



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



نظريات الاتصال الإعلامي

المحاضرة الأولى

البيئة الاتصالية.... المفهوم وحدود التأثير.

إعداد

د / شيرين فاروق ربيع

كود المقرر: DGM 122

المحاضرة الأولى البيئة الاتصالية.... المفهوم وحدود التأثير



• المحاضرة السابقة تحدثنا فيها بشكل سريع وموجز حول النقاط التالية:-

- توصيف المقرر.
- أهداف المقرر.
- عملية التقييم الطلابي.
- موضوعات المقرر.
- مفهوم الاتصال.
- مراحل تطوره الإنساني.
- عناصر العملية الاتصالية.
- مفهوم النظرية العلمية الاتصالية وأوجه الاستفادة العلمية منها.

المحاور الرئيسية

1. مفهوم الاتصال. The Concept of Communication
2. مراحل تطوره الإنساني. History of Communication The
3. أنواع الاتصال. Types of Communication
4. وظائف الاتصال. Communication Functions
5. عناصر العملية الاتصالية. Elements of Communication Process
6. شروط كفاءة العملية الاتصالية، وأهم معوقاتها
Communication Process (obstacles & Effective)
7. الخلاصة. Summary

أولاً: مفهوم الاتصال The Concept of Communication

تعددت مفاهيم الاتصال بتعدد العلوم الإنسانية، ولا يعني تعدد تلك التعريفات إشارة لوجود خلاف في المفهوم، بقدر ما يُشير إلى ثراء المعنى وتأكيد أهميته.. ويمكن تصنيفها على النحو التالي:-

أولاً: تعريفات اهتمت بالاشتقاق اللغوي للكلمة اللاتينية **Communicare** بمعنى يشيخ أو يصبح الشيء شائعاً، وبالتالي يتحقق الاتصال عندما تتوافر مشاركة عدد من الأفراد في أمر ما.

هذه التعريفات وغيرها تأثرت إلى حدٍّ ما بهذا الاشتقاق اللغوي، فقصرت الاتصال على مجرد نقل المعلومات من فرد إلى آخر، فيتحقق الشيوع والانتشار نتيجة النقل ، لكن هذا النوع من المفاهيم قصر الاتصال على اتجاه واحد من الفرد إلى فرد آخر أو آخرين وهو بذلك (اتصال خطي).



ثانياً: تعريفات ركزت على مفهوم الاتصال باعتباره نشاطاً إنسانياً، قائم على العلاقة بين المنبه والاستجابة S-R والتي تُشير إلى الاتصال الهادف أو المقصود ومن أبرز تلك التعريفات:-

- كارل هوفلاند: **C.Hovland** والذي عرف الاتصال على أنه العملية التي يقوم الفرد من خلالها بإرسال مثير لفظي عادة لكي يُعدل أو يقوم من سلوك الآخرين.
 - بيرلو: **Berlo** وقد عرف الاتصال بأنه السلوك الذي يهدف إلى الحصول على استجابة معينة من شخص ما، وهذا المفهوم يركز على ضرورة الاستجابة سواء كانت مقصودة أو غير مقصودة، ويتلقاها المرسل أو القائم بالاتصال في شكل تغذية راجعة مرتدة **Feedback** أو رجع الصدى.
- وأصبح الاتصال بهذه الرؤيا يعمل في اتجاه دائري من المرسل إلى المستقبل (منبه) ثم رجع الصدى (الاستجابة) من المستقبل إلى المرسل، وهذا ما حدا إلى وصف الاتصال بأنه عملية تفاعل **Interaction** بين المرسل والمستقبل من خلال اتجاه المثير والاستجابة.

ثالثاً: من جانب آخر ساهم علم اللغة وعلم النفس اللغوي بالتركيز على المعنى أو دلالة الرموز بين المرسل والمستقبل في عملية الاتصال، وهو ما أخذ به ويلبور شرام ونيلسون وغيرهم.

رابعاً: آخرون قدموا تعريفات للاتصال مركزين على مفهوم الاتصال عملية يقوم فيها طرف أول (مرسل) بإرسال رسالة إلى طرف مقابل (مستقبل) بما يؤدي إلى أحداث اثر معين على متلقي الرسالة. ومن نماذج هذه التعريفات:

- **جيهان رشتي** عرفت الاتصال بكونه: 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.
- ومع تعدد التعريفات التي وضعت من قبل الباحثين لمفهوم الاتصال فإننا يمكن أن نعتمد تعريفاً مبسطاً وشاملاً للاتصال هو : (أن 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).

ثانياً: مراحل تطور الاتصال الإنساني: The History of Communication

المحاضرة الأولى

مر الاتصال الإنساني بعدة مراحل وهى على النحو التالي:-



المحاضرة الأولى



مرحلة الإشارات



مرحلة التخاطب باستخدام اللغة

■ المرحلة الأولى مرحلة الإشارات:

وهي المرحلة البدائية البسيطة التي كان يستخدم عدد محدود من الأصوات كالزمجرة والدمدمة والصراخ إضافة إلى لغة الجسد من حركات الأيدي والأرجل. هذا يعني أنّ الناس في عصر الإشارات والعلامات كان يتعين عليهم التمسك بأن تكون رسائلهم بسيطة وبأن ينقلوا هذه الرسائل بطريقة بطيئة.

■ المرحلة الثانية مرحلة التخاطب واستخدام اللغة:

أتاحت اللغة للأفراد قدرة أكبر على التواصل، فاللغة مخزون تراكمي هائل للمعاني والكلمات والتعبيرات. كما تُعد اللغة نظاماً يتسم بخاصية الاتصال وهذه الخاصية الاتصالية تقصر اللغة على أداء وظيفة واحدة هي الاتصال الإنساني وليس أي شيء آخر فالرسائل اللفظية المتبادلة بين الأفراد دائماً يكون هدفها توصيل أفكار معينة يتوصل من خلالها أطراف التفاعل إلى المعنى المشترك، ولكون اللغة تتميز بالمرونة والانفتاح وقابليتها للإثراء بإلحاق إشارات جديدة فهي قادرة على احتضان العبارات والكلمات المستحدثة نتيجة حاجة الأفراد وما يُستجد في عالمهم من أحداث.



مرحلة الكتابة

■ المرحلة الثالثة مرحلة ظهور الكتابة:

إنّ القيمة الحقيقية للكتابة هي أنها أوجدت لدى الإنسان القدرة على أن يحفظ عبر الزمان ويوزع عبر المكان سجلات مادية للاتصال أكثر فاعلية من الحديث والكلام... فالتأثير الأكبر لتطور الكتابة هو تخلص العقل البشري من عبء ضرورة تذكر كل شيء وإعادة تلاوته ليبقى حياً في ذاكرة الأجيال. وكان السومريون أول من اخترع طريقة الكتابة سميت بالطريقة السومرية واستطاعوا الكتابة على الطين اللين وذلك منذ حوالي 3600 سنة ق.م وقد مرت الكتابة بدورها بالعديد من المراحل، حيث اخترع الفينيقيون الحروف الابجدية . ليكمل اليونانيون مسيرة تطوير الكتابة باختراعهم الابجدية التي تشتمل على حروف متحركة وذلك في القرن الثامن إلى القرن السادس ق.م وبالإضافة إلى الكتابة على الطين والحجر فقد كانت الكتابة كذلك على العظام والخشب. وقد اجتهد المصريون فاستخدما ورق البردي حوالي 2500 ق.م ثم تمكن الصينيون من اختراع الورق من لحاء شجر التوت حوالي عام 105 م، واستطاع المسلمون الحصول عليه بعدما امتدت فتوحاتهم ثم أنتجوا ورق من ألياف الكتان، ثم ظهور أول مصنع لإنتاج الورق في التاريخ في مدينة سمرقند .



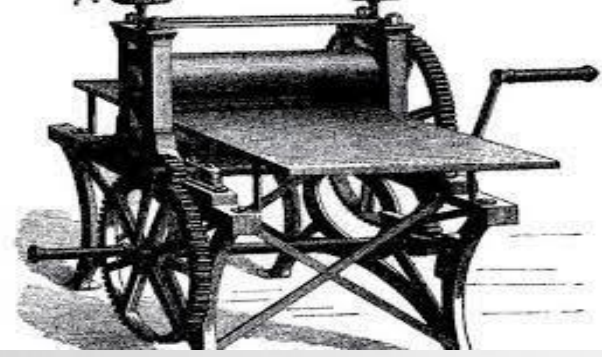
المحاضرة الأولى

■ المرحلة الرابعة مرحلة الطباعة:

أتاحت هذه المرحلة الفرصة لتعميم نمط اتصالي جديد عبر نشر مئات وآلاف النسخ من الصحف والمطبوعات. ويعتبر اختراع "يوحنا غوتنبرغ" لآلة الطباعة في منتصف القرن 15 بداية الانطلاق لانتشار المنتج الإعلامي والثقافي (الصحف، المجلات، الكتب...) وبروز المجتمع الجماهيري والثقافة الجماهيرية والنشر الجماهيري للدوريات.

■ المرحلة الخامسة عصر الإعلام:

الذي بدأ بظهور الصحافة الجماهيرية ثم التلغراف الذي كان عنصراً مهماً في تكنولوجيا الاتصال وبعدها ظهرت السينما والإذاعة والتلفاز. وتجسدت هذه المرحلة بظهور السينما عام 1895، ثم الإذاعة عام 1923، ثم ظهور التليفزيون 1934.





■ المرحلة السادسة عصر ثورة الاتصالات الحديثة:

شهد النصف الثاني من القرن العشرين من أشكال تكنولوجيا الاتصال ما يتضاءل أمامه كل ما تحقق في عدة قرون سابقة ولعلّ من أهم مظاهر هذه التكنولوجيا ذلك الاندماج الذي حدث بين تكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية واستخدامها في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري بأسرع وقت وبأقل حيز متاح. وقد كان لاستخدام الحاسوب في الإعلام تأثير كبير تجلّى في الخروج من طبيعة وسائل الإعلام التقليدية إلى وسائل إعلام أكثر تفاعلية بين مصدر المعلومة والمستقبل كذلك يظهر دور استخدام الحاسوب في الإعلام في عملية تسريع نقل الرسائل الإعلامية من مكان لآخر في وقت محدد بسبب توافر شبكات الاتصال الحديثة. وحالياً نشهد نقلة نوعية في مجال الإعلام الرقمي خاصة مع ظهور تقنيات الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة.

ثالثاً: أنواع الاتصال Types of Communication



1. التقسيم حسب نمط الاتصال

ب. اتصال غير لفظي: يستخدم لغة الإشارة والحركة والرموز والمظهر واللمس.

أ. اتصال لفظي: يستخدم اللغة المنطوقة أو المكتوبة بالـمذكرات والتقارير والمؤتمرات والندوات.



2. تقسيم حسب المشاركين بالاتصال

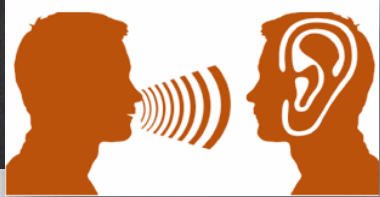
ب. الاتصال الشخصي

Intrapersonal Communication

وهو الاتصال المباشر بين الأفراد، يتصف بالمواجهة بين شخصين فقط، على نحو ما يحدث بين الأصدقاء أو الأسرة أو بعض الزملاء، أو عبر الاتصالات الهاتفية أو الخطابات الشخصية المتبادلة. ويمتاز هذا النوع من الاتصال بأن الفرد يمكنه أن يتلقى رجع الصدى فيه بشكل فوري، مما يتيح الفرصة لتعديل الرسالة بناء على مجربات العملية الاتصالية.

أ. الاتصال الذاتي: Intrapersonal Communication

وهو الاتصال الذي يجري بين الفرد ونفسه بهدف تنظيم فهمه وإدراكه لنفسه ولما يحيط به من أشخاص أو أشياء أو أحداث أو مفاهيم. ويُعد هذا الاتصال هو أساس كل أشكال الاتصال البشرية.



التقسيم حسب المشاركين بالاتصال

د. اتصال جماهيري: Mass Communication

- وهو عملية اتصال تقوم بها جهات أو أفراد بهدف الوصول إلى عدد كبير من الأفراد باستخدام وسائل الاتصال الجماهيري (وسائل الإعلام) مثل الصحف، المجلات، الإذاعة، التلفزيون، السينما.. الخ و يتميز باعتداده على تكنولوجيا حديثة، كما أنه عملية منظمة مدروسة يشترك فيها فريق عمل، ويُتيح الاتصال الجماهيري الوصول إلى آلاف وملايين الأفراد في الوقت نفسه، إلا أنه لا يُتيح فرصة فورية لتعديل الرسالة الاتصالية، نظراً لضخامة عدد الجمهور، وعدم تجانسه فكرياً وثقافياً... الخ

ج. اتصال جمعي Macro Group

ويتماثل مع الاتصال الشخصي بين فردين؛ إلا أن عدد الأفراد الذين يجرون العملية الاتصالية أكثر من اثنين، مثل الفصل الدراسي أو حلقات النقاش العلمي والندوات المحدودة العدد أو كبيرة العدد وذات كثافة جماهيرية واسعة كما في الخطب الجماهيرية أو المؤتمرات التي قد يحضرها الآلاف من المتلقين.



3. التقسيم حسب درجة الرسمية

ب. الاتصال غير الرسمي: وهو الاتصال الذي يجري بين الأفراد العاملين في إحدى المؤسسات خارج نطاق الاتصال الرسمي.

الاتصال غير الرسمي



أ. الاتصال الرسمي: وهو الاتصال الذي يتم بين إدارات مختلفة في مؤسسة بالطرق الرسمية تعميمات، خطابات، مذكرات.

الاتصال الرسمي



4. الاتصال حسب جهة الاتصال:

1. **اتصال أفقي:** وهو الذي يحدث بين فردين أو أكثر على المستوى نفسه وظيفياً ومهنياً، مثلاً الاتصال بين العاملين بالمؤسسة.
2. **اتصال نازل:** وهو الاتصال الذي يتم من أعلى التنظيم في مؤسسة أو شركة إلى المرؤوسين، لنقل الأوامر والتعليمات والمنشورات، وغالباً ما يتصف هذا الاتصال بأنه لا يحمل تغذية عكسية أو رجوع صدي.
3. **اتصال صاعد:** وهو الاتصال الصادر من المرؤوسين إلى رؤسائهم في العمل، ويتطلب هذا النوع من الاتصال تشجيعاً من المدراء للمرؤوسين في المؤسسة وبالعكس.
4. **اتصال صاعد نازل:** وهو اتصال في اتجاهين من المدراء والرؤساء إلى المرؤوسين في المؤسسة وبالعكس.

رابعاً: وظائف وسائل الاتصال

Communication Functions.

يمكن تحديد عدة وظائف لوسائل الاتصال من خلال ما طرحه الباحثون والمهتمون بعلم الاتصال:

1. وظيفة الإخبار ومراقبة البيئة: وتتمثل بنقل الأخبار والمعلومات المحلية أو الإقليمية أو الدولية، مهما كان نوعها اقتصادية، أو سياسية أو اجتماعية أو فنية، لتزويد الفرد بمعلومات عما يجري حوله.

2. الإعلام والتعليم: يُعد الإعلام والتعليم وظيفتان متكاملتان، فيما يقدم الإعلام للفرد المعلومات التي قد يستفيد منها في حياته مادياً أو فكرياً أو اجتماعياً، فإن التعليم يقدم للفرد نوعاً من المعلومات المنهجية التي تقدم للفرد معلومات تكسبه مهارات في إطار التعليم غير الرسمي.

3. وظيفة ترابط المجتمع ونقل تراثه: يلعب الاتصال دوراً في ترابط أفراد المجتمع بعضهم ببعض، ويربط الشعب بحكوماته، فمن خلال الاتصال يتم تكوين الرأي العام، كما يلعب الاتصال دوراً في نقل تراث المجتمع من قيم وعادات وتقاليد ولغة وثقافة وسلوك.

4. **وظيفة الوقاية:** وهي وظيفة هامة لاستكشاف الآفاق، وإعداد التقارير عن الأخطار التي تواجه الأفراد والمجتمع، وبذلك يمكن أن تلعب وسائل الاتصال دوراً في محاربة الفساد والدفاع عن مصالح المواطنين.
5. **الترفيه:** وهي من أقدم الوظائف، التي لا تقل أهمية عن الوظائف الأخرى، وهي أساسية لتحقيق بعض الإشاعات النفسية والاجتماعية، ولإزالة التوتر الإنساني على مستوى الأفراد والجماعات.
6. **الإعلان والترويج:** يعتبر الإعلان جهداً مدفوع الأجر لعرض الأفكار والآراء وتفسيرها بغرض تسويقها بين الجماهير، بجانب استخدامه في الجهود الترويجية للسلع والمنتجات بالاعتماد على الاستمالات المختلفة من عقلية وعاطفية.
7. **تكوين الآراء والاتجاهات:** ترتبط هذه الوظيفة بالوظائف الأخرى مثل الإعلام والتعليم والأخبار، وتكتسب هذه الوظيفة أهمية بالغة لوسائل الإعلام الحكومية أو الخاصة.

خامساً: عناصر العملية الاتصالية

The Communication Process Elements of

تعتمد عملية الاتصال على مجموعة من العناصر المتصلة والمتداخلة والمتشابكة مع ظروف نفسية واجتماعية تؤثر في النهاية على انتقال الأفكار والمعلومات بين الأفراد والجماعات.

عناصر العملية الاتصالية، الخصائص والسمات، حدود العلاقة والتأثير



وعندما قدم لا زويل تعريفه لعملية الاتصال تحدث عن العناصر الخمسة التي يجب توفرها في أي عملية اتصال سواء كانت بين الأفراد، أو بين فرد وآخرين في مجال من مجالات الاتصال التي يتفاعل خلالها الأفراد لتحقيق أهداف معينة، وتتلخص العناصر الخمسة في :

من ؟ who

ماذا يقول ؟ Say what

بأي وسيلة In Which Channel

لمن ؟ To Whom

وبأي تأثير With What Effect

1. من ؟ who المرسل Sender أو القائم بالاتصال Communicator

وهو الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي، أو المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها.

وقد يكون المرسل مصدر الفكرة أو الرأي أو المعلومات فيسمى المصدر أيضاً Source وقد لا يكون مصدرها.

وقد يكون المرسل شخصاً يرسل إلى نفسه أو إلى صديقه، أو سياسياً يخطب في جماهيره، أو كاتباً صحفياً أو مذيعاً تلفزيونياً يرسل إلى الملايين.. كل واحد من هؤلاء مرسل مع الفرق أن الشخص عندما يتصل بصديقه يمثل نفسه، ولكن الكاتب أو المذيع الذي يتصل عبر مؤسسات إعلامية شديدة التعقيد لا يمكن فصله عن مكونات المؤسسة الضخمة التي يرسل من خلالها.



المرسل Sender
القائم بالاتصال Communicator
المصدر Source



ويقدم بعض الباحثين عدة نصائح للمرسل القائم بالاتصال ليحقق نجاحاً في العملية الاتصالية ومن أهمها:

- (1) أن يختار اللحظة المناسبة ليُعد رسالته الاتصالية، حيث يكون متحمساً لعمله ومتحفزاً لمعالجة إبداعية لما يقدمه.
- (2) أن تكون ألفاظه سلسلة سهلة رشيقة.
- (3) أن تكون المعاني قريبة معروفة من المتلقي مهما كان مستواه الثقافي أو المعرفي.
- (4) أن يستخدم لغة تناسب الموضوع والمتلقي.



وبصفة عامة ينبغي للمرسل أن يمتلك عدة صفات من أهمها:

- 1) أن يكون واثقاً من نفسه عند إعداد وإرسال الرسالة الإعلامية.
- 2) أن يكون متخصصاً، وأن يمتلك المهارة والتدريب اللازمين
- 3) الصدق والأمانة والخبرة فيما يحرر أو يكتب.
- 4) المهارة اللغوية نطقاً وفهماً وكتابة
- 5) القدرة على استمالة الجمهور بعيداً عن الملل والتكرار.
- 6) القدرة على عرض الحجج والإقناع والتحليل.
- 7) التمكن من استخدام وسيلة الاتصال.



■ ويحدد العلماء عددا من مهارات الاتصال الفعال الخاصة بالمراسل والتي تتجلى أهمها فيما يلي:-

1. أبرز مهارات الكتابة.

- أن تكون المادة المكتوبة محددة العنوان والموضوع والهدف.
- أن يكون النص متوافقاً مع العنوان.
- أن يراعي التسلسل المنطقي والمنهجي في فقرات الكتابة.
- أن تخلو المادة من الحشو.
- أن يتم تعريف المصطلحات في الهوامش أو في فهرس مستقل

2. أبرز مهارات المحادثة:

- أن لا يتحدث المرسل في أي موضوع لا يتمكن منه
- أن يتم التركيز على جوهر الموضوع، وعدم الانسياق إلى موضوعات جانبية
- القدرة على النقاش والإقناع
- الوضوح في لفظ الكلمات، والتحدث بسرعة عادية لإتاحة الفرصة للاستماع.
- مراعاة نبرة الصوت لتلائم الأفكار المطروحة.
- احترام وجهات نظر الآخرين، حتى لو تعارضت مع رأي المرسل.
- التركيز على الأفكار الجديدة دون القديمة

3. أبرز مهارات الإنصات:

- عدم مقاطعة المتحدث إلا للضرورة أو لطرح سؤال يتعلق بمعلومة هامة جداً طرحها الضيف، لإتاحة الفرصة لمزيد من المعلومات أو الآراء.
- الحرص على إبداء الجدية - غير المتصنعة- في متابعة المتحدث.
- الاستماع بدقة واستيعاب الرسالة التي ينقلها الآخرون، والتفكير بطرح أسئلة استنباطية من أجوبة الآخرين.

4. مهارات أساسية للمرسل:

- اللطف والهدوء فى نقل الرسالة.
- تصميم الرسالة بما يتناسب مع المتلقين.
- التحقق من جدوى الاتصال من خلال تحديد هدف العملية الاتصالية، وتحديد أسلوب الطرح والمعالجة والتمكن من المعلومات.
- الاهتمام بالمظهر الخارجي، الهندام والملابس.
- الاهتمام باللغة غير اللفظية مثل تعبيرات الجسد، فقد توصلت نتائج إحدى الدراسات إلى أن تعبيرات الجسم تشكل 55% من المؤثرات على العملية الاتصالية، مقابل نبرة الصوت 38%، والكلمات 7%.

2: الرسالة Message يقول ماذا Say What؟

وهي المعنى أو الرمز أو الفكرة أو المحتوى الذي ينقله المرسل إلى المتلقي، وتتضمن المعاني، والأفكار والآراء التي تتفق بموضوعات معينة، يتم التعبير عنها رمزياً سواء باللغة المنطوقة أو غير المنطوقة (المعلومات والكلمات والصور والموسيقى والرسوم والإيحاءات) ، والتي عبر عنها المرسل أو لم يعبر (فصمت الخطيب رسالة، وعدم كتابة الكاتب رسالة، وقطع الإرسال التليفزيوني في موقف معين رسالة)، سواء كانت هادفة Purposive أو غير هادفة Non - purposive أي كل ما يراه الناس في أشكال فنية مثل الفيلم أو المقال أو الحوار أو الأخبار أو الرسومات والإضاءات الظاهرة والكامنة في الرسالة الإعلامية. ولا شك أن فاعلية الاتصال تتوقف على الفهم المشترك للموضوع واللغة التي يقدم بها.



مكونات وعناصر الرسالة الاتصالية:

أ. الرموز غير اللفظية : Non Verbal

وهي الرموز والإشارات والعلامات، كما أن الملابس والإكسسوارات تلعب دوراً في إيصال رسائل معينة للمتلقي.

ب. الرموز اللفظية Verbal

وهي الكلام المقروء أو المكتوب أو المنطوق التي تعبر عن معلومات أو بيانات أو آراء أو عواطف أو مشاعر معينة.

ج. أسلوب طرح الرسالة:

تختلف الأساليب التي يطرح بها المرسل رسائله تبعاً للمتلقي أو طبيعة الموضوع، كما تختلف أساليب معالجة وطرح الرسائل فيما بين مرسل وآخر.



3. بأي وسيلة In Which Channel

هي الأداة التي تستخدم لنقل الرسالة من المرسل إلى المتلقي، وتختلف الوسيلة باختلاف نوع الاتصال، ففي الاتصال الشخصي يكون الاتصال موجهي، أما في الاتصال الجمعي مثل المحاضرة أو الخطبة أو العظة الدينية، أو المؤتمرات تستخدم وسائط معينة، وفي حال الاتصال الجماهيري تكون الوسيلة هي الصحف أو الراديو أو التلفزيون، أو الإنترنت.



4. لمن؟ To Whom المتلقي Audience أو المستقبل Receiver

هو الفرد الذى توجه له الرسالة الاتصالية ويستقبلها من خلال واحد أو أكثر من حواسه المختلفة (السمع، البصر، الشم، الذوق، اللمس)، ثم يقوم بتفسير الرموز ويحاول فهم وإدراك معانيها.

وقد نظر علماء الاجتماع للجمهور المتلقي فى العقود الأولى من القرن العشرين على أنه مجرد حشد منعزل Mass وقد انعكس هذا المنظور الاجتماعي على التسميات التي تعتبر الجمهور طرفاً فى تركيبها مثل المجتمع الجماهيري Mass Society الذى يجمع أنماط متعددة من الأصول والثقافات، وكذلك الإنتاج الجماهيري Mass Production الذى يوزع على كل الأفراد المتباينين فى سماتهم أو خصائصهم دون النظر إلى التفاعل والمشاركة فيما بينهم.



تصنيفات جمهور وسائل الاتصال (المتلقين)

لا شك أن المتلقي يعتبر من أهم عناصر العملية الاتصالية إن لم يكن أهمها، فلا عملية اتصالية بدون متلقي، والاتصال يبدأ من معرفة المستقبل أو المتلقي الذي يتعامل معه المرسل القائم بالاتصال، أولاً معرفة خصوصيته السكانية الديموغرافية، ومن ثم خصوصيته الثقافية والمعرفية، واتجاهاته، ورغباته، وحاجاته وانفعالاته.

يرى بعض الباحثين إمكانية تقسيم جمهور المتلقين إلى نوعين رئيسيين:

1. جمهور المتلقين العام: The General Audience

وهو الذي نعنيه بمفهوم الحشد الذي يعرض نفسه لوسائل الإعلام تلقائياً وفردياً، وبطريقة شخصية، ورد الفعل عند عضو هذا الجمهور يكون مستقلاً، لاستقلال تعرضه واستجابته، ولعدم وجود اهتمامات مشتركة بين أفراد.

2. جمهور المتلقين الخاص: The Specialized Audience

وهو النمط الذي يجمع بين أفراد بعض من الاهتمامات، أو الحاجات، أو الاتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور مثل الأفراد المشتركين في صحيفة ما. وهناك كيل كبير لتصنيف الجمهور في إطار التخصص، حسب اهتماماته واتجاهاته واحتياجاته.

وهناك تصنيف آخر للجمهور المتلقي اقترحه ميلر:

1. **الجمهور الأمي: Illiterates** وهو الجمهور الذي يقرأ ويكتب ولكنه لا يميل إلى فعل ذلك وهو جمهور يميل إلى مشاهدة التلفزيون، والاستماع للراديو، ويرتاد السينما، ويكون ولاء هذا الجمهور ذاتياً لوسائل الإعلام، فيبحث عن الترفيه ويكتفي بقراءة عناوين الصحف، وهذا النمط من المتلقين كسول، يبحث عن الإثارة لا يجهد نفسه بالتفكير، وليس لديه دوافع للمشاركة وإبداء الرأي.

2. **الجمهور النفعي: Practical Utilitarian**

وهو جمهور مشارك، يتعرض لوسائل الإعلام، يرغب في الارتفاع بمستواه، يهتم بالمعرفة التي تساعد على التميز والتقدم. وهذا الجمهور يشبه الجمهور الأمي في أنه لا يميل إلى التفكير، ويظهر اهتمامه بالآراء والأفكار كمظهر فقط، لأنه يعتقد أن ذلك ينفعه في الأمد الطويل لأسباب نفعية بحتة

3. **المفكرون Intellectuals**

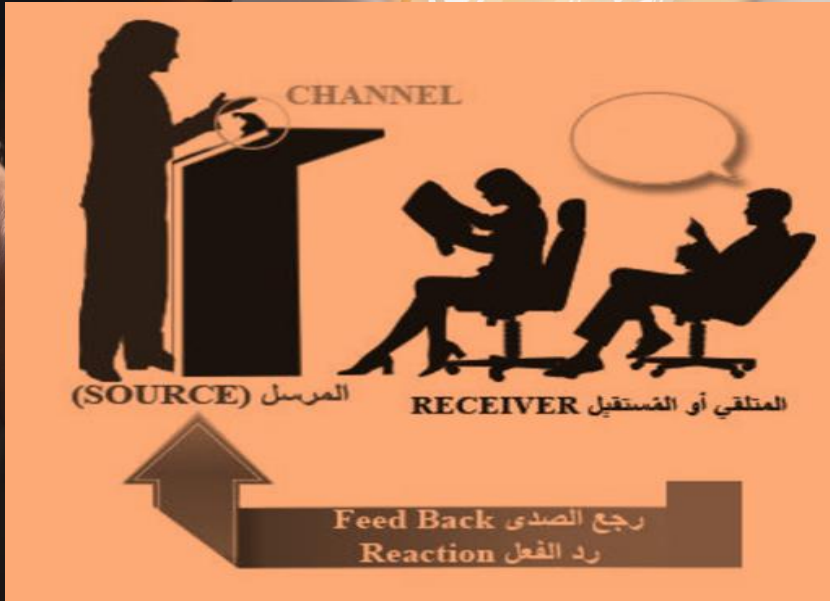
وهو الجمهور المتلقي الأقل عدداً ونسبة، ويتكون ممن يهتمون بالآراء ووجهات النظر، والمفاهيم، والأحداث الفنية والجمالية، وهذا النوع من الجمهور ليس معارضاً للحياة الاجتماعية، كما أنه ليس متحمساً لها، وهو ضد مفهوم الجمهور العام، يعتبر نفسه من الصفوة، نجده أقل اهتماماً بوسائل الإعلام، فالإعلام من وجهة نظره يستهدف السطحيين بسبب انخفاض مستواه، ويعطي للجماهير ما تريده بغض النظر عما تحتاجه.



5. رجع الصدى Feedback أو رد الفعل Reaction

رجع الصدى هو إعادة إرسال الرسالة من المتلقي المستقبل إلى المرسل القائم بالاتصال، ورجع الصدى هو العنصر الهام الذي يحقق دائرية الاتصال، حيث يصبح المتلقي مرسلاً ولذلك يسميه البعض التغذية المرتدة وهناك نوعان من الاستجابة أو رد الفعل للرسالة:

- الاستجابة العلنية: التي يمكن ملاحظتها واكتشافها.
- الاستجابة المستترة: وهي استجابة خاصة يصعب ملاحظتها واكتشافها بسهولة.



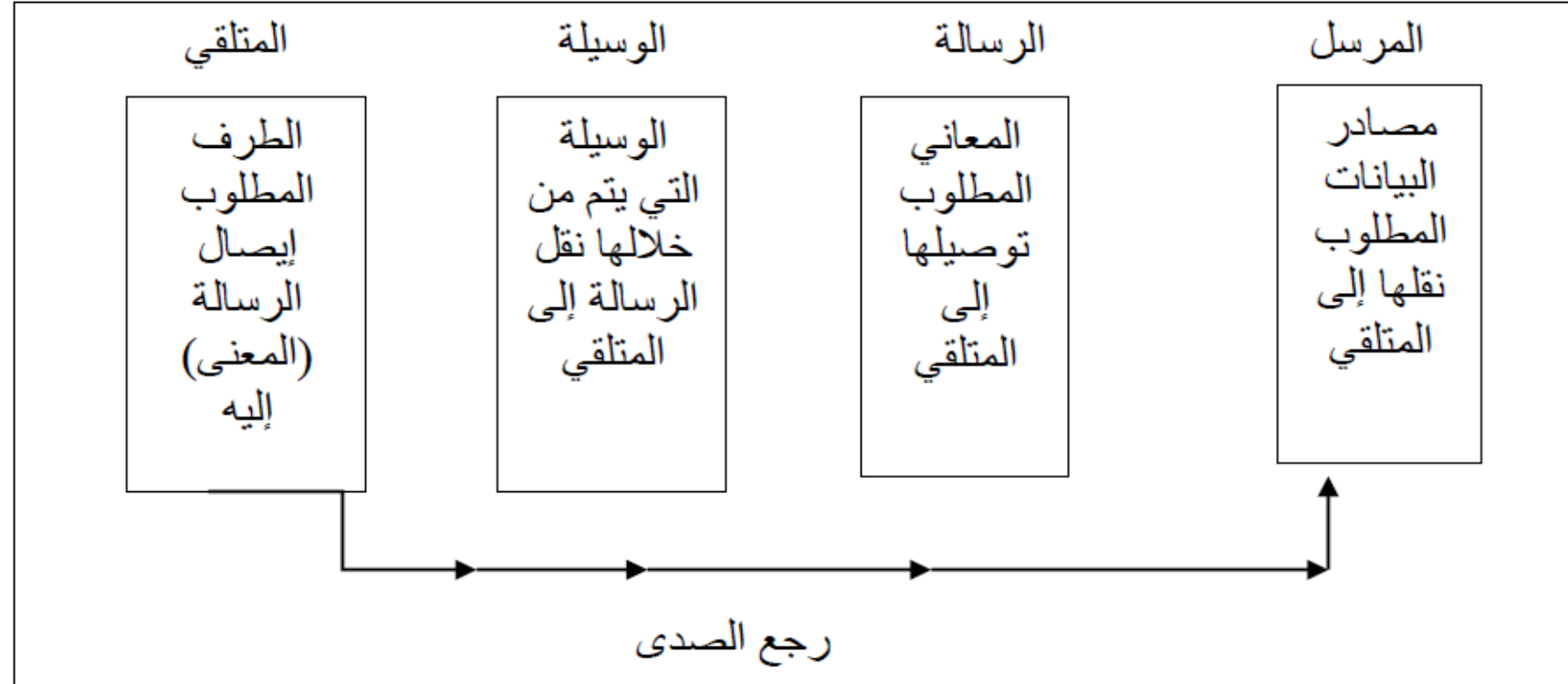
6. وبأي تأثير With What Effect

يقصد بتأثير عملية الاتصال حدوث الاستجابة Response المستهدفة من هذه العملية، والتي تتفق مع هدف الاتصال المتوقع.

ويجب التفريق بين التأثير ورجع الصدى، فالتأثير يتمثل في النتائج المترتبة على الاتصال، وهل أدى إلى تحقيق الهدف منه أم لا ... ويمكن حصر التأثيرات التي تحدثها الرسالة الاتصالية في ثلاثة مجالات:

- 1) التأثير في معلومات ومعارف المتلقي.
- 2) التأثير في اتجاهات ومواقف المتلقي، أما تثبيتاً وتعزيزاً لها، أو تغييرها إلى الاتجاه الآخر.
- 3) التأثير في السلوك.

ولا يشترط أن يحدث التأثير بشكل فوري، بل قد يكون محصلة عملية ونفسية واجتماعية عديدة يختلف تأثيرها من فرد إلى آخر، أو من جماعة إلى أخرى، مما يؤدي لحدوث الأثر بدرجات متفاوتة بين الأفراد المتلقين.



شكل (2) يبين عناصر عملية الاتصال

7. التشويش Noise

وهو عنصر يُعد من معوقات العملية الاتصالية إن توفر، وهو يعني بشكل عام عدم وضوح الرسالة الاتصالية، وعدم القدرة على تفسيرها لأسباب قد تتعلق بالمرسل أو الرسالة أو المتلقي نفسه.

عموماً يمكن اعتبار التشويش هو عدم إدراك المتلقي للرسالة بالمعنى نفسه الذي يُعنيه ويقصده المرسل القائم بالاتصال.

سادساً: شروط كفاءة العملية الاتصالية، وأهم معوقاتها.

➤ شروط كفاءة العملية الاتصالية. Effective Communication process

تعتبر كفاءة العملية الاتصالية من أكثر الأمور التي شغلت الباحثين والعلماء في مجال علم الاتصال، والحقيقة أنه توجد عدة شروط لكفاءة العملية الاتصالية ومن أهم هذه الشروط ما يلي:-

1. **وجود مرسل ومستقبل:** يجب أن يكون هناك شخص يقوم بإرسال الرسالة وآخر يستقبلها.
2. **الفهم المتبادل:** يجب أن يتم فهم الرسالة بشكل صحيح من قبل المستقبل، وأن يكون هناك تفاعل وتبادل للمعلومات بين المرسل والمستقبل.
3. **الوضوح والدقة:** يجب أن تكون الرسالة واضحة ودقيقة، حتي يتم فهمها بشكل صحيح ويتم تجنب أي سوء فهم أو تفسير خاطئ.
4. **الصدق والمصادقية:** يجب أن يكون المرسل صادقاً فيما يقول، وأن يستخدم كلمات تُعبر عن الحقيقة والواقعية.
5. **الاحترام والتواضع:** يجب أن يكون المرسل والمستقبل محترمين لبعضهما البعض، وأن يتم التعامل بتواضع واحترام.

6. **الوقت والمكان المناسبين:** يجب أن يتم إجراء الاتصال في الوقت والمكان المناسبين، وأن يتم اختيار الوسيلة الأنسب للاتصال . بناء على نوع المعلومات المراد تبادلها وطبيعة العلاقة بين المرسل والمستقبل.
7. **الاهتمام والتركيز:** يجب أن يكون المرسل والمستقبل لديهم اهتمام وتركيز خاص بالرسالة المراد تبادلها، وأن يتم إزالة أي عوامل تشتت الانتباه مثل الضوضاء أو التشويش.
8. **المرونة والتكيف:** يجب أن يكون المرسل والمستقبل قادرين على التكيف مع أي تغييرات في الوضع، وأن يتم التعامل بمرونة واستجابة لأي تحديات قد تظهر خلال الاتصال.
9. **الإيجابية والتفاؤل:** يجب أن يكون المرسل والمستقبل ايجابيين ومتفائلين، وأن يتم التعامل بنية حسنة وتفاؤل لتحقيق أفضل النتائج.
10. **الاستماع الفعال:** يجب أن يكون المستقبل قادرا على الاستماع الفعال للرسالة، وأن يتم إظهار الاهتمام بما يقوله المرسل، والتأكد من فهم الرسالة بشكل صحيح، والتعامل معها بشكل مناسب، كما يجب على المرسل أن يتأكد من أن المستقبل يستطيع الاستماع الفعال للرسالة وفهمها بشكل صحيح.

➤ معوقات العملية الاتصالية: The Communication Process Obstacles

هناك معوقات أو مجموعة من العوامل التي تعمل كمعوقات للاتصال، وتؤدي المعوقات إلى التشويش على عملية الاتصال، ويتم هذا التشويش في أي خطوة من خطوات الاتصال (عناصر الاتصال) السابق الإشارة إليها. ولهذا فإننا سنقوم بتقسيم معوقات الاتصال إلى معوقات في المرسل، ومعوقات في الرسالة، ومعوقات في بيئة الاتصال، ومعوقات في وسيلة الاتصال، ومعوقات في المستقبل، وذلك على النحو التالي:-

1. **معوقات في المرسل:** هناك مجموعة من الأخطاء التي يقع فيها المرسل عند اتصاله بالآخرين، وهذه الأخطاء تنحصر في عدم التبصير بالعوامل الفردية أو النفسية التي يمتلكها ومن هذه العوامل الدافع – الخبرة- التعليم- الفهم والإدراك- والشخصية والعمليات الوجدانية والعقلية ويمكن أن نوضحها في :
 - يخطئ المرسل عندما يعتقد أن دوافعه لا تؤثر في طبيعة وحجم المعلومات.
 - يخطئ المرسل عندما يعتقد أن سلوكه في كامل التعقل والموضوعية.
 - يخطئ المرسل عندما يعتقد أنه يتصرف فقط لمصلحة العمل وليس لمصلحته.
 - يخطئ عندما يتحيز لطبيعة الأمور والأحداث أما حسنة أو سيئة بيضاء أو سوداء.

2. معوقات فى الرسالة : تتعرض المعلومات أثناء وضعها فى رسالة لبعض المؤثرات التي تغير من أو تسمى إلى طبيعة وشكل وحجم ومعنى المعلومات والأفكار، وأن الخطأ فى الرسالة يحدث عند القيام بالصياغة أو توفير المعلومات وتحويلها إلى كلمات وأرقام وجمل وأهم هذه الأخطاء:

- يخطئ مرسل الرسالة عندما لا يدرك أو لا يفهم معنى المعلومات التي لديه.
- يخطئ أيضا عندما لا ينتقي الكلمات السهلة.
- يخطئ عندما يتعالى باللغة عن الجمهور.
- يخطئ عندما لا يتكلم باللغة والمصطلحات التي يفهمها الجمهور
- يخطئ عندما يأتي بحركات وتعبيرات جسدية قد تُعزز المعاني التي لديه.

3. **معوقات فى بيئة الاتصال:** هناك أيضا مجموعة من المعوقات المتعلقة ببيئة الاتصال، وتكون من أطراف عديدة ولا بد من الأخذ بعناصر البيئة التي يعمل فيها القائم بالاتصال وأهم هذه المعوقات هي :
- أحد أطراف الاتصال أو كلاهما لا يفهم الهدف أو الأهداف المشتركة بينهم.
 - أحد أطراف الاتصال تتعارض أهدافه مع أهداف المنظمة.
 - أحد طرفي الاتصال لا يفهم وظيفة الطرف الآخر.
 - عدم قيام بيئة الاتصال بالابتكار والإبداع.

4. **معوقات فى وسيلة الاتصال:** عدم مناسبة وسيلة الاتصال لمحتوى الرسالة ولطبيعة الشخص المرسل إليه تتسبب فى كثير من الأحيان فى فشل الاتصال، وعليه يجب أن يقوم المرسل أو القائم بالاتصال بانتقاء وسيلة الاتصال الشفوية أو المكتوبة المناسبة، وذلك حتى يزيد من فاعلية الاتصال:

- يخطئ المرسل عندما يختار وسيلة الاتصال التي لا تتناسب مع الموضوع محل الاتصال.
- يخطئ عندما يختار وسيلة الاتصال التي لا تتناسب مع الوقت المتاح للاتصال.
- عدم معرفة القائم بالاتصال بالإجراءات الرسمية فى استخدام وسيلة الاتصال.
- يخطئ القائم بالاتصال عندما يوازي بين الرسائل المكتوبة والشفوية

5. أخطاء المستقبل: معوقات العملية الاتصالية لا تقتصر فقط على القائم بالاتصال، واختيار نوع الوسيلة المناسبة، أو نمط الرسالة الموجهة للمتلقي، بل قد تطول أيضا معوقات العملية الاتصالية شخص المتلقي نفسه، وذلك عندما لا يراعي الجوانب التالية:

- عدم الإنصات الجيد.
- وضع افتراضات مسبقة على المرسل للرسالة.
- التسرع في اشتقاق النتائج.
- تنقية المعلومات التي تصله حسب ارادته، فينتقي منها ما يريد ويتجاهل منها ما لا يريد.
- أخطاء في الرد على الرسالة.
- عدم الأخذ بنظر الاعتبار الوسائل غير اللفظية أو التلميحات التي تعطي مؤشرات عن وصول الرسالة من عدمها.
- تركيز المرسل على الأهداف التي يسعى لإشباعها دون اهتمام بحاجات ودوافع المستقبل.

الخلاصة.

يعيش العالم الذي نحيا فيه على الاتصال، وهو العملية التي يقوم بها شخص ما في ظرف ما، بهدف نقل رسالة معينة، تحمل في طياتها معلومات أو آراء أو اتجاهات أو مشاعر إلى الآخرين، لهدف ما عن طريق رموز.

وقد مر الاتصال الإنساني بعدة خطوات بدأت بمرحلة الإشارات، تبعها مرحلة ظهور التخاطب باللغة، والكتابة والطباعة، ومرحلة الإعلام، وأخيراً مرحلة الاتصالات الحديثة. أما وظائف الاتصال فهي الإخبار، التعليم، نقل تراث المجتمع، الرقابة، الترفيه، الإعلان، والترويج، تكوين الاتجاهات.

وقد تعددت تقسيمات الاتصال وأنواعه لعدة معايير حسب المشاركين به (اتصال ذاتي، شخصي، جمعي، جماهيري)، وحسب نمط الاتصال (لفظي، غير لفظي)، وحسب درجة الرسمية (رسمي، غير رسمي)، وحسب جهة الاتصال (أفقي، نازل، صاعد، نازل صاعد)، كما استعرضنا مكونات العملية الاتصالية والتي تتكون من عدة عناصر أهمها (المرسل، الرسالة، الوسيلة، المتلقي، رجع الصدى، التأثير، التشويش). وأخيراً استعرضنا سوياً أهم شروط كفاءة العملية الاتصالية، وأبرز معوقاتها.

1. كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، 2020
2. هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الإعلام، جامعة المنوفية، كلية التربية النوعية، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، 2020.
3. مارك بالنافز، ستيفاني هيميلرمك، بريان شوسميث، (ترجمة: عاطف حطيه)، نظريات ومناهج الإعلام، القاهرة، دار النشر للجامعات، 2017.
4. عبد الرازق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016
5. محمد على أبو العلا، نظريات الاتصال المعاصرة في ضوء تكنولوجيا الاتصال والعولمة، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2013.
6. حسن عماد مكاي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، جامعة القاهرة، مركز دراسات الرأي العام، 2007.
7. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، 2004.
8. عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام والرأي العام: الأسس العلمية والتطبيقات العربية، دار الفكر العربي، 2002
9. ملفين لـ. ديفلير، ساندرابول - روكيتش، (ترجمة كمال عبد الرؤوف)، نظريات وسائل الإعلام، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1993.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

Thank You

لمزيد من الاستفسارات، يمكنكم التواصل معي عبر البريد الإلكتروني التالي:

Shereen.farouk@esu.ac.ae

