

تحديد مفهوم الإتصال Defining Communication يرجع أصل كلمة إتصال Communication إلى الكلمة اللاتينية Communis ومعناها Common أي "مشترك" أو "عام"، ويعد الإتصال من أقدم أوجه النشاط الإنساني، وتلعب أنواع الإتصال المختلفة دوراً كبيراً في حياة كل شخص مهما كانت الوظيفة التي يشغلها، أو وقت الفراغ المتاح أمامه، فالإتصال يؤثر على كل فرد بشكل أو بآخر، ويعد الإتصال من السمات الإنسانية الأساسية، وسواءً أكان إتصلاً فعلياً أم مستتراً، فالإتصال هو القناة التي تربطنا بالإنسانية، وهو الذي يمهد لكل مانقوم به من أفعال. فإنهم: يتناول أي ظرف يتوافر فيه مشاركة عدد من الأفراد في أمر معين، ويقول الباحث "جورج لنديج" ان كلمة "إتصال" تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات و الرموز، أي أن الإتصال هو نوع من التفاعل الذي يحدث بواسطة الرموز. وفيها يتم نقل أفكار و معلومات (منبهات) بين الأفراد عن قضية أو معنى أو واقع معين، وذلك عن طريق إنتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الإتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات بإستخدام رموز ذات معنى و مفهوم بنفس الدرجة لدى الطرفين. بمعنى أن يكون هذا النسق الإجتماعي مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو جماعة صغيرة أو مجتمع قومي أو حتى المجتمع الإنساني ككل. بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع، ويلاحظ أن كلمة "إتصال" تستخدم في سياقات مختلفة، وفي صيغة الجمع Communications تشير إلى الوسائل التي تحمل مضمون الإتصال. حيث لا يوجد تعريف واحد لعملية الإتصال ولكن هناك العديد من التعاريف منها: - أن الإتصال يتضمن كل أشكال التفاعل أو السلوك الإنساني الذي يمكن أن يؤثر من خلاله شخص في شخص آخر سواء بقصد أو بغير قصد. - إن عمليه الإتصال مبنية على علاقة بين طرفين أو أكثر. - الإتصال نوع من أنواع التفاعل الذي يحدث بسبب الرموز: والرموز عبارة عن ما يتم إستخدامه من الإتصال اللفظي و الغير لفظي لنقل ما نود أن نقوله للآخرين فبسبب ما نقوله يحدث نوع من أنواع التفاعل و التواصل. تنتقل من خلالها رسالة تحمل المعلومات أو الآراء أو الإتجاهات أو المشاعر إلى الآخرين ، ثانياً : مكونات علمية الإتصال هي الفكرة أو الموضوع الذي يتم نقله، وتتضمن الرسالة معلومات وآراء وأفكار يتم التعبير عنها في شكل رموز ، وقد تكون في صورة غير لفظية None Verbal مثل الإيماءات والإشارات والحركات والتصرفات والأفعال التي لها معنى ومغزى يختلف من ثقافة إلى حيث أن الرسالة تتضمن المعلومات التي يتم التعبير عنها برموز دالة - : المحتوى. و قد تكون في شكل : - صورة. 3- الوسيلة " قناة " Channel : يقصد بها القناة التي من خلالها يتم توصيل الرسالة ، أي هي القناة التي من خلالها يتم توصيل الرسالة من المصدر إلى المستقبل ، وقد تكون : - الهواء: حوار مباشر بين أشخاص. - الراديو: وسائل مسموعة. فعندما نتحدث إلى صديقك يكون هذا الصديق هو المستقبل ، وعندما تلقي محاضرة للطلاب يكون الطلاب هم المستقبلون ، أما الإذاعة فمستقبلوها هم المستمعون ، 5- رجع الصدى أو ردة الفعل Feed Back : ويتمثل في ردة فعل المستقبل على الرسالة الأصلية . فمثلاً إذا أخبرت زميلاً لك بأنه قد نجح في مسابقة معينة (رسالة (وأبدى هذا الزميل بما يعبر عن فرحته بشكل لفظي أو غير لفظي يكون هذا ردة فعله ، وينقسم رجع الصدى إلى ثلاثة أنواع : 1- رجع الصدى الإيجابي : وهو الذي يدل على أن المستقبل قد وصلته الرسالة على النحو المطلوب 2- رجع الصدى السلبي : وهو الذي يدل على أن المستقبل لم تصله الرسالة أو لم يفهمها على النحو المطلوب وبالتالي 3- رجع الصدى المتناقض أو غير المحدد : وهذا النوع من رجع الصدى الذي لا يمكن تقدير ما إذا كان سلباً أو إيجاباً، وهذا قد يحدث في الموقف الإتصالي الواحد (كأن يبدي المستقبل ردود فعل متباينة - من الفهم وعدم الفهم، حيث أن ردة الفعل للمستقبل بعد تلقي الرسالة من المصدر تكون ردة الفعل المباشرة و غير المباشرة أي أن: - أسرع ردة فعل تكون في الاتصال الشخصي (ردة الفعل المباشرة). - ردة الفعل غير مباشر بالنسبة لوسائل الإعلام الجماهيرية : الجريدة ، - أما الإعلام الحديث و الانترنت أدى إلى تسريع عملية الإتصال و ردة الفعل. فقد يكون التغيير في المعلومات أو القيم أو الإتجاهات أو المعتقدات أو الآراء أو السلوك . حيث أن نتيجة الإتصال تقع على المرسل والمتلقي على حد سواء ، وقد يكون الأثر نفسي أو إجتماعي ، ويتحقق أثر وسائل الإعلام حيث أن تأثير الرسالة من المصدر على المستقبل يكون : ● الأثر المعرفي Knowledge Based Effects : - أخبار الجريدة. - حملات إعلامية: ترشيد. وهي كل المعوقات في الاتصال بين المصدر و المستقبل حيث تتعرض عمليات الاتصال لعوائق تحد من وصول الرسالة إلى المتلقين بالصورة التي يريدها المرسل وتمثل تلك العوائق وسائل للتشويش تعترض نجاح عمليات الاتصال. ب- تشويش ميكانيكي: وهو تشويش ينتج من الوسيلة التي تنقل الرسالة ، ثالثاً : أنواع الإتصال تتعدد أنواع الإتصال من حيث اللغة المستخدمة ومن حيث حجم المشاركين في العملية الإتصالية وهي كالتالي: أولاً : نوع الإتصال من حيث اللغة المستخدمة : 1- الإتصال اللفظي Verbal Communication : يدخل ضمن هذا التقسيم كل أنواع الإتصال التي يستخدم فيها " اللفظ " كوسيلة لنقل رسالة من المصدر

إلى المتلقي ، ويكون هذا اللفظ منطوقاً فيدركه المستقبل بحاسة السمع . وقد بدأ استخدام اللغة في التفاهم الإنساني عندما تطورت المجتمعات وأصبحت قادرة على صياغة كلمات ترمز إلى معانٍ محددة يلتقي عندها أفراد المجتمع ، ويعتمدون على دلالتها والتعبير عن مشاعرهم . وهذا النوع من الإتصال يمكن أن يستخدم طرق الأداء الأخرى غير اللفظية مثل الحركة . أي أن الإتصال اللفظي يشمل كل أنواع الاتصال التي يستخدم فيها اللفظ كوسيلة لنقل رسالة من المصدر إلى المستقبل و من المتحدث إلى المستمع حيث يجمع بين الألفاظ المنطوقة و الرموز الصوتية ، مثل : - علو الصوت وانخفاضه. - سرعة الكلام وبطئه. 2- الإتصال غير اللفظي None Verbal Communications : يدخل ضمن هذا التقسيم كل أنواع الإتصال التي تعتمد على اللغة غير اللفظية ، ويقسم بعض العلماء الإتصال غير اللفظي إلى ثلاث لغات وهي : أ- لغة الإشارة Silent Language : وهي تتكون من الإشارات البسيطة أو المعقدة التي يستخدمها الإنسان في الإتصال بغيره : - البسيطة: الكل يفهما واضحة، - المعقدة: لغة الصم و البكم، يقصد من إستعمالها نقل الإحساس بالجو والزمان الفرعوني إلى المشاهدين لكي يعيشوا فيها طوال عرض المسرحية ، ثانياً : نوع الإتصال من حيث حجم المشاركين في العملية الإتصالية : 1- الإتصال الذاتي Interpersonal communication : هو الإتصال الذي يحدث داخل عقل الفرد ويتضمن أفكاره وتجاربه ومدركاته ، هو كل ما يدور بين الفرد ونفسه وهو كل ما يحدث داخل رأسه ، أي أسلوب الفرد في إعطاء معنى وتقييم للأفكار والأحداث والتجارب المحيطة به . حيث يشمل هذا النوع كافة العمليات العقلية المرتبطة بالتذكر والتخيل وأحلام اليقظة، وقد يتخذ الصورة اللفظية أو غير اللفظية بما يعبر عما يحدث داخل عقل الفرد ويكون الفرد هنا هو المرسل والمستقبل في آن واحد ، 2- الإتصال الشخصي Face to Face communication : هو الإتصال المباشر أو الإتصال المواجهي حيث يمكن فيه أن نستخدم حواسنا الخمس ، ونتيجة للإتصال المواجهي تتكون الصداقات والعلاقات الحميمة بين الأفراد ، وهو الإتصال الذي يكون فيه المرسل والمستقبل موجودين في مكان واحد بحيث يرى كل منهما الآخر. ويتميز الإتصال الشخصي بما يلي : أ- إنخفاضتكلفة الإتصال بالمقارنة بالوسائل الأخرى، ب- إمكانية إستخدام اللغة المناسبة لمستوى الأفراد الذين نتحدث إليهم . 3- الإتصال الجمعي Group Communication : يحدث الإتصال الجمعي بين مجموعة من الأفراد مثل أفراد الأسرة ، جماعات الأصدقاء لقضاء وقت الفراغ أو التحدث ، حيث تتنوع مجموعات الإتصال الجمعي ، مثل : - مجموعة ما بين 3 إلى 15 شخص. - تمكن كل عضو من الاتصال بحرية مع أعضاء الجماعة الآخرين. - المجموعة لها هدف (الأسرة- جماعات العمل- الأصدقاء - كرة قدم- اللجان . وهي بصفة عامة تنقسم إلى ثلاثة أنواع على النحو التالي : وهي التي تتدفق من أعلى التنظيم إلى أسفل ، وتهدف إلى نقل الأوامر والتعليمات والتوجيهات والقرارات وتتم عادةً بالعديد من الصيغ المألوفة في الإتصال مثل المذكرات والتعاميم والنشرات واللقاءات الجماعية، وغالباً ما تكون التغذية العكسية في هذا النوع من الإتصالات منخفضة. أما الإتصالات الصاعدة : وهي الإتصالات الصادرة من العاملين أو الموظفين إلى الإدارة العليا وتضم نتائج تنفيذ الخطط وشرح المعوقات والصعوبات في تنفيذ الملاحظات والأراء ، 2- إتصالات أفقية: وهي الإتصالات الجانبية التي تتم بين الأفراد أو الجماعات في المستويات المتقابلة ، ويعزز هذا النوع من الإتصالات العلاقات التعاونية بين المستويات الإدارية المختلفة خصوصاً إذا ركزت على : تنسيق العمل وتبادل المعلومات ، ودعم صلات التعاون بين العاملين . 3- الإتصالات المحورية: وهي الإتصالات بين المدراء وجماعة العمل في إدارات غير تابعة لهم تنظيمياً ، ويحقق هذا النوع من الإتصالات التفاعلات الجارية بين مختلف التقسيمات في المؤسسة ، وعادةً لا يظهر هذا النوع من الإتصالات في الهياكل التنظيمية . ب- الإتصالات غير الرسمية : وهي الإتصالات التي تنشأ بوسائل غير رسمية ولا تتضمنها اللوائح والإجراءات الرسمية وإنما تحددها الصلات الشخصية والعلاقات الإجتماعية (تبادل المعلومات في حفلات العشاء ، ويمتاز هذا النوع من الإتصالات بسرعتها مقارنةً بالإتصالات الرسمية وقد أشارت بعض البحوث أنه يختصر أكثر من 75% من الوقت في نقل المعلومات ، 5- الإتصال الجماهيري Mass Communication : هو عملية الإتصال التي تتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية ، والمقدرة على نقل الأفكار والمعلومات والمعارف والترفيه . وتشمل وسائل الإعلام الجماهيرية Mass Media تلك الوسائل التي لها مقدرة على نقل الرسائل الجماهيرية من مرسل إلى عدد كبير من الناس، وقد نشأت هذه الوسائل وتطورت في ظل ظروف تاريخية وإجتماعية ودولية. وتحتاج وسائل الإتصال الجماهيرية إلى توافر بعض الشروط اللازمة لنموها وإزدهارها في أي مجتمع من المجتمعات وهي: 1- وجود قاعدة إقتصادية متينة توفر التمويل اللازم للحصول على تكنولوجيا الإتصال، ويدخل في هذا المجال زيادة التعليم بين أفراد المجتمع، فالعلاقة بين المستوى العلمي و الثقافي وزيادة التعليم تتناسب طردياً مع تقدم وسائل

الإعلام، فعلى سبيل المثال: نجد أن توزيع الصحف والمجلات والكتب ينحدر بشدة في المجتمعات التي تسود فيها الأمية، 3- وجود قدر معقول من الكثافة السكانية في المجتمع، ذلك أن وسائل الإعلام ذات تكلفة باهضة، بفعالية يحتاج إلى كثافة سكانية يمكنها أن تستهلك نتاج الوسائل الإعلامية. ويتيح لها جمهور واسع يدعم وجودها، خصائص الإتصال الجماهيري : تؤثر وسائل الإتصال الجماهيرية في الأفراد والمجتمعات، غير أن الإتصال الجماهيري يختلف عن أنواع الإتصال الأخرى من عدة نواحي هي:

1- يعتمد الإتصال الجماهيري على التكنولوجيا أو وسائط النقل - سواء أكانت ميكانيكية أم إلكترونية - مثل: الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون والسينما أو توليفة من كل ذلك، ويغير إستخدام كل وسيلة من طبيعة الإتصال إلى حد ما. فالمساحات الشاسعة والتمايز بين الجماهير يجعل الإتصال الجماهيري مختلفاً عن أنواع الإتصال الأخرى، فالمرسل والمستقبل لايعرف كلاهما الآخر معرفة حقيقية. 3- تتسم المصادر في الإتصال الجماهيري بكونها ناتجة عن منظمات رسمية مثل: الشبكات والسلاسل، فالإتصال الجماهيري عبارة عن إنتاج جماعي - عادة ما - يتسم بالبيروقراطية التي تستهدف تحقيق الربح أو كسب الولاء مهما كانت الظروف. 4- تتسم رسائل الإتصال الجماهيري بالعمومية حتى تكون مقبولة ومفهومة من الجماهير المتعددة. 5- يتم التحكم في الإتصال الجماهيري من خلال العديد من حراس البوابة الإعلامية، 6- يكون رجع الصدى متأخراً في الإتصال الجماهيري عن أنواع الإتصال الأخرى، بطيئاً فإنه يقلل من فرصة التعرف على جدوى الرسالة وتأثيرها بالنسبة للمرسل والمستقبل. وإذا كان الإتصال الجماهيري يتسم بأن القائم بالإتصال يكون محترفاً، هذه الخصائص مجتمعة هي التي تميز الإتصال الجماهيري . نحن نستخدم وسائل الإعلام لأغراض عديدة و متنوعة، وكثير من هذه الأغراض تحدث أحياناً بدون وعي من الشخص، أي أنه يتابع وسائل الإعلام ولا يعرف على وجه التحديد لماذا يتابعها ؟ ومن هذه الوظائف أو الأغراض التي تدفعنا لمتابعة وسائل الإعلام ما يأتي : 1- الحصول على المعلومات (الإعلام) : فنحن نحصل على كميات شاسعة من المعلومات عبر وسائل الإعلام ، 2- توجيه الفهم (التنشئة الإجتماعية) : فنحن نفهم العالم من خلال وسائل الإعلام ، وقد يكون العالم الذي تنقله وسائل الإعلام حقيقياً أو غير حقيقي ، ولكنه يجعلنا أقل قلقاً وأكثر فهماً . 4- فهم الذات : فنحن نفهم أنفسنا عبر وسائل الإعلام من خلال استكشاف الواقع ، 5- تسهيل التفاعل الإجتماعي (الحوار والنقاش) : وسائل الإعلام تزودنا بالأشياء التي نتحدث عنها ونمارسها ، 6- بديل للتفاعل الإجتماعي : يستخدم بعض الناس وسائل الإعلام كبديل للتفاعل الإجتماعي ، والتوحد معها تماماً في الآمال والألام والمواقف المختلفة، وتزداد أهمية هذا الغرض لدى الأشخاص الذين يعانون من العزلة ويفتقدون التفاعل الإجتماعي الطبيعي. حيث يستخدم الفرد وسائل الإعلام لإطلاق العنان للإنفعالات والمشاعر والعواطف والأحاسيس ، هذه بعض الأغراض التي لأجلها نستخدم وسائل الإعلام ، ومن مصادر قوة وسائل الإعلام : إن وسائل الإعلام في عالمنا المعاصر تتميز بقدرة عالية على التأثير القوي والفعال ، وذلك للأسباب التالية : 1- التنوع : حيث توجد جميع الوسائل المقروءة ، 2- الجاذبية : حيث يتم توظيف جميع الجوانب الجمالية والنفسية في جذب الإنتباه والتأثير والإقناع . 3- التفاعلية : حيث يمكن للمتلقي التفاعل مع كثير من تلك الوسائل. 4- الوفرة : تعمل كثير من وسائل الإعلام على مدار الساعة ، ولذلك فهي متوفرة للمتلقي في كل وقت. 5- سهولة التواصل : حيث يمكن متابعة وسائل الإعلام من كل مكان، 6- الخصوصية : حيث يمكن للمتلقي التعامل مع تلك الوسائل بخصوصية تامة، أو ثقافية أو إجتماعية . 8- الإختراق : حيث لم تترك هذه الوسائل الإعلامية مجالاً لم تدخل فيه ، فجميع المجالات بلا إستثناء قيمة وإجتماعية وسياسية وإقتصادية صارت ميداناً لهذه الوسائل العلمية. هذه الأسباب وغيرها جعلت أثر الإعلام على المستوى العالمي يفوق أثر المدرسة والأسرة وجميع مؤسسات المجتمع