال الجماهيري إلا أن فرص التفاعل بين المرسل والمستقبل قليلة أو منعدمة في أكثر الأحيان. ولقد مكنت الوسائل الإلكترونية الحديثة، مثل آلات التصوير الرقمية ووسائل البريد الإلكتروني والهاتف المرئي ونحوها، التواصل بين الناس على نطاق واسع متجاوزة الحدود الجغرافية والسياسية وموصلة بين الثقافات المختلفة.

أمثلة:

- الجرائد
- الإذاعة
- التلفزيون
- الإنترنت
- السينما

- الإنترنت
- الشرائط بأنواعها (فيديو- كاسيت....)
- الهاتف

6- الاتصال الثقافي:

الثقافة هي مجموع القيم والعادات والرموز اللفظية وغير اللفظية التي يشترك فيها جمع من الناس. وتختلف الثقافات فيما بينها في هذه القيم والعادات والرموز حسب تاريخ الشعوب وأوضاعها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، كما أن الثقافة الواحدة قد يكون بها أكثر من ثقافة صغرى. يشترك العرب مثلاً في ثقافة واحدة واسعة، ولكن كل بلد عربي له ثقافة مميزة، كما أن كل بلد قد يكون به أكثر من ثقافة صغرى تتميز بها عن بقية الثقافات الموجودة في ذلك البلد، وذلك رغم اشتراك هذه الثقافات في أمور جامعة ووجود اختلافات تكبر أو تصغر بينها.

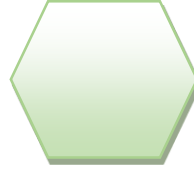
ويحدث الاتصال الثقافي حينما يتصل شخص أو أكثر من ثقافة معينة بشخص أو أكثر من ثقافة أخرى. وحينئذ لا بد أن يعي المتصل اختلاف العادات والقيم والأعراف وطرق التصرف المناسب. وإذا غاب هذا الوعي، فإنه سينتج عن الاتصال قدر من سوء الفهم.

على سبيل المثال، لو أنك سرت في مكان عام في الولايات المتحدة الأمريكية ممسكاً بيد صديقك فسيظن الغربيون أنكما من الجنس الثالث بينما لا يرى الناس في المملكة العربية السعودية ذلك عيباً، بل هو علامة على حميمية الصلة بينكما.

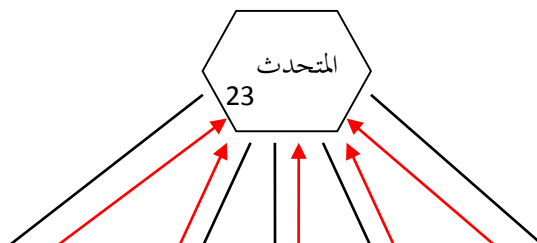
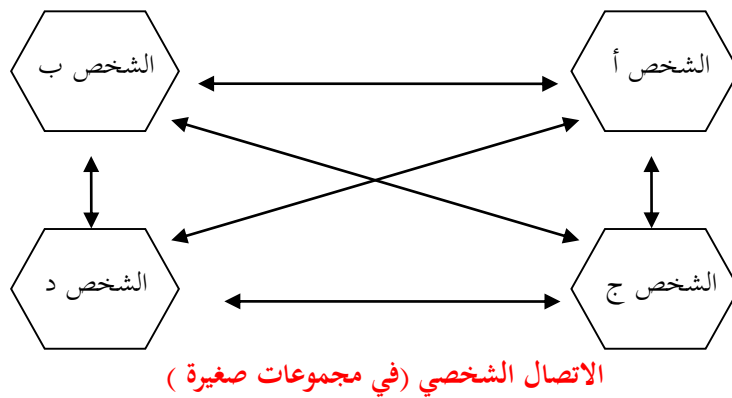
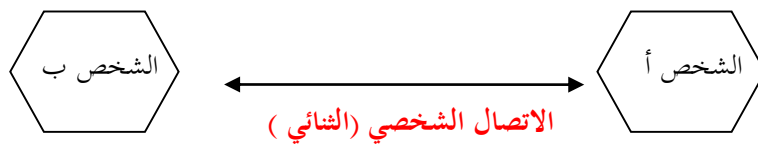
التمثيل البياني لأشكال الاتصال: الذاتي والشخصي والجمعي والجهادي.

تمثل الاشكال الآتية أنواع الاتصال الأربعة : (الذاتي والشخصي والجمعي والجهادي)
(. أما الاتصال الثقافي فإنه قد يأتي على أي نوع من هذه الأنواع.

الذات



الاتصال الذاتي



أنواع أخرى من الاتصال:

الاتصال العام: يمثل هذا الاتصال الندوات والمؤتمرات والمحاضرات، بحيث تكون الرسالة متخصصة في موضوع معين، والجمهور يهتم بصورة كبيرة بهذا الموضوع، يقوم المرسل بإرسال المعلومات ويستقبلها المستقبل، ثمَّ يردّون على المرسل ببعض الأسئلة وهكذا.

الاتصال الوسطي: هذا الاتصال يكون بين المرسل والمستقبل من خلال الهاتف الأرضي، أو من خلال الهواتف النقالة، وهذا النوع من الاتصال يشكل نقطة وسط بين الاتصال الجماهيري والاتصال الوجيهي. الاتصال العام: يمثل هذا

الاتصال الندوات والمؤتمرات والمحاضرات، بحيث تكون الرسالة متخصصة في موضوع معين، والجمهور يهتم بصورة كبيرة بهذا الموضوع، يقوم المرسل بإرسال المعلومات ويستقبلها المستقبل، ثمّ يردّون على المرسل ببعض الأسئلة وهكذا.

الاتصال الإلكتروني: في هذا النوع من الاتصال يتمّ إرسال الرسائل من المرسل إلى المستقبل، من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ويطلق عليها اسم Social Media، ومن الأمثلة على هذا نوع من التواصل، الفيس بوك، والسكايب، والإستغرام.... إلخ، وتجدر الإشارة إلى إمكانية التحكم في جمهور هذا النوع من الاتصال.

تطبيقات:

(3) ماهي خصائص الاتصال؟

- 1- عملية هادفة (نقل معلومة، رأي، فكرة ← إحداث اثر في المستقبل)
- 2- عملية ديناميكية (مستمرة)
- 3- عملية دائرية (المستقبل يصبح مرسل والمرسل يصبح مستقبل)
- 4- عملية منظمة.
- 5- عملية متنوعة (اللغة اللفظية: الشفهية أو التحريرية، أو اللغة غير اللفظية: الإشارات، الرموز).

-ماهي وظائف الاتصال؟

حددها هارولد لاسويل كالتالي:

- 1- مسح المحيط واستجلائه: جمع ونشر المعلومات لما يقع في المحيط من أحداث، على المستويين الداخلي والخارجي وهي تقارب وظيفة إعلامية (وسائل الإعلام).
- 2- ربط أجزاء المجتمع من أجل أحداث تجاوب موحد إزاء أحداث المحيط أي تفسير المعلومات الواردة من البيئة، تحليلها وتبيان الموقف الذي يجب أن يتخذ استجابة لها.

- 3- نقل الموروث الاجتماعي ونشره: وظيفة تعليمية تعنى بتأهيل الفرد وتنشئته بما يتوافق مع أهداف المجتمع ومثله وقيمه.
- بعد هارولد لاسويل جاء التلفاز وما صاحبه من انتشار للمعلومات ظهرت وظيفتين هما الترفيه والإعلان.

ماهي أشكال الاتصال؟

- 1- الاتصال الذاتي بين الإنسان ونفسه: إدراك الفرد لذاته ولعلاقاته بالعالم المحيط به، ووعيه بخصاله وقدراته بالتالي تحقيق السواء لشخصيته.
- 2- الاتصال بين الفرد والآخرين: إدراك الفرد لذاته هو أساس اتصاله مع الآخرين ويبدأ الاتصال منذ الطفولة ويتطور بتطور أدواره في الحياة.
- 3- الاتصال بين الجماعات الاجتماعية: الاتصال أساس لكل العلاقات الاجتماعية مهما كان نوعها.

ماهي عوائق الاتصال؟

هي مجموعة المعوقات التي تشوش وصول الرسالة إلى المستقبل وهي:

✓ عوائق خاصة بالمرسل:

- العجز عن التخطيط للعملية الاتصالية (اتصال غير مفهوم).
- التلاعب بالمعاني والألفاظ من جانب المرسل عن قصد أو غير قصد.
- عدم قدرة المرسل على التعبير الصحيح واختيار العبارات المفهومة.
- عدم فهم المرسل للمستقبل.

✓ عوائق خاصة بالمستقبل:

- عدم القدرة على الاصغاء وخاصة لمدة طويلة.
- المستوى العلمي للمستقبل (عدم القدرة على التحليل والاستنتاج).
- عدم ملائمة ظروف المستقبل لاستقبال الرسالة (صعوبات نفسية / مادية).

✓ عوائق خارجية:

- الضوضاء والضجيج لدى المستقبل أو المرسل.
- الرقابة على الاتصال (الحذف / الإضافة / التحفظ).
- تشويش من قبل أشخاص هدفهم عدم وصول الرسالة.

ماهي مقومات الاتصال الفعال؟

1- حسن الإرسال والاستقبال.

2- إرهاف الحساسية لمشاعر الآخرين، إن حساسية الفرد إزاء حاجات ومشاعر الآخرين فن لأصول العلاقات الانسانية يكتسبه من خلال التفاعلات الاتصالية مع الآخرين.

3- الوضوح المعرفي: نقل واستقبال المعلومات، يجب أن يكون الأفراد المشاركون في العملية الاتصالية واعين معرفيا بكل مكوناتها: وضوح الأهداف / الأدوار / الوظائف / العلاقات.

