

المحاضرة الأولى: مفهوم الاتصال وعلاقته بمفاهيم أخرى:

أهداف المحاضرة الأولى:

- يتعرف الطالب على مفهوم سيكولوجية الاتصال. (لغة، اصطلاحاً)
- يتعرف الطالب على مفهوم الاتصال في علم النفس.
- سيكولوجية الاتصال وعلاقتها بمفاهيم أخرى:

تمهيد:

يؤكد العلماء ان الانسان اجتماعي بطبعه ولتأسيس القدرة على فهم انفسنا و فهم الاخرين لابد ان ندرك ان الذات الإنسانية بشكل عام ما هي الا نتيجة مزيج من الخبرات و التأثيرات البيئية المجتمعية المحيطة بها ، مما ينتج عنه الشخصية الخاصة بكل منا، و لعل ابرز هذه التأثيرات على الفرد هي مسالة الحوار كمسالة أساسية في عملية التواصل الإنساني، فإتقان الحوار يرجع الى عدة عوامل كأسلوب التنشئة الاجتماعية في اول و اهم مؤسساته هي الاسرة مرورا بالمدرسة و جماعة الرفاق و هذه الوسائل التربوية التي تكسب الفرد الفرص المناسبة لممارسة كثير من الأدوار .

ان الانسان في مختلف مراحل عمره في حاجة ملحة وقوية للتفكير والتعبير عن الذات، ويعتبر اختيار الكلام من اهم المهارات العقلية التي يمكن تنميتها عند الطفل في مراحل عمره المبكرة وذلك لان طفل اليوم هو رجل الغد وهو صانع لمستقبل بلده و قائد له من هنا كان من الضروري ان يهتم المجتمع و المؤسسات التعليمية بتنمية تلك الإمكانيات...حتى يصبحوا شبابا قادرا على الحوار الجيد و التواصل الفعال و بذلك يستطيعون مواجهة و حل مشاكلهم و مشاكل المجتمع بأسره، و ذلك يؤدي الى تطوير و ازدهار المجتمع بأكمله.

أولاً: تعريف الاتصال:

أ - تعريف الاتصال لغة:

أصل كلمة اتصال في اللغة العربية مشتق من الفعل الماضي الثلاثي "وصل"، والمضارع منه "يصل"، ويقال "وصل الشيء" او "وصل الى الشيء وصولاً" أي بلغه و انتهى اليه. (فاطمة حسين عواد، 2010،

ص14)

وفي القاموس المحيط اشتقت كلمة "تواصل" من الفعل وصل الشيء بالشيء وصلا وصله، أي بلغه وانتهى اليه ولم ينقطع، وفي المعجم الوسيط جاءت كلمة "تواصل" في باب "اوصله" الشيء انتهائه او إبلاغه إياه وتوصل الى الشيء انتهى اليه وبلغه وفي مختار الصحاح وردت كلمة "تواصل" مشتقة من الفعل "وصل" ووصل الى الشيء وصولا أي بلغه.

ويعرف التواصل لغة أيضا انه: الاتصال والصلة والترابط والالتئام، فالاتصال في اللغة لا يخرج عن معنى القرب وبلوغ الغاية، والوصول ضد الهجران وكل شيء اتصل بشيء مما بينهما وصله.

ولكلمة اتصال مدلولات عديدة فهي تعني بصيغة المفرد (communication) تبادل الأفكار والرسائل والمعلومات، تتضمن أيضا معنى المشاركة او التفاهم حول شيء او فكرة او إحساس او اتجاه او سلوك او فعل ما، وتشير في صيغة الجمع (communications) الى الوسائل التي تحمل مضمون الاتصال. (سنة سليمان، 2014، ص 25)

وكلمة اتصال في اللغة الإنجليزية Communication تعني: "تبادل المعلومات او الأفكار او الآراء عن طريق الكلام او الكتابة او الإشارة فهي عملية انشاء المعاني ومشاركة الاخرين فيها من خلال استخدام الرموز. (إسماعيل عبد الفتاح، 2019، ص 11)

ويحدث الاتصال عندما يقوم الشخص بإرسال او استقبال المعلومات والأفكار والمشاعر مع الاخرين، هذا الامر لا يشمل اللغة المنطوقة او المكتوبة فحسب، ولكنه يشمل كذلك لغة الجسد وأسلوب الشخص في طريقة تعبيره للأخرين.

ب- تعريف الاتصال اصطلاحا:

يعرفه واران: بانه "نقل انطباع او تأثير من منطقة الى أخرى دون النقل الفعلي لمادة ما، و قد تشير الى "نقل انطباعات من البيئة الى الكائن و بالعكس، او من فرد الى اخر".

ويستخدم مفهوم التواصل عادة في حدود المعنى الأخير للإشارة الى الظاهرة الأساسية في علم النفس: مثال ان الكلام وسيلة من وسائل الاتصال.

ذلك ان علم النفس يتناول الاتصال بالدراسة بوصفه نسقا جماعيا يؤثر بطريقة او أخرى في العلاقات المتبادلة بين أعضاء الجماعة وآرائهم واتجاهاتهم وما الى ذلك.

وهناك اتفاق بين العلماء على تعريف الاتصال على انه:

" هو العملية التي يتم عن طريقها تكوين العلاقات بين أعضاء المجتمع سواء كان صغيرا او كبيرا ويتبادل المعلومات والأفكار فيما بينهم"

هو عملية أساسية في حياة المجتمع، ويدخل ضمن هذه العملية كل ما يتعلق بانتقال الأفكار والمعلومات من فرد الى اخر او من جماعة لأخرى سواء ذات طبيعة اجتماعية او ثقافية او عكسية".
وتعرفها الجمعية الامريكية للتدريب على الاتصالات التنظيمية بانها: "عملية تبادل الأفكار والمعلومات من اجل إيجاد فهم مشترك وثقة بين العناصر الانسانية في المنظمة.

تعريف الاتصال من وجهة نظر المدرسة السلوكية:

"الاتصال هو عملية نقل المعاني عن طريق الرموز".

فعندما يتعامل الأفراد مع بعضهم البعض بواسطة الرموز، فإنهم يقومون بعملية الاتصال ولا يمكن القول بأن عملية الاتصال تمت بين مرسل الرموز ومستقبلها إلا إذا فهم كل منهما موقف الآخر، أو بمعنى آخر حدث تجاوب بينهما أو إدراك المستقبل وجهة نظر المرسل، وعلى هذا فلكي يتم الاتصال يجب أن يكون معنى الرمز واحداً عند المرسل والمستقبل... وهناك أمثلة كثيرة في الحياة العملية وفي التاريخ تبين إخفاق الاتصال بين الأفراد والجماعات والدول وخصوصا بين أجناس مختلفة مما يؤدي إلى سوء التفاهم والمنازعات وأيضاً الحروب.

ويعرف كارل هوفلاند 1948 c.Hovland الاتصال بأنه " العملية التي يقوم بموجبها شخص او الفرد(المرسل) أي القائم بالاتصال بارسال منبهات (عادة رموز لغوية) بقصد تعديل او تغيير سلوك شخص (مستقبل الرسالة) اذ ينبغي التعريف على ان القائم بالاتصال لا أي بشكل هادف منبهات للأحداث. (سناء سليمان، 2014، ص27)

فعملية الاتصال عبارة عن وسائل وأساليب تعمل على نقل الإشارات والمعلومات بين الناس، والتبادلات الفكرية والوجدانية، كما انها وسيلة نقل مجموعة من الرسائل من شخص مرسل الى شخص مستقبل، اما عملية الاتصال نفسها فهي عبارة عن النمط الذي يتم بين شخصين او أكثر من اجل الوصول الى اهداف معينة مفادها نقل رسائل واضحة بين الناس، اما الاتصال الجماعي بين الناس يكون بنفس الهدف ولكن بطريقة مختلفة أي انه يكون باستخدام وسيلة مختلفة، حيث ان طريقة الاتصال بين شخصين لا تكون كتلك التي بين مجموعة.

ويعرف الاتصال بأنه: " العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة-كائنات حية او بشر او الات في مضامين اجتماعية معينة، وفيها يتم نقل أفكار ومعلومات(منبهات) بين الافراد عن قضية او معنى او واقع معين، فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء.

ويعرف محمد عبد الحميد الاتصال بأنه: " العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالة بين الافراد او الجماعات داخل المجتمع وبين الثقافات المختلفة لتحقيق اهداف معينة". (كمال الحاج،2020، ص3)

ويعرف كذلك بأنه " عملية نقل المعلومات من شخص الى اخر، وهي العملية التي تتضمن مرسل ومستقبل ورسالة ووسيلة والتغذية الراجعة مرة أخرى في بعض الأحيان.

وكلمة اتصال تستخدم لتشير الى التفاعل بواسطة العلامات والرموز، وتتكون الرموز عبارة عن حركات او صور او لغة او أي شيء اخر تعمل كمنبه للسلوك، أي ان الاتصال هو نوع من التفاعل الذي يحدث بواسطة رموز.

ويعرف ياغي الاتصال الشخصي بأنه: «عملية نقل هادف للمعلومات، من شخص الى اخر بغرض إيجاد نوع من التفاهم المتبادل بينهما. (ياغي عبد الفتاح،1403هـ، ص156)

ثانيا: سيكولوجية الاتصال وعلاقتها بمفاهيم أخرى:

اولا: الاتصال في مجال الإعلام:

يعتبر مصطلح الاتصال المصطلح الرئيسي الذي يمثل النشاط الأساسي الذي تندرج تحته كافة أوجه النشاط الإعلامي والدعائي فهو العملية الرئيسية التي يمكن أن تتطوي بداخلها عمليات فرعية أو أوجه نشاط متنوعة قد تختلف من حيث أهدافها ولكنها تتفق جميعاً فيما بينها في أنها عمليات اتصال بالجمهور ومن هذه الأنشطة الإعلام، الإعلان ، المعلومات، لدعاية.

-سيكولوجية الإعلام:

تعتبر عملية الإعلام عملية اتصال بين مرسل (الإعلامي) ومستقبل (الجمهور) عن طريق وسيلة إعلامية (الصحيفة أو الإذاعة أو التلفزيون أو السينما ...) تنتقل بواسطتها الرسالة الإعلامية (في شكل رموز لغوية ومصورة) من طرف إلى آخر، ويقوم الجهاز العصبي بالدور الرئيسي في استيعاب الرسالة الإعلامية باعتبارها مثيراً يستجيب له الأفراد أو الجماعات.

ثانياً-سيكولوجية الإعلان:

ينظر علم النفس إلى الإعلان من حيث أنه موقف إدراكي عام (لا يتطلب استجابة مباشرة يجعل الفرد يستجيب فيما بعد وفقاً لما ينطبع فيه من آثار نتيجة لهذا الموقف بحيث تكون الاستجابة المرجأة فيها نوعاً من التفضيل لموضوع الإعلان.

ومن أهم قوانين الإدراك التي يستفيد منها الإعلان ما يلي:

قانون التكرار، قانون الأولوية، قانون الحدائة، قانون الشدة، قانون ثبات الملابسات.

ومن أهم أهداف الإعلان إثارة وجذب وتركيز انتباه أكبر عدد ممكن من الأفراد الذين تصلهم وسيلة النشر الإعلانية والاحتفاظ بهذا الانتباه أطول مدة ممكنة. أي أنه لا بد أن يترك تأثيراً قوياً في ذاكرة الفرد بحيث يمكن استدعاء بعضه أو كله بعد فترة من الزمن ويلجأ المعلن في هذا الصدد إلى كل وسائل التشويق والجدة والطرافة ... الخ،

ثالثاً- سيكولوجية العلاقات العامة:

حيث تستهدف كل منها تحقيق غايات وأهداف معينة في مجالات متنوعة قد تختلف عن غايات وأهداف أوجه النشاط الأخرى إلا أن المتغير الرئيسي الذي يربطها كونها عمليات اتصال تستخدم فنون الاتصال ووسائلها وتقنياته في تحقيق أهدافها.

تعريفها:

ويرى (إيفي لي (Ivy Lee) أبو العلاقات العامة كما يسمونه، أن مهمة العلاقات العامة تتصل بالإعلام ونشر المعلومات الصحيحة عن المؤسسة للجمهور وذلك لكسب وده، وتستخدم في ذلك نشرات الأخبار والصور وإذاعة البيانات والتعليقات وعرض الأفلام وتنسيق المعارض والندوات. ويقوم جهاز العلاقات العامة بالتعريف بأهداف المنظمة وبنشاطها، وتحاول كسب التأييد المستمر لهذه الأهداف أو لهذا النشاط بمختلف طرق الإقناع.

سيكولوجية العلاقات العامة:

إن دراسة النقاط السابقة تعتمد في جوانب كثيرة منها على ما يقدمه علم النفس بصفة عامة وعلم النفس الاجتماعي بصفة خاصة، ويهنا هنا أن نبرز أهمية مفهوم الجماعة في العلاقات العامة. فقد يتطلب الأمر بالنسبة لمشكلات معينة، أو ظروف معينة دراسة جمهور العملاء أو الموظفين أو المتعهدين أو حاملي

الأسهم أو المسؤولين الحكوميين، الخ... وقد تكون كل فئة من هؤلاء جماعة مرجعية لها تأثيرها على المنظمة في زمن معين، وكل فئة بالتالي لها جماعاتها المرجعية التي قد تعمل المنظمة على التأثير فيها . وإذا كان هدف العلاقات العامة هو كسب ثقة الناس في المنظمة وفي أهدافها، فإن أحسن وسائل كسب هذه الثقة هو العمل على الاحتفاظ بمستوى مرتفع من الروح المعنوية بين موظفي وعمال المنظمة.

رابعاً-سيكولوجية الدعاية:

تعريف الدعاية:

يمكن تعريف الدعاية بأنها نشر معلومات (حقائق أو مبادئ أو مجادلات أو اشاعات او انصاف حقائق او اكاذيب) وفق اتجاه معين من جانب فرد او جماعة في محاولة منظمة للتأثير في الراي العام وتغيير اتجاه الافراد والجماعات باستخدام وسائل الاعلام والاتصال بال جماهير.

وهناك اراء ترى ان الدعاية (من يقوم بالدعاية) يعتمد إخفاء جزء من الحقيقة في محاولة الإقناع، وقد تكون الدعاية نوعاً من الاعلام والتعليم والتثقيف إذا قام بها رجال الإصلاح والدعوة والفكر لاجتذاب الناس الى مبادئ جديدة تعتمد على الحقيقة، وقد تعتمد الدعاية الى استغلال الافراد اقتصاديا او اجتماعيا او سياسيا حتى يخفي القائم بها غرضه الحقيقي.

وعلى العموم فان علم النفس الاجتماعي يرى في الدعاية محاولة للتأثير في اتجاهات الناس وآرائهم وسلوكهم بحيث تأخذ الوجهة التي يرغب فيها الداعية ويكون هذا عن طريق الإيحاء أكثر مما يحدث بواسطة الحقائق والمنطق، فالدعاية تخاطب الفرد والجماعة بقصد توجيه الأفكار والسلوك واتقاء ردود الفعل المثير للشك والحصول على نتيجة معينة.

ومن مبادئ الدعاية محاولة الوصول الى بؤرة الانتباه وجذب انتباه ولفت انظار أكبر عدد من الجمهور، والاعتماد على الترغيب والتشويق والمبالغة وضرب الأمثلة وتقديم العينات.

وتساعد الدعاية في تكوين الآراء، وتغيير الاتجاهات، وتعديل السلوك، ومن ثم يجب الاهتمام بدراسة الراي العام والاتجاهات وطرق دراسة وتعديل السلوك، ويجب استغلال نتائج هذه الدراسة توجيهها في عملية الدعاية، وخلق الشعور باجماع الراي العام على موضوع الدعاية، وتمس الدعاية الدوافع النفسية لدى الافراد والجماعات. (عبد الفتاح دويدار، 1999، ص111).

الاتصال في مجال الإدارة:

يعرف بأنه عملية نقل فكرة معينة أو معنى محدد في ذهن شخص آخر أو آخرين بالحالة التي هي عليها تلك الفكرة أو هذا المعنى». والهدف من وصول الرسالة من المرسل منه ذهن مستقبلها كما هو الحال في محاولة لرفع الروح المعنوية للعاملين، حتى يمكن الارتفاع بمعدلات الأداء.