

جامعة تكريت
كلية الزراعة

محاضرات

نظريات الاتصال
(الدراسات العليا)
ماجستير إرشاد زراعي

إعداد الأستاذ

محمود حليس جاسر الجميلي

قسم الأقتصاد والإرشاد الزراعي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ وَرَسُولًا قَدْ قَصَصْنَا هُمْ عَلَيْكَ مِنْ قَبْلُ وَرَسُولًا لَمْ نَقْصُصْهُمْ

عَلَيْكَ وَكَلَّمَ اللَّهُ مُوسَى تَكْلِيمًا ﴾

النساء، 164



جامعة تكريت
كلية الزراعة
قسم الأقتصاد والارشاد الزراعي
الارشاد الزراعي
الدراسات العليا

المنهاج الفصلي لمادة نظريات الاتصال

ت	الاسبوع	عنوان المحاضرة
1	الاسبوع الاول	مفهوم الاتصال
2	الاسبوع الثاني	الاتصال البشري
3	الاسبوع الثالث	شبكات الاتصال
4	الاسبوع الرابع	مفاهيم خاصة بنماذج الاتصال
5	الاسبوع الخامس	نماذج الاتصال
6	الاسبوع السادس	الاتصال الذاتي
7	الاسبوع السابع	الاتصال الشخصي
8	الاسبوع الثامن	نموذج شانون وويفر
9	الاسبوع التاسع	الاتصال الجماهيري
10	الاسبوع العاشر	نموذج الطنوبي
11	الاسبوع الحادي عشر	علاقة الاتصال بالارشاد الزراعي
12	الاسبوع الثاني عشر	الاتصال والتنمية الاجتماعية
13	الاسبوع الثالث عشر	الاتصال الجماهيري وأثره في التنمية
14	الاسبوع الرابع عشر	نموذج روجرز لعلاقة الاتصال الجماهيري بعملية التحديث
15	الاسبوع الخامس عشر	إمتحان

مدرس المادة

الأستاذ محمود حديس جاسم

مفهوم الاتصال

مقدمة :

يُعتبر الاتصال ميدانا خصبا للدراسة العملية ونقطة إلتقاء كثير من الباحثين في مُختلف المجالات والتخصصات مثل مجال علم الاجتماع أو علم النفس أو علم السياسة أو الارشاد الزراعي , فمثلا يتناول المُتخصص في مجال علم الاجتماع عملية الاتصال بوصفها عملية إجتماعية وضرورة حتمية لا غنى عنها كي تستمر حياة المجتمع . أما المُختص في مجال الارشاد الزراعي فإنه يتناول الاتصال بجميع عناصره حيث إنه يدرس :

- 1 - جمهور المُسترشدين ومعرفة أفضل السُبل للتأثير فيهم لغرض تعديل معارفهم أو مهاراتهم أو إتجاهاتهم .
 - 2 - دراسة الطرق والمعينات الارشادية الفعالة لا يصلح الرسالة الارشادية بوضوح .
 - 3 - دراسة الرسالة الارشادية دراسة مُستفيضة كالمُحتوى ومُعالجة الرسالة وإتجاهات الزراع نحوها ومدى الاستفادة منها وقدرتها على حل مشاكل الزراع .
 - 4 - دراسة المناخ المُلائم لحدوث الاتصال الجيد والفعال مع الزراع .
 - 5 - الاهتمام بتحليل مضمون رجوع الصدى (التغذية الراجعة) ومُحاولة تكوين ردود فعل سريعة وإيجابية عليه والاستفادة منه في تحسين عملية الاتصال الارشادي .
- يُعتبر الاتصال مجال مُتعدد المحاور لذلك يواجه صعوبات لا حصر لها في تحديد تعريف شامل لمفهوم الاتصال .
- حاول العديد من الباحثين توضيح مفهوم الاتصال كل من وجهة نظره الخاصة بما يتمشى ومجال عمله والاهداف التي يعمل من أجلها ومن هذه التعاريف :
- الاتصال : عملية تفاعل إجتماعي هادفة يتم عن طريقها تبادل الافكار والمعاني والمشاعر والخبرات والمهارات بين مُرسل ومُستقبل من خلال الرموز اللفظية وغير اللفظية بهدف تعزيز إتجاهات المُستقبل أو تغييرها سلبا أو إيجابا .
 - الاتصال : هو العملية التي يتم عن طريقها إنتقال المعرفة من شخص الى آخر حتى تصبح مُشاعا بينهما .
 - الاتصال : هو العملية التي يشترك فيها الناس بالمعلومات والافكار والشعور ولا يقتصر على الكلام أو الكلمة المكتوبة فقط بل يتضمن لغة الجسم .
 - الاتصال : هو العملية التي يتم عن طريقها إنتقال الفكرة أو المعنى أو الاحساس أو المهارة من طرف الى آخر حتى تصبح مُشتركة بينهما .

-الاتصال : ظاهرة إجتماعية تتم غالبا بين طرفين لتحقيق هدف أو أكثر لأي منهما أو لكلاهما ويتم ذلك من خلال نقل معلومات أو حقائق أو آراء بينهما بصورة شخصية أو غير شخصية وفي إتجاهات مُتعاكسة مما يُحقق تفاهم مُتبادل بينهما .

أدوات الاتصال :

يتم معظم الاتصال البشري عن طريق الكلمات سواءا كانت منطوقة أو مكتوبة وبدون اللغة لا يُمكن توصيل معاني الافكار والعواطف والمشاعر بدقة بين المُرسل والمُستقبل .

يُمكن توصيل الرسالة بنفس الدقة أو بنفس المعنى باللغة العربية أو الهندية أو أية لغة أخرى , ففي كل لغة كلمة على الأقل أو عدة كلمات للتعبير عن شئ ما (فكرة , شعور , عاطفة) وهذه الكلمة أو تلك الكلمات تم إختيارها للتعبير عن هذه الاشياء بالذات , ويصبح للكلمة معنى أو مدلول عندما يتم الاتفاق على ربط هذه الكلمة أو تلك الكلمات بشئ مُعين في البيئة أو الخبرة الانسانية ونستطيع أن نقول بأن الكلمة أو الكلمات أصبحت ذات معنى وأن هناك لغة مُشتركة إذا أُستخدم كل من المُرسل والمُستقبل نفس الكلمة أو الكلمات بنفس المعنى أي للدلالة على نفس الشئ , ولتوضيح ذلك فقد أُجريت دراسة لمعرفة الفرق في معاني الكلمات التالية (على صيغة سؤال) ما الفرق بين الكلمات التالية (الساقية , التابوت , الحلزونة , الطبلية , الناعورة) أعطي هذا السؤال لـ (150) طالبا وطالبة من طلاب المرحلة الثانية | كلية الزراعة | جامعة الاسكندرية في مصر للتأكد من إتفاق المعنى بين المُرسل (المُحاضر) والمُستقبلين (الطلاب) للكلمات الخمس السابقة

إتضح للمُحاضر إن هناك تفاوتا كبيرا بين المُستقبلين (الطلاب) في التعبير عن معنى الكلمات حيث كانت تعبيرات الطلاب كالاتي :

الساقية : 60 % من الطلاب فسروها بأنها عبارة عن الترام في شكله القديم .
التابوت : 95 % من الطلاب فسروها بأنها صندوق خشبي يوضع فيه الموتى .
الحلزونة : 62 % من الطلاب فسروها بأنها لعبة في مدينة الالعاب تشبه المرجوحة
الطبلية : 92 % من الطلاب إجاب بأنها قطعة من الخشب لها أربعة أرجل نستخدمها في رفع الطعام لمستوى مُناسب عندما نتناول الطعام .
الناعورة : 84 % من الطلاب إلتزم الصمت .

ومن هذه الاجابات لتحديد معنى كل كلمة من الكلمات الخمس السابقة موضع التساؤل إتضح إن هناك تفاوتا في المعنى بين ما يقصده المُرسل (المُحاضر) وما يقصده المُستقبل (الطلاب) فالمعنى واحد في نظر المُحاضر بالنسبة للكلمات الخمس أي إن

(الساقية هي التابوت وهي الحلزونة وهي الطبلية وهي الناعورة) وكل هذه الكلمات هي مُرادفة لمعنى واحد ولآلة واحدة تُستخدم في رفع المياه لري الارض ولكل منطقة جغرافية ريفية المصطلح الشائع فيها .

حيث إن كلمة ناعورة شائعة في بلاد الشام ونادرا ما تُستخدم في مصر .
وهذه النتيجة تؤكد إن المعنى في الاشخاص وليس في الكلمات لذلك على المُتصل أن يتأكد من شيوع استخدام الكلمات التي تتضمنها الرسالة كي يجيد الاتصال مع المُستقبل وينجح في تحقيق الهدف من الاتصال .

أما إذا كان المُتصل من بيئة مُغايرة لبيئة المُستقبل والكلمة المنطوقة أو المكتوبة ليست هي الوسيلة الوحيدة في الاتصال , فالإتصال غير اللفظي كالإشارات والرموز ولغة الجسم تقوم بتوصيل المعاني الى المُستقبل إذا كانت تعني تماما لدى المُستقبل كما تعني لدى المرسل .

لا يتوقف دور اللغة والرموز والإشارات غير اللفظية على استخدامها للدلالة على الأشياء والموضوعات التي يتم حولها الإتصال بل يتعدى ذلك الى نقل الثقافة والنظام الاجتماعي والتكيف مع البيئة , فلكل شعب لغة مُحددة يتم تعليمها بالإضافة الى الرموز والإشارات غير اللفظية لأفراد الجماعة الجُدد كجزء من عملية التنشئة الاجتماعية لهؤلاء الافراد ويتم تعليم الفرد نقل أفكاره وتوصيل لغة الجماعة التي ينشأ فيها كما يتم تعليمه وتدريبه على فهم وتفسير رسائل الآخرين إليه سواءا كانت لفظية أو على شكل رموز أو إشارات غير لفظية .

يُمكن الاحتفاظ بالرسائل على شكل كلمات أو رموز أو شريط تسجيل وهذا بدوره يجعل من المُمكن الإتصال ليس فقط عبر المسافات البعيدة فحسب بل عبر الاجيال والأزمان مما يُساعد في نقل تراث الاجيال السابقة الى الاجيال اللاحقة وحفظ الارث الثقافي للشعوب .

وظائف اللغة في الاتصال

1 - استخدام الكلمات كرموز :

تعني أشياء موجودة في البيئة التي نعيش فيها سواءا كانت ملموسة أو غير ملموسة فكلمة (لفظ) كرة قدم يُستخدم كرمز يُثير التفكير في شئ مُستدير أو كروي . وكلمة تنظيم قد تُثير التفكير في أشياء مُبعثرة تحتاج الى ترتيب .

2 - إستخدام الكلمات للوصف :

تُستخدم الكلمات في وصف ما هو موجود في الطبيعة فتُستخدم الكلمات لوصف ألوان الأشياء أو أشكالها أو أحجامها .

3 - إستخدام الكلمات كبديلات :

تحدد وظيفة الكلمة في الاتصال بما يُلصق بها من معنى يستجيب له المُستقبل وإن معاني الكلمات تختلف من ثقافة الى أخرى وربما حسب الجنس أو العمر أو الطبقة الاجتماعية , فقد دلت الدراسات على إن الكلمات تختلف معانيها حسب الجنس والعمر فكلمة الحُب تتغير في مضمونها حسب وضع الشخص وعمره .

وكلمات مثل الراحة والعمل , الكماليات والضروريات تختلف معانيها باختلاف الطبقة الاجتماعية للفرد .

وكلمات الحرب والسلم والديمقراطية تختلف معانيها باختلاف الثقافات .

الاتصال البشري

يُعتبر الاتصال نوعاً من النشاط الانساني الذي يحدث باستمرار وغالباً ما يكون مُرتبطاً بكثير من الانشطة الأخرى مما يُعطي إنطباعات خاطئة بأنه لا يحتاج الى دراسة مُستقلة .

يرى (ولبور شرام) إن الاتصال الانساني هو المشاركة بين شخصين أو أكثر في المعلومات أو الافكار أو الآراء والاعتقادات والعواطف وغيرها من الرسائل التي يرغبون في تبادلها .

على الرغم من تعدد وسائل الاتصال فإن اللغة تلعب الدور الاساس في الاتصال فهي تُساعد الانسان على نقل افكاره والتعبير عن مشاعره كما إن مُفرداتها تُعتبر مُثيرات يستجيب لها الانسان بنفس القوة التي يستجيب لها للأشياء والاشخاص في البيئة .

إن أي علم يهتم بالمُجتمع البشري أو السلوك الانساني يجب أن يهتم بدراسة عملية الاتصال لأنه يتخلل الظروف الاجتماعية المُحيطة بنا وان الطريقة التي تنتقل بواسطتها المعلومة من المؤكد أن تُؤثر على العمليات الاجتماعية الأخرى .

أُستخدمت كلمة communication في مضامين مُختلفة وتعددت مدلولاتها فهي في أقدم معانيها تعني نقل الافكار والمعاني والمشاعر بين أفراد المجتمع .

كما أُستخدمت للتعبير عن خطوط المواصلات , وأُستخدمها المهندسون للتعبير عن التلغراف والراديو , فهي في ذلك شأنها شأن الكلمات الأخرى في اللغة لم يتفق جميع الناس على معنى واحد لها .

خطوط سير الاتصال

1 - إتصال هابط (من أعلى الى أسفل)

يتمثل هذا النوع بالقرارات الادارية أو الاوامر العسكرية والمدنية وغيرها , والتي تصدر من القادة الى التابع وهي عادة تُعبر عن أهداف المؤسسة وعادة تعكس صفات القائد أو الرئيس , ويعتبر البعض هذا النوع من الاتصالات بمثابة العمود الفقري الذي يربط بين جميع المستويات الادارية في المنظمة .

2 - إتصال صاعد (من الاسفل الى الاعلى)

يُعتبر هذا النوع من الاتصال مُكملاً للنوع الاول ويتضمن عملية تصعيد (إرسال) كافة المعلومات المُتعلقة بطريقة تنفيذ العمل والآراء والاتجاهات المُختلفة عن كل ما يتصل بالأداء الى الاعلى .
يُعتبر هذا النوع من الاتصال السبيل الوحيد للادارة للتأكد من :
أ - وصول المعلومات المطلوبة الى العاملين .
ب - فهم المعلومات وإستيعابها من قبل العاملين .
ت - قدرة المعلومات الواصلة على تحريك سلوك العاملين في الاتجاه المرغوب فيه .

3 - إتصال أفقي

يُقصد بالاتصالات الأفقية إنسياب المعلومات بين مُختلف الادارات والاقسام والافراد الذين يقعون بنفس المُستوى الاداري في المُنظمة .
يُعتبر هذا النوع من الاتصال ضرورة لأحداث التنسيق المطلوب بفاعلية كبيرة بين مُختلف الادارات والاقسام .

4 - الاتصال على مرحلتين

يتفق معظم الباحثون في مجال الاتصال على إن اقوى أساليب التأثير في الجماهير هي التي تجمع بين الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي وقد أكد بعض علماء الاتصال على إن ربط الاتصال الجماهيري بالاتصال الشخصي هما أفضل الطرق للتأثير وسرعة الأتباع . كما أثبتت بحوث في مجال الاتصال إن الرسائل الاعلامية لا تؤثر على الجماهير مباشرة بل يكون تأثيرها عن طريق أفراد قد يكونوا قياديين أو مُستمعي الصدفة وهؤلاء يضعون الصيغة النهائية للرسالة ويقدموها للجماهير وهم عادة يعملون عمل الحراس يسمحون بتعريف الجماهير بأشياء مُعينة ولا يسمحون بتعرفهم بأشياء أخرى , أي إنهم يُمكن أن يُعيدوا صياغة الرسالة بشكل آخر أي (إضافة أو حذف) جزء منها وهذا ما يؤثر على كفاءة الاتصال والحد من فاعليته .

انواع الاتصال

تتعدد انواع الاتصال لكنها ذات طبيعة واحدة , وان الفروق فيما بينها هي فروق فلسفية اكثر مما هي واقية او تطبيقية ومنها :

1- الاعلام : عملية تزويد الافراد بالمعلومات الصحيحة بهدف مساعدتهم على تكوين آراء فاعلة نحو مشكلة او موضوع معين .

2- الاعلان : وسيلة تجارية تهدف الى نقل السلع والخدمات من اماكن انتاجها الى اماكن استهلاكها من خلال ترغيب المُستهلك لها .

3- العلاقات العامة : هي اداة تنظم العلاقة بين المسؤولين عن ادارة عمل معين وافراد ذوي العلاقة معهم بهدف توثيق الصلات والعلاقات الطيبة معهم .

4- الدعاية : وسيلة مُتخصصة لنوع انتاجي معين يوجه لمجموعة مُحددة من افراد المجتمع ودائماً تنتشر الدعاية بسرعة بين أفراد المجتمع ولا يُعرف مصدرها . يوجد نوعان من الدعاية هي :

أ - الدعاية البيضاء .

ب - الدعاية السوداء .

عناصر عملية الاتصال

لكي يتم الإتصال بشكل كفوء و الوقوف على نتائج تأثير الرسالة على المستقبل يجب أن يتضمن العناصر التالية والتي يبينها الشكل (1) :

1- المرسل (المصدر) : source (s)

المرسل : هو مصدر الرسالة الذي ترد منه المعلومات ويستخدم الكلمات والرموز والحركات في التعبير عن الرسالة التي يرغب في توصيلها ,

يُعتبر المرشد الزراعي مصدر الرسالة الارشادية ونظرا لتعدد واجباته

فان عليه أن يكون على معرفة بخصائص مستمعيه الذين يستقبلون رسالته الارشادية . ويتوقف نجاح المرشد على مدى تفهمه وادراكه للظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية المحيطة بالمزارع وتأثيرها على قرارات المزارع ومدى الثقة التي يتمتع بها المرشد بصفته مصدر للمعلومات .

لا يتوقف الاتصال الناجح على مجرد نقل مضمون الرسالة فحسب وانما يتأثر بسلوك ناقل الرسالة (الاخلاص , أسلوب الحوار , المظهر , إحترام المواعيد) ويختلف الموقف عندما يقدم المرشد نفسه كخبير يتوقع من المزارع الاستماع الى نصائحه والعمل بها عن الحالة التي يقدم فيها المرشد نفسه كشخص يرغب في التعاون والعمل مع المزارع لحل مشاكله.

2- الرسالة : Message (M)

هي المعلومة أو الفكرة التي يرغب المرسل في توجيهها لمن هم في حاجة إليها والتي تتصل بتطوير تقنيات الانتاج , وعليه يجب أن يكون مضمونها يتماشى مع حاجة المتلقي .

تتوقف فعالية المرشد في نقل رسالته على :

آ - عمق تفهمه لمضمون الرسالة .

ب - خبرته العملية في التطبيق .

ت - مدى تكاملها مع عناصر عملية الانتاج المتيسرة للمستهدف .

ويتوقف شكل الرسالة على الهدف منها فقد يكون الهدف نقل معلومة ممارسة مهارة أو تغيير اتجاه . مثل محاولة اقناع المستهدف بتغيير موقفه من الافراط في استخدام الاسمدة من خلال بيان زيادة تكاليف الانتاج بالاضافة الى الاضرار التي تسببها الاسمدة الكيماوية على التربة إذا ما استخدمت بإفراط .

3- قناة الإتصال : Channel (C)

هي الطريقة التي تنتقل بها الرسالة الارشادية ويتوقف إختيار قناة الاتصال الارشادية على طبيعة الرسالة , اذ قد يحتاج نقلها الى قناة أو اكثر من قنوات الاتصال أي طريقة او اكثر من الطرق الارشادية .

تشير دراسة (جوزيف شاي بل) إن الانسان يستقبل المعلومات بنسبة 1% عن طريق حاسة اللمس و 3% عن طريق حاسة الشم و 11% عن طريق حاسة السمع و 85% عن طريق حاسة البصر .

وإن الانسان يحفظ حوالي 10% من المعلومات إن كانت عن طريق القراءة و 20% عن طريق السمع و 30% عن طريق البصر و 50% عن طريق السمع والبصر معا .

4 - المستقبل : Recevier (R)

المستقبل : هو الشخص او الجهة المستهدفة بالرسالة وتتأثر طريقة الاستقبال وترجمة الرسالة بمدى ما يتمتع به المتلقي من معرفة او مهارة مثلما تتأثر خلفيتها الاجتماعية وإمكانيتها الاقتصادية ويختلف التأثير المتوقع حسب الهدف

من الرسالة فقد يكون الهدف توفير المعرفة او التوعية او إقناع المزارع بتجربة تقنية زراعية جديدة أو إتخاذ قرار بتبنيها . وتؤثر ميول وإتجاهات المستقبل على عملية الاتصال , فالانسان (عقلاني وعاطفي) في آن واحد وتؤثر عاطفة الانسان على سلوكه مثلما تؤثر مشاعره على إدراكه لذلك فإن المشاعر تؤثر على قبول الافكار الجديدة كما إن الانسان كائن إجتماعي تتأثر قراراته بالمحيط الذي يعيش فيه وبالمعايير السلوكية التي يضعها المجتمع الذي يعيش فيه وهكذا فإن توجهات المرشد وتفهمه للبيئة الاجتماعية والثقافية للمستهدفين ونظرة المزارع للمؤسسة الارشادية والمرشد ومدى إستعداده للتعاون مع خدمات الارشاد لها تأثير كبير على نجاح عملية الاتصال .

5- التغذية الراجعة : Feed back

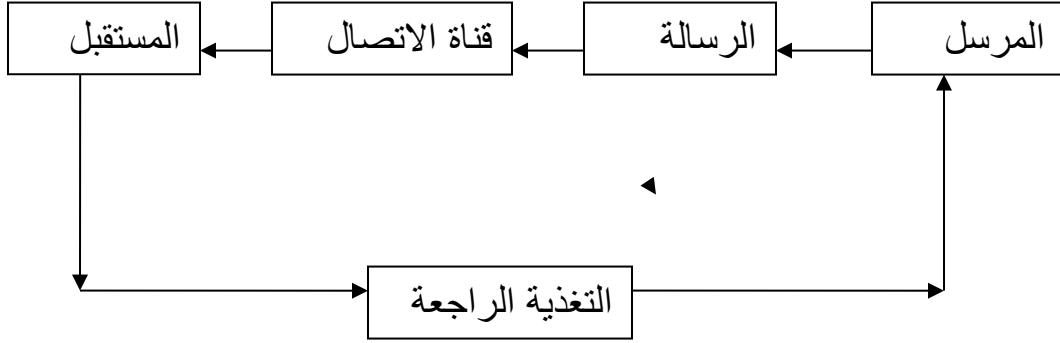
إذا نقل مرشد معلومة الى مزارع أو أكثر حول إستخدام تقنية جديدة (سماد محسن مثلا) فإن المرسل هو المرشد . والرسالة هي المعلومة التي تتصل بإستخدام السماد الجديد وقناة الاتصال هي الكلمات والرموز التي أستخدمت في نقل الرسالة والمُستقبل هو المزارع .

تسمح طرق الاتصال الشخصية بتقييم مدى إستجابة المُتلقّي وتفهمه للمعاني التي يضعها المرسل للرسالة ومدى إنسجامها مع المعنى المقصود بها . وبالتالي تحديد مدى الحاجة الى تكرارها (ربما بشكل آخر) تعديلها أو تغييرها بالشكل الذي يتلائم مع توقعات المُتلقّي .

فاذا لم يكن الإتصال ناجحا فإن التأثير يكون معدوما , ويتفاوت التأثير المتوقع للرسالة عند نجاح الاتصال بين القبول أو القبول المشروط أو الرفض فقد يأخذ المزارع بالفكرة الجديدة ويطبقها وقد يطبق الفكرة الجديدة ولكنه قد يواجه مشاكل في عملية التطبيق ويحتاج الى معلومات إضافية وقد يعيد النظر في إستخدام التقنية أو قد يرفض الفكرة .

وتمثل ردود الفعل هذه التي تلقاها المرشد التغذية الراجعة التي تعكس عملية الاتصال بحيث يصبح المزارع بموجبها هو المرسل والمرشد هو مستلم الرسالة

توفر التغذية الراجعة معلومات هامة للمرشدين والباحثين حول نتائج تطبيق التقنيات والمشاكل الناشئة عنها والتي تشكل عنصرا رئيسيا في عملية الاتصال الناجح ويجب النظر الى رسالة المزارع بنفس القدر من الاهتمام الذي يُعطى لرسائل المرشد والباحثين .



الشكل (1) يبين عناصر الاتصال

وظائف الاتصال

1 - الأعلام

يُعد الاتصال من أجل الأعلام جزءاً لا يتجزأ من أي عمل نقوم به وبدون الأعلام فإن المصانع والمحلات التجارية والمؤسسات والمنظمات تتوقف عن العمل , وتُعد البرامج الاخبارية من البرامج التي يُقبل عليها عدد كبير من الجمهور في كل أنحاء العالم . يتخذ الاتصال عادة شكلا هرميا تتمتع الصفوة الحاكمة بقمة الهرم والشعب في القاعدة وبين المستويين يتواجد بقية المسؤولين ويتم الاتصال بين القمة والقاعدة عن طريق الأعلام .

يلعب الأعلام دورا إجتماعيا مهما يتمثل في :

- أ - تماسك الجماعة .
- ب - تثقيف الناس والاهتمام بمشاكل الساعة .
- ت - تدعيم الاتجاهات الايجابية ومُحاولة تعديل الاتجاهات السلبية .
- ث - قيادة الجماهير نحو عمل مُعين وهو ما يُسمى بتعبئة الرأي العام .
- ج - القيام بأحداث التغييرات الضرورية والربط بينها على المُستويين التكتيكي والستراتيجي .

2 - التعليم والتدريب

التعليم : هو إعداد جزئي للفرد كي يُساهم في الحياة الاجتماعية المُناسبة للجماعة التي ينتمي إليها ويتم ذلك عن طريق إتصال الفرد بأسرته ومُجتمععه عن طريق التنشئة الاجتماعية , كما إن لوسائل الاتصال دورا كبيرا في تعليم الفرد الكثير من المعارف والعادات الاجتماعية .

أما التدريب : فهو العملية التي بمقتضاها يُمكن تكوين أو تعديل في سلوك الفرد وخبراته ومهاراته من الناحية المهنية أو الوظيفية .

يهدف التدريب الى إكساب الفرد مجموعة من الخبرات والمعارف التي يحتاجها لممارسة عمل مُعين أو لرفع مُستوى كفاءة الاداء وزيادة الانتاجية وهذه العملية تتم أساسا على الاتصال بين المُدرب الذي لديه الخبرة والمُتدرب الذي يُراد إكسابه تلك الخبرة عن طريق وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال .

3 - الاقناع

يهدف الاتصال الى الوصول الى إتفاق بين المُرسل والمُستقبل وكثيرا ما يجد الفرد نفسه في حالة إختلاف أو تعارض في الرأي مع أفراد آخرين ويرغب أن تكون علاقته

بهم مبنية على الاتفاق والتعاون والصدقة وبنفس الوقت فإن الآخرين أيضا يرغبون بالشئ نفسه لذلك نجد كل منهم يستخدم طرق الاتصال لمحاولة إقناع الطرف الآخر بوجهة نظره كما إن القادة والمؤسسات التي تريد من الناس الايمان بأفكارهم أو القيام بسلوك معين أو التوقف عن سلوك آخر يجدون أنفسهم يستخدمون مختلف طرق الاتصال لأقناع الناس باتباع هذه الافكار أو أنماط السلوك وهذا ما يُسمى بالاتصال الترموي أي إن الاتصال يتم من أجل التنمية .

4 - الترفيه

يُعد الترفيه من هم وسائل الاتصال وغالبا ما يُشارك الناس في عملية الاتصال لغرض الترفيه والاستمتاع وليس لأغراض وظيفية أو العمل ويحدث هذا عادة في كافة أنواع الاتصال الفردية والجماعية والجماهيرية , وهذا ما يحدث في الاتصال التلفوني وفي الزيارات العائلية والاحتفالات ومتابعة الافلام التلزيونية أو السينمائية , فجميع هذه الاشكال من الاتصال تهدف الى الترفيه والاستمتاع من جانب المُستقبل .
تُشير جميع دراسات الاستماع والمشاهدة تقريبا الى نتيجة ثابتة في كل المجتمعات مفادها :

(قلة نسبة المُستمعين والمُشاهدين للبرامج الثقافية والتعليمية مقارنة بنسبة المستمعين والمُشاهدين للبرامج التلزيونية الترفيهية) .
وبالرغم من التقاط المُشاهدين لبعض المعلومات المُفيدة من البرامج الترفيهية الا إن دوافعهم الحقيقية هي المُتعة والترفيه من مُشاهدة هذه البرامج .
وخلاصة ذلك يُعد الترفيه أكثر أنواع الاتصال حبا للجمهور وإنه من المُمكن إستخدام الترفيه لا يصلح المعلومات سواءا كان ذلك على المستوى الشخصي أو الجماهيري ومن هذا المُنتلق يُمكن الاعتماد على الاتصال الترفيهي (لحد ما) في تعليم الكبار عامة والريفيين خاصة إذ إن الريفيين أكثر فئات المجتمع ميلا الى البرامج الترفيهية المسموعة والمرئية ويتم التعليم عن طريق وضع المادة التعليمية في قالب درامي أو فكاهي يُقدم لهم بصورة شيقة وجذابة تدفعهم الى التعلم وإكتساب المعرفة أو المهارة أو الاتجاه الايجابي .

5 - الجزاء (الثواب والعقاب)

يطمح كل الناس الى الحصول على الجزاء الايجابي (الثواب) في شكل شكر أو مدح ويكره التعرض للذم أو التوبيخ , وكثيرا من عمليات الاتصال تُكرس لمُكافئة الآخرين على أعمال مقبولة إجتماعيا قاموا بها أو عقابهم معنويا على ما قاموا به من أعمال غير مقبولة أو عدم قيامهم بأعمال مطلوبة .

كثيرا ما نجد إن تقديم كتاب شكر لشخص أفضل من أي جزاء مادي قد يُعطى له , وكذلك قد يكون التوبيخ أكثر إيلاما من إيقاع العقوبة المادية عليه . وتُفيد هذه الوظيفة في المواقف التعليمية بصفة عامة حيث يُمكن للمُعلم أن يُثير التنافس بين المُتعلمين من خلال توجيه الشكر للمُتميزين والتلميح عن عدم الرضا عن ذوي الاجابات الخاطئة حيث يُعد ذلك أكثر تأثيرا من العقاب بالضرب أمام زملاءه .

6 - التعبير عن العواطف

يعتقد الناس بأن الانسان يتصرف دائما بشكل عقلائي بدون عواطف أو إنفعالات أو إنه يقوم بالاتصال بشكل مُجرد من العواطف , الا إن طبيعة الانسان غير ذلك ولديه حياة عقلية وأخرى عاطفية و عندما يقوم بعملية إتصال فإنه يُعبر عن عواطفه بالإضافة الى التعبير عن أفكاره فغالبا ما يحتوي الاتصال على حالات التعبير عن الرضا أو الغضب أو الحزن أو السعادة والفرح الخ من المشاعر الانسانية . وقد يكون المضمون العاطفي واضحا ومُسيطرًا على مضمون الرسالة أو قد يكون تحت السطح ولا يُخفى إدراكه أو قد تكون الرسالة مُكرسة تماما للعواطف .

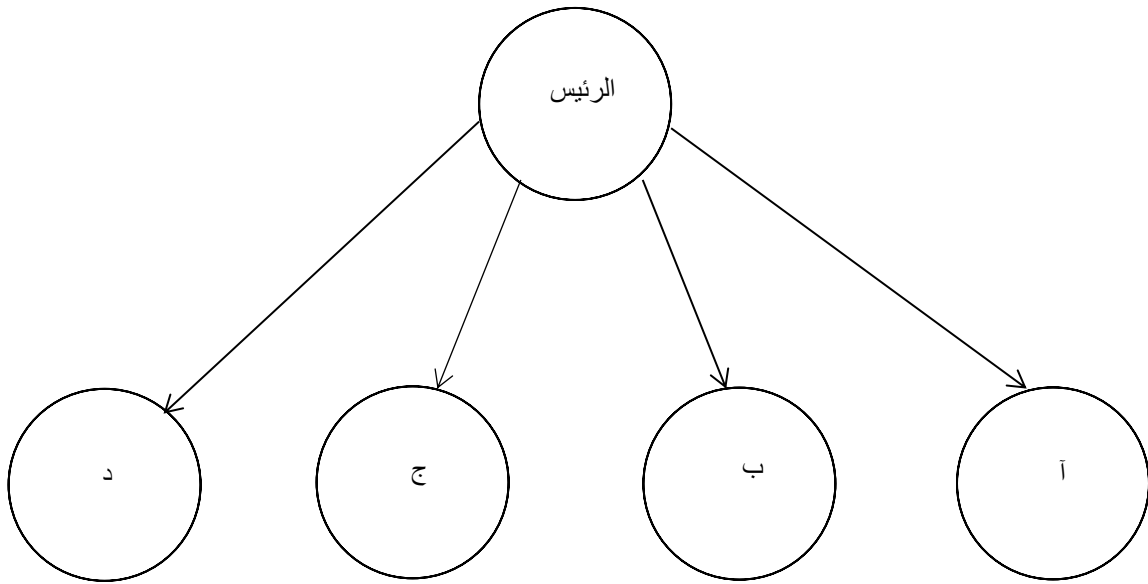
شبكات الاتصال

يُقصد بشبكة الاتصال الناحية التنظيمية للعلاقات بين أفراد الجماعة الواحدة سواء كان الاتصال باتجاه واحد كالأوامر الصادرة من شخص الى آخر أو باتجاهين مُتعاكسين بصورة حديث بين شخصين يتناقشان في موضوع مُعين بحيث يُمكن لأي منهما التأثير على الآخر وكل ذلك يتم من خلال ما يُسمى بشبكات الاتصال .

أنواع شبكات الاتصال :

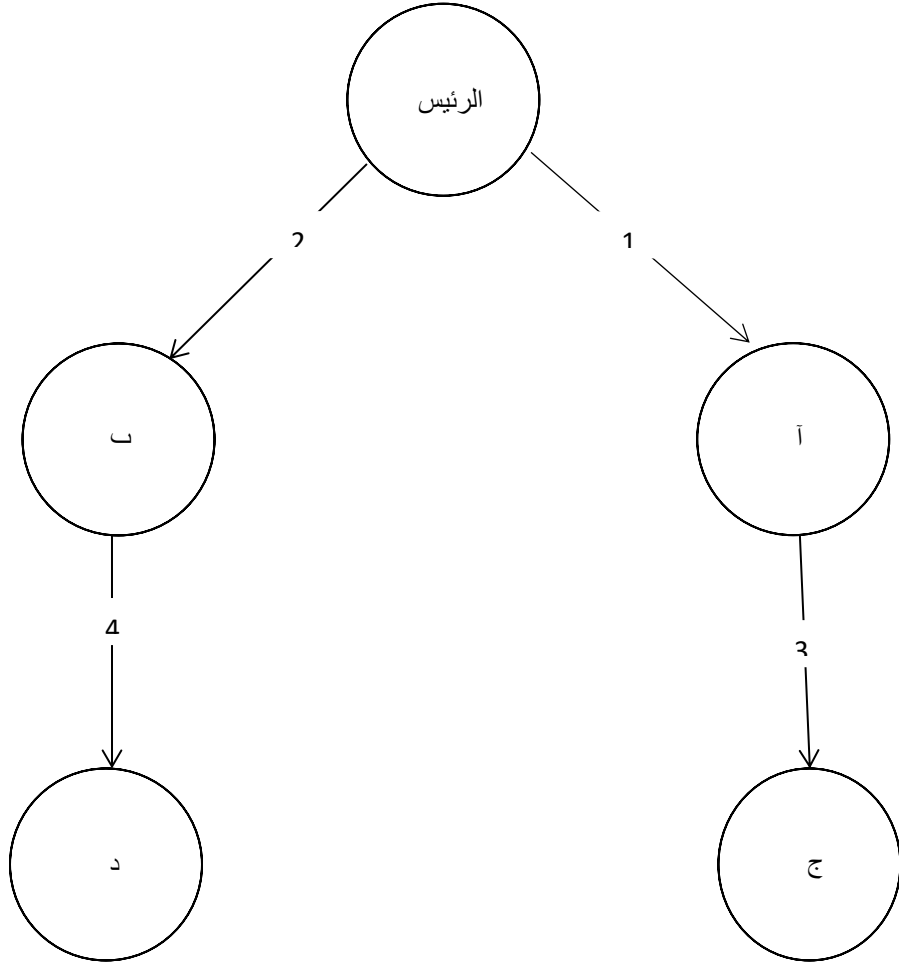
توجد عدة أنواع من شبكات الاتصال مثل :

1 - شبكة الاتصال الاوتوقراطي : ويُمكن تمثيلها بالشكل (1)



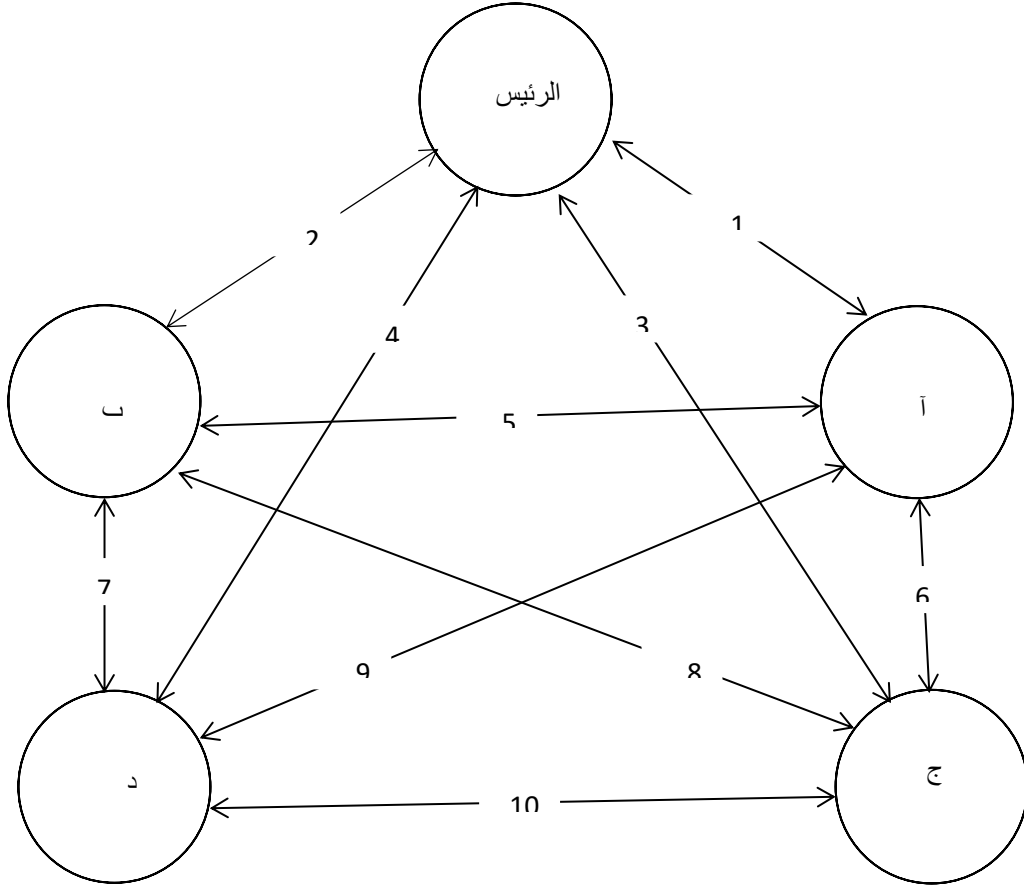
شكل (1) يُمثل شبكة الاتصال الاوتوقراطي

2 - شبكة اتصال أوتوقراطي نسبيا : يُمكن تمثيلها بالشكل (2)



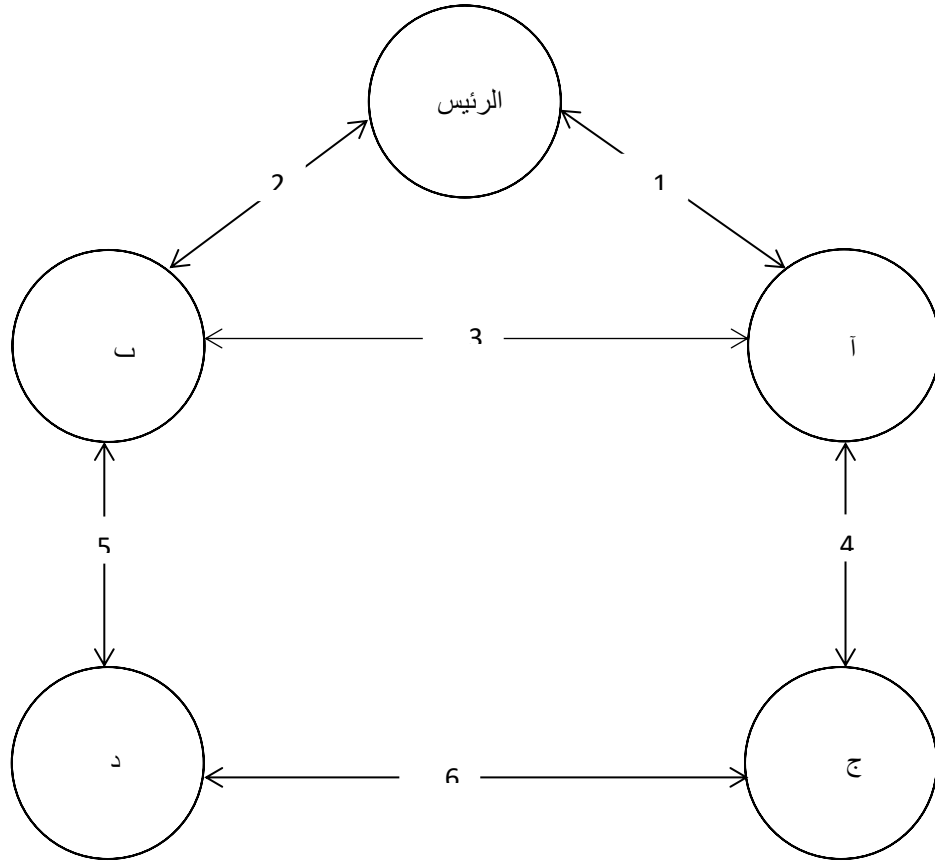
شكل رقم (2) يمثل الاتصال الاوتوقراطي نسبيا

3 - شبكة إتصال ديمقراطي : يُمكن تمثيلها بالشكل (3)



شكل رقم (3) يوضح شبكة الإتصال الديمقراطي

4 - شبكة إتصال ديمقراطي نسبيًا : يُمكن توضيحها بالشكل رقم (4)



شكل رقم (4) يبين شبكة إتصال ديمقراطي نسبيًا

- الاختلاف بين شبكات الاتصال
تختلف شبكات الاتصال فيما بينها من حيث :
- 1 - طبيعة العلاقات داخل الشبكة : تتصف الشبكة الاوتوقراطية والديموقراطية بوجود علاقة مباشرة بين الرئيس وجميع المرؤوسين .
أما الشبكات الاوتوقراطية نسبيا فإنه توجد بعض العلاقات المباشرة بين الرئيس وبعض المرؤوسين ووجود علاقات غير مباشرة مع البعض الآخر .
 - 2 - عدد قنوات الاتصال : عدد قنوات الاتصال في الشبكات الاوتوقراطية أقل مما هو موجود في الشبكات الديموقراطية .
 - 3 - نوعية الاتصال : تتصف الشبكات الاوتوقراطية بوجود إتصالات من جانب واحد (من الرئيس الى المرؤوسين وليس بالعكس) في حين إن الشبكات الديموقراطية تتميز بوجود إتصالات ذات إتجاهين .

مفاهيم خاصة بنماذج الاتصال

من أهم الاهداف التي يسعى اليها أي علم :

- 1- مُساعدتنا على التنبؤ بالنتيجة .
 - 2- زيادة فهمنا للظواهر التي تُحيط .
- إن فهم أية ظاهرة من مراحلها الاولى الى النظرية النهائية التي تُعبر عن تلك الظاهرة تتم بواسطة نماذج رمزية نستخدمها جميعا في تفكيرنا كي يسهل علينا إستيعاب وفهم تلك الظاهرة ومعرفة مكوناتها الاساسية والعلاقة التي تربط تلك المُكونات مع بعضها

مفهوم النموذج

النموذج : عبارة عن محاولة لبيان العلاقات الكامنة التي يُفترض وجودها بين المُتغيرات التي تصنع حدثا أو نظاما مُعينا في شكل رمزي .
فالنماذج أدوات تُساعدنا على فهم أية ظاهرة أو نظام وإدراك العلاقات بين العناصر المُكونة لتلك الظاهرة أو النظام .

وظائف النماذج

1 - تنظيم المعلومات : من مزايا النماذج إعادة تقديم الخصائص الرئيسية للنظام الذي تُخضعه للملاحظة . فبإمكاننا عن طريق النماذج وضع عدد كبير من المُتغيرات في تكوين واضح وربط تأثيرات تلك المُتغيرات على بعضها بطرق شديدة التعقيد ومحاولة إستنتاج طبيعة التفاعل بينها مما يضمن عدم تجزئة الأحداث التي تتم دراستها , لذلك فالنموذج يُساعدنا على فهم الاحداث والعلاقة بينها عن طريق تنظيم المعلومات المتوفرة لدينا عن تلك الاحداث أو الظواهر .

2 - التنبؤ : يُقصد بذلك تصور النتائج التي يُمكن أن تترتب على إستخدامنا للمعلومات التي توصلنا اليها في مواقف جديدة ولا شك إن هذا التنبؤ سيُساعدنا من ناحية أخرى على زيادة فهم الظواهر لأن التنبؤ سيصبح جزءا من خطة التحقق التي نختبر بها صحة المعلومات عن تلك الظاهرة .

3 - التحكم : معناه مُعالجة الظروف التي تُحدد الظاهرة بشكل يُحقق لنا الوصول الى أهداف مُعينة . فبعد تنظيم المعلومات والتنبؤ عن الظواهر يُمكن التحكم بها وعن طريق تطوير المعرفة سيعمل الانسان على السيطرة على الظواهر وإستخدامها في صالحه .

4 - تطوير الابحاث العلمية : يُساعد النموذج على تبسيط وتسهيل فهمنا للنظرية كذلك يُساعد الباحث على توضيح المُتغيرات التي يُمكن تجاهلها .

فمثلا يفترض الباحث إن التشويش بين المرسل والمستقبل يُؤثر على دقة الرسالة التي تلقاها المُستقبل فهذه الفرضية تجعله يختبر مدى صحة هذا الافتراض أو خطأه بأساليب علمية مما يجعل الباحث يعمل على إختبار تلك الفرضية بأساليب علمية .

صعوبات تصميم النماذج

- 1 - تجميد العملية لحين وصف عناصرها أو مكوناتها .
- 2 - قد ننسى بعض العناصر ونحن نجمد العملية .
- 3 - قد نفصل بعض العناصر التي لا تقبل الفصل عن بعضها .
- 4 - إستخدام اللغة في الوصف واللغة نفسها تُعطي معاني مُتغيرة .
- 5 - عند وصف عملية الاتصال في نموذج مُعين فإننا لا نذكر جميع العناصر بل نذكر العناصر التي نشعر بأهميتها .

أنواع النماذج

هناك مجموعة أُسس يتم تقسيم النماذج على أساسها منها :

- 1 - مستوى الاتصال : ويشمل الانواع التالية :
 - أ - الاتصال الذاتي .
 - ب - الاتصال بين فردين .
 - ت - الاتصال الجماعي .
 - ث - الاتصال الجماهيري .
- 2 - الهدف : يُمكن تقسيم النماذج حسب الهدف الى :
 - أ - نماذج بنائية : وهي النماذج التي تُظهر مكونات الظاهرة مثل عدد وحجم وترتيب الاجزاء المكونة لتلك الظاهرة .
 - ب - نماذج وظيفية : وهي النماذج التي تُعطي صورة طبق الاصل للأسلوب الذي يعمل بمقتضاه النظام . وهي توضح طبيعة القوى أو المُتغيرات التي تُؤثر على النظام أو الظاهرة .

هناك تقسيم آخر للنماذج يعتمد على نوع النموذج تتمثل في :

- 1 - نماذج لفظية تعتمد على اللغة في توضيح النموذج .
- 2 - نماذج لفظية مُصورة تعتمد بالإضافة الى اللغة الصور التي توضح النموذج .
- 3 - نماذج تفسيرية تعتمد على تفسير بعض الظواهر على عملية الاتصال .
- 4 - نماذج رياضية (إحصائية) يُعبر عنها بمعادلات رياضية تُمثل العلاقة بين مكوناتها .

العلاقة بين النموذج والنظرية والبحث العلمي

1 - علاقة النموذج بالنظرية :

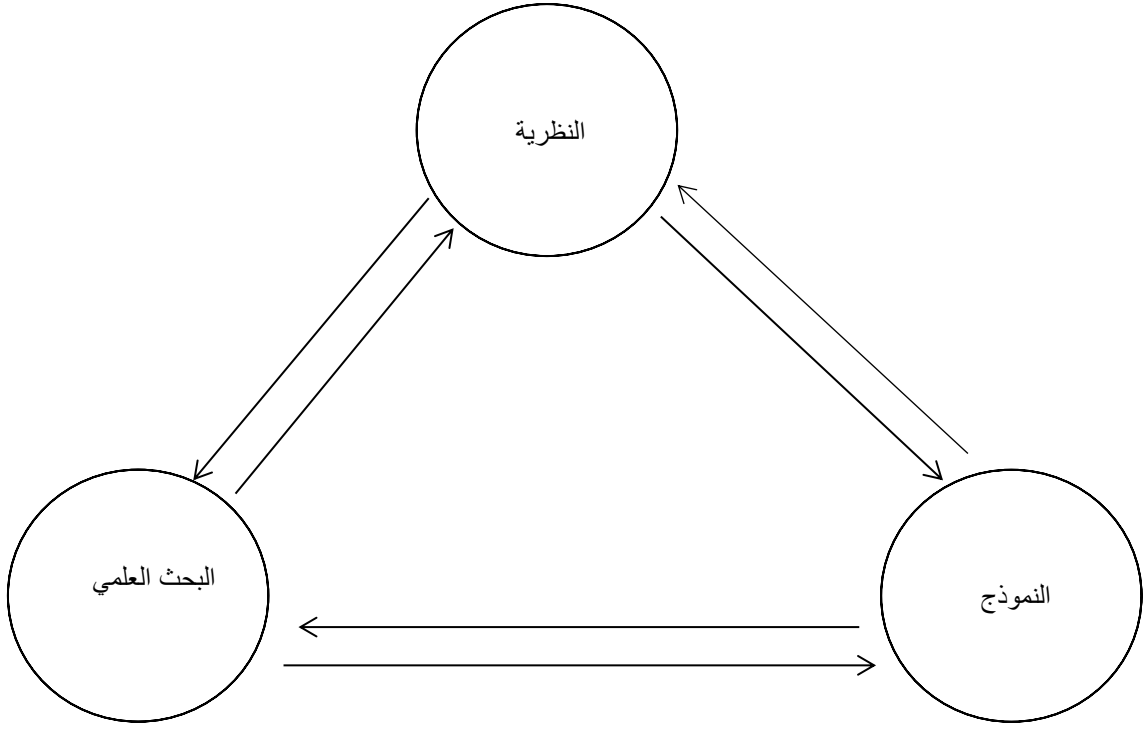
يُعد النموذج خطوة أولى لبناء النظرية والنموذج نظرية لم تكتمل بعد ويتطلب الوصول الى النظرية وضع العديد من النماذج البنائية أو الوظيفية كما تُساهم النظرية في تنشيط خيال الباحث ووضع النماذج المناسبة ومُحاولة إختيارها وتطويرها وهكذا تكون العلاقة بين النموذج والنظرية علاقة ديناميكية وإيجابية مُتبادلة .

2 - علاقة النموذج بالبحث العلمي :

إن البحث العلمي هو الاداة الاساسية والوسيلة الفعالة لوضع النماذج ومُحاولة تفسيرها وتأكيد فاعليتها والدفاع عنها . فالباحث يُحاول التأكد من صدق وفاعلية النماذج المتوفرة لديه في مجال عمله واكتشاف جوانب الضعف والقوة فيها مما يخدم البحث العلمي . ويُعتبر النموذج المادة الخام للبحث العلمي كي يعمل الباحث عليها ويبتكر حقائق جديدة كما يُساعد النموذج الباحث على فهم الظاهرة والتحكم فيها (الى حد ما) .

3 - علاقة البحث العلمي بالنظرية :

لا تأتي النظرية من فراغ بل يتطلب الوصول اليها المرور بنماذج مُتعددة ومُتحدة في نفس الهدف وهذا يتطلب جهودا شاقة ولسنوات من البحث العلمي والتحليل والتفسير , كما إن النظرية هي المادة الاولية للبحث العلمي ويُحاول الباحث دحضها أو تأكيدها . وقد ينطلق الباحث من نظرية أو أكثر في المجال ذاته وهكذا تكون العلاقة ديناميكية بين النظرية والبحث العلمي ويمكن تمثيل تلك العلاقة بالشكل رقم (5)



الشكل رقم (5) يبين العلاقة بين النظرية والنموذج والبحث العلمي

نماذج الاتصال

1 - النماذج اللفظية :

يستند كل نظام لفظي على مجموعة من القواعد التي تسمح لمن يستخدمها بأن يرى أشياء معينة ويفعل أشياء محددة وغالبية النماذج اللفظية ترى إن عناصر الاتصال هي :

1 - مُرسل .

2 - رسالة .

3 - وسيلة .

4 - مُستقبل .

ويؤكد البعض على تأثير الرسالة على المُستقبل ويؤكد البعض الآخر على الاطار الاجتماعي (الجماعة التي ينتمي اليها المُرسل والمُستقبل) .
أوضح أرسطو إن عناصر الاتصال هي (مُرسل , قناة , رسالة , مُتلقي) . بينما وضع لاسويل نموذج في خمسة أسئلة هي :

1 - من who ؟

2 - ماذا يقول what ؟

3 - أية وسيلة with ؟

4 - لمن to whom ؟

5 - التأثير effect .

أما جرير فقد وضع نمودجا للاتصال يتكون من عشرة عناصر هي :

1 - شخص ما .

2 - يُدرك حدث .

3 - يقوم برد فعل .

4 - في ظرف ما .

5 - بوسائل معينة .

6 - لتوفير مادة .

7 - بشكل ما .

8 - وإطار .

9- ينقل فيه مضمون .

10- له نتيجة معينة .

مزايا النماذج اللفظية

- 1 - تستخدم رموز ومصطلحات مألوفة للجميع .
- 2 - تستخدم اللغة كوسيلة لنقل الافكار وعادة تتسم اللغة بالمرونة ويُمكن إستخدامها لنقل المعاني الوصفية والمجازية .
- 3 - لا يحتاج الفرد الى تدريب خاص لفهم أغلب النماذج اللفظية .

عيوب النماذج اللفظية :

- 1 - عدم قدرة اللغة على إستيعاب العلاقات المُعقدة التي يمتاز بها الاتصال البشري .
- 2 - النظر الى الاشياء وكأنها حاصل جمع ذرات أو عناصر وعدم النظر الى الاشياء نظرة شاملة ويُعتبر ذلك قيذا تفرضه اللغة على التفكير البشري .

2 - النماذج اللفظية المُصورة (النماذج الرمزية) :

يُمكن القول إن النموذج اللفظي المُصور أو النموذج الرمزي هو إمتداد للنموذج اللفظي إذ يهدف الى توضيح عناصر النموذج اللفظي وتقديم صور الهدف وتفسير العلاقات المُعقدة التي لا تستطيع الكلمات وحدها أن تُقدمها (توضحها) ويجب التذكر إن النموذج المُصور لا يبدو مثل الموضوع الذي يُعبر عنه تماما .

3 - النماذج التفسيرية :

هناك العديد من النظريات التي تُحاول أن تُفسر كيف يؤثر السلوك السيكولوجي على الاتصال وبشكل خاص على تغيير الاتجاه .

العناصر المُشتركة في نماذج الاتصال

- 1 - موضوع الاتصال : تُمثل المعلومات المطلوب نقلها موضوع الاتصال .
- 2 - أطراف الاتصال : تتكون من عدة أفراد (مُرسل و مُستقبل أو مُستقبلين)
- 3 - الصياغة : وهي تحويل المعاني والافكار الى رموز بشكل كلمات أو رموز .
- 4 - الرسالة : وهي الصورة النهائية التي تأخذها مجموعة الصياغات .
- 5 - قناة الاتصال : هي الوسيط المُستخدم لنقل الرسالة .
- 6 - خط سير الاتصال : هو وصف للاتجاه الذي تسير فيه الرسالة فقد تكون من الاعلى الى الاسفل أو من الاسفل الى الاعلى أو على نفس المستوى .

- 7 - بيئة الاتصال : هي العناصر المُحيطة بعملية الاتصال مثل التهوية والحرارة .
- 8 - التشويش : هو كل ما يُعيق فهم الرسالة . وقد تُعاني كل عمليات الاتصال من إحتمال التشويش على المعاني والافكار ويقل فهم الرسالة .

الاتصال الذاتي

الاتصال الذاتي : هو إتصال الشخص مع ذاته . فنرى أحيانا شخص يتكلم مع نفسه أو يمشي ويعد على أصابعه وقد يجد مع نفسه شخصا آخر يحاوره .

نماذج الاتصال الذاتي

1 - نموذج بركر وويزمان

يرى بركر وويزمان إن الكائن الحي يتأثر بمنبهات داخلية (سيكولوجية وفلسجية) مثل القلق والجوع والعطش . ومنبهات موجودة في البيئة المحيطة به سواء كانت تلك المنبهات علنية كروية إشارة المرور أو منبهات خفية لا شعورية (وجدانية) ويتلقى الفرد هذه المنبهات (الداخلية والخارجية) فيشكل نبضات عصبية تنتقل الى العقل , ثم يختار العقل بعض المنبهات ويتطلب هذا الاختيار عملية تمييز تليها عملية إعادة تجميع المنبهات التي تم إختيارها في مرحلة التمييز يلي ذلك ترتيب تلك المنبهات في شكل له معنى لدى الفرد القائم بالاتصال . وبعدها يقوم بفك كود رموز المنبهات التي تم تمييزها ثم يقوم الفرد القائم بالاتصال بتحويلها الى رموز كي يصبح لتلك المنبهات معنى وتلي تلك المرحلة مرحلة التأهب للظهور التي تُتاح فيها الفرصة للأفكار كي تنمو وتتطور لتأخذ أشكالا وإتجاهات يُمكن أن تحقق الفائدة . وهنا تصبح الدلالات الفكرية جاهزة لوضعها في (كود) أي تحويلها الى كلمات أو حركات لها معنى وفي مرحلة الارسال النهائية يتم إخراج الكلمات الرمزية والحركات بشكل مادي ملموس عن طريق التحدث أو الكتابة الخ .

ويضع بركر وويزمان في نموذجه التأثير المُرتد أو رجع الصدى ويظهر في شكل إستماع الفرد لنفسه ويقسم رجع الصدى الى قسمين هما :

1 - تأثير مُرتد خارجي : وهو جزء من الرسالة يستطيع الشخص القائم بالاتصال أن يسمعه .

2 - تأثير مُرتد داخلي : وهو ما يشعر به الفرد داخله حينما تتحرك عضلاته .

2 - نموذج سامويل بويس

يركز سامويل بويس في نمودجه ليس على ما هو الانسان ؟ بل على ما يفعله الانسان . ووضع أربعة مجالات أساسية للنشاط الانساني تتداخل مع بعضها في نفس الوقت داخل الانسان وتلك المجالات هي :

1 - المجال الكهرو كيميائي : وهذا المجال ينطوي على كل ردود الفعل الكهربائية والكيميائية في الانسان .

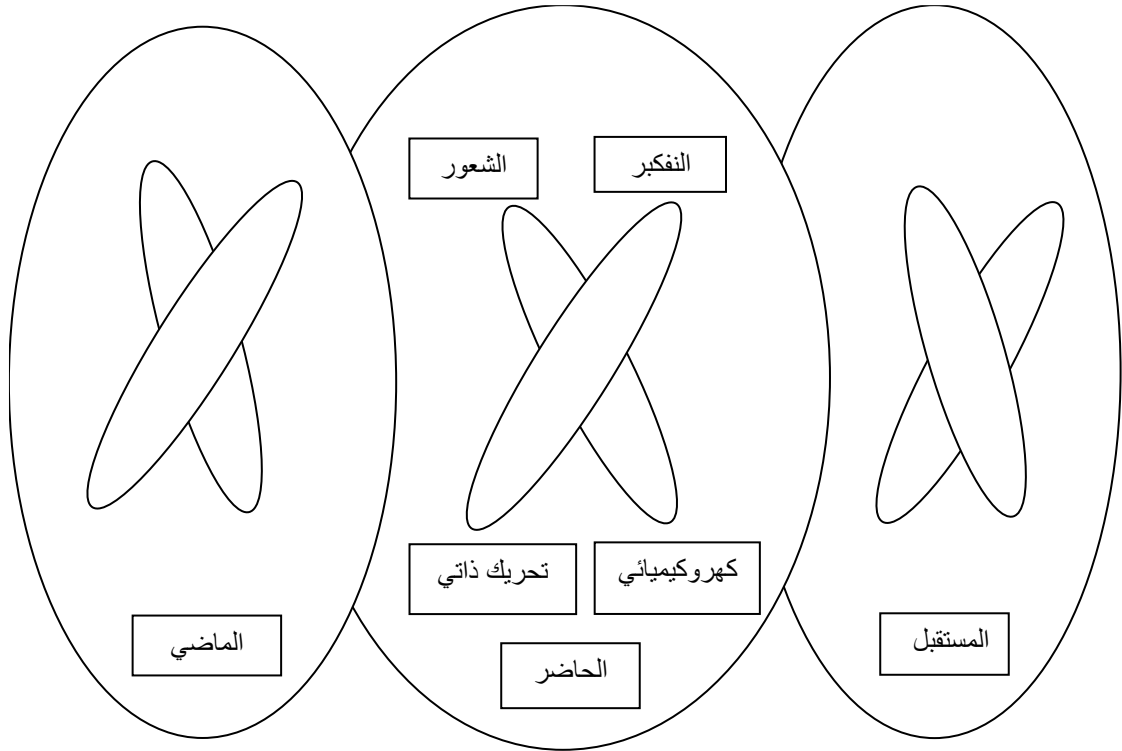
2 - المجال الذي يتحرك ذاتيا : ويتضمن هذا المجال المُدركات الحسية .

3 - الشعور : ويتضمن العواطف والحوافز والحاجات والقيم .

4 - التفكير : ويتضمن عمليات فك الكود والاتصال مع الذات .

ويذكر سامويل إن الانسان لا يعيش في عزلة فهو مُحاط بظروف طبيعية تتفاعل مع بعضها باستمرار أو تتصل بأوجه النشاط الأربعة أعلاه .

كما يؤكد سامويل إن الانسان لا يعيش تماما في الحاضر فرد فعله الدلالي الحالي يتأثر بردود أفعاله السابقة كما يتأثر بتنبؤاته عن المستقبل . ويمكن توضيح عناصر نموذج سامويل بالشكل رقم (6)

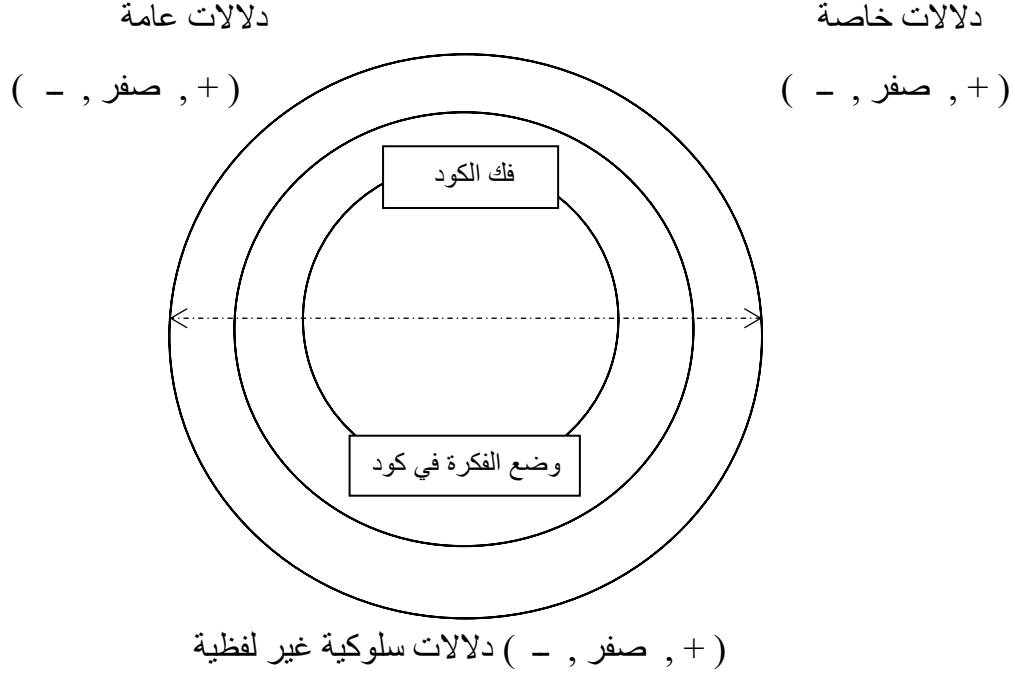


الشكل رقم (6) يبين نموذج سامويل بويس

3 - نموذج بارنلند

يختلف هذا النموذج عن كثير من النماذج التي وصفت عملية الاتصال وكأنها تسير باتجاه واحد . فهذا النموذج يؤكد حقيقة إن الاتصال له طبيعة دائرية أي يسير في اتجاهين من المرسل الى المتلقي , ومن المتلقي الى المرسل ولم يقتصر هذا النموذج على الخصائص البنائية للاتصال أي على المكونات مثل (المصدر , الرسالة , الوسيلة , المستقبل) بل يهتم بالعلاقات الوظيفية التي تحكم الجوانب التكوينية وهو لا يهتم كثيرا بخصائص المصدر والمتلقي كوحدات تصنع الدائرة الاتصالية ولكنه يهتم كثيرا بوظائف وضع الفكرة في كود وفك الكود .

إن إصطلاحات وضع الفكرة في كود وفك الكود تُعتبر تحولاً هاماً في دراسة عملية الاتصال حيث إنه يُمكن جمع (وضع الكود وفك الكود) في شخص واحد . كما أكد بارنلند على أهمية الدلالات المتنوعة التي تصنع التأثيرات الداخلية وإن المعنى في الاتصال يصنعه القائمين بالاتصال و يستجيبون للدلالات المادية والسيكولوجية للآخرين القائمين بالاتصال مع دلالات أخرى حددها في نموده كما مبين في شكل (



الشكل رقم (7) يوضح نموذج بارنلند

تشير الخطوط التي تنتهي بأسهم الى وجود مُنبهات مُختلفة ويُشير إتجاه السهم من الفرد الى الدلالة أو الرمز إن المعنى يعطيه أو يصنعه الفرد ولا يتلقاه من المنبهات التي يُدركها .

وهناك ثلاثة أنواع من العلاقات أو الدلالات الادراكية هي :

1 - الدلالات العامة : وهي التي يُمكن للفرد إدراكها مثل درجة حرارة الغرفة , الاشياء الموجودة في الغرفة كالكرسي والسبورة الخ والدلالات العامة سواءا كانت شيئاً ماديا او صوتا يجب أن تكون جزءا من المجال الادراكي عند كل الذين يتلقونها , وهناك نوعين من الدلالات العامة هما :

أ - الدلالات الطبيعية : وهي التي وفرها لنا العالم المادي بدون تدخل الانسان وتتضمن الاحوال الجوية مثل (درجة الحرارة , الرطوبة , الظواهر الطبيعية) ب - الدلالات المُصنوعة : وهي التي تنتج عن تعديل الانسان للظروف المُحيطة به وتأثيره عليها مثل تحويل الخشب الى أثاث أو الحديد الى آلات وُعُد . 2- الدلالات الخاصة : وهي التي يشعر بها الشخص نفسه دون غيره مثل الاحساس بالألم وهي متوافرة للفرد الذي يُدركها فقط . والدلالات العامة أو الخاصة قد تكون لفظية أو غير لفظية والخاصية العامة المُشتركة بينهما هي

إن الدلالات قد حدثت وإن المُتلقين لها لا يستطيعون السيطرة عليها.
3 - الدلالات السلوكية غير اللفظية : ومن أمثلتها رؤية الفرد لنفسه في المرآة , تقليب صفحات كتاب , أخذ قلم , التحرك في الكرسي الخ وتختلف هذه الدلالات السلوكية غير اللفظية عن الدلالات العامة والخاصة هي إن الفرد يُمكن أن يُسيطر عليها .

إن القيمة التي نُعطيها لأي دلالة من الدلالات تُعني قدرة الدلالة على مُعاونتنا في تفسير الظرف المُحيط بنا , فتظهر بشكل علامة (+ , صفر , -) حيث إن : علامة (+) تعني إن الدلالة تقوم بتدعيم التفسيرات السابقة أو الجديدة . وعلامة (-) تعني إن الدلالة تُناقض آرائنا أو أنماط سلوكنا . وعلامة (صفر) تعني إن الدلالة لا تؤدي أي من هاتين الوظيفتين .

4 - نموذج بولدنج

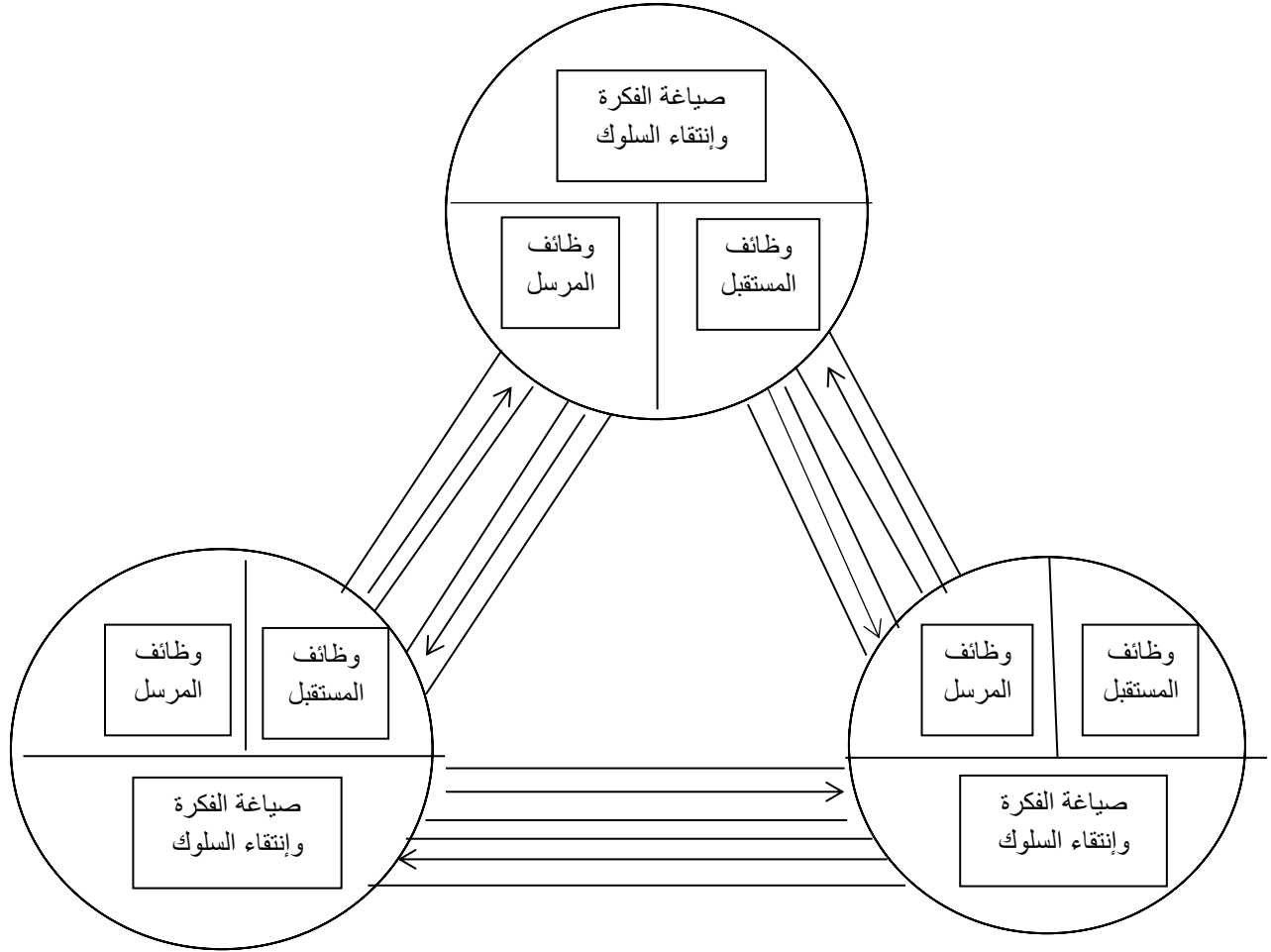
تنطبق هذه النظرية على الاتصال الذاتي للفرد حيث إنه يُقرر وفقا للتصورات التي صنعها لنفسه ما سيفعله بالمُدركات التي يستقبلها وكيف يُعطي لتلك المُدركات معنى . ويذكر بولدنج إن مُدركاتنا عن أنفسنا وعن الآخرين وعن العالم مُتصلة بحيث إن التجربة في الحياة كلها تلتئم عند كل فرد . فكل تجربة جديدة تجد مكانها في التصور الذي تكونه عن العالم وكل رسالة جديدة تحتل مكانها المُخصص لها بحيث تدعم التجربة وتؤيد التصور الاساسي الذي ذكرناه , فأني تجربة جديدة يتم إستقبالها وتفسيرها بأحدى الطرق التالية :

1 - تدعم التصور الحالي .

2 - تُحدث مراجعات طفيفة على هذا التصور .

3 - تضيف الى التصور الحالي معلومات جديدة .

عدد القنوات سيكون (6) قنوات وان مضمون العملية يبقى كما هو لا يتغير , حيث إن واجبات المرسل أو المستقبل تبقى ثابتة الا إن الاتصال بين الفرد (ب) والفرد (ج) ربما يؤثر على الاتصال بين الفرد (أ) والفرد (ب) . وربما يُعتبر الاتصال بين فردين آخرين (تشويش) من جانب شخص ثالث ويؤدي الى تقليل فاعلية إتصال الشخص الثالث ورغم ذلك فإن جوهر عملية الاتصال يبقى كما هو ولا يحدث تغيير في واجبات (المرسل أو المستقبل) كما مٌبين في الشكل (9)



الشكل رقم (9) يوضح نموذج إتصال بين أكثر من شخصين

نماذج الاتصال الشخصي

1 - نموذج لاسويل

قدم هارولد لاسويل نموذجاً في الاتصال مؤكداً على عنصر التأثير في العملية الاتصالية ولخص النموذج في عبارته المشهورة :

- من يقول ؟
- وماذا يقول ؟
- ولمن يقول ؟
- وبأية وسيلة ؟
- ولأي غرض (التأثير) ؟

ويشير لاسويل بأن دراسة الاتصال يجب أن تحاول الإجابة عن الأسئلة أعلاه . فالسؤال الأول , من يقول ؟ يشير الى القائم بالاتصال وما هي خصائصه ؟ والسؤال الثاني , ماذا يقول ؟ ما هي الرسالة التي يحاول القائم بالاتصال إرسالها . والسؤال الثالث , لمن يقول ؟ يركز على الجمهور وطبيعته وخصائصه . والسؤال الرابع , بأية وسيلة ؟ يركز على الوسيلة ومدى ملائمتها لغرض الرسالة. والسؤال الخامس , لأي غرض ؟ يركز على التأثير الذي تحدثه العملية الاتصالية. وقد ركز لاسويل على العنصر الخامس (التأثير) وذلك لأن إهتماماته ودراسته كانت تتركز على (تأثير الدعاية على الرأي العام) فإذا لم يتحقق هذا التأثير تصبح عملية الاتصال فاشلة وإن أدت جميع العناصر الأخرى وظائفها بكفاءة عالية .

نواحي الضعف في نموذج لاسويل

- 1 - يرى إن عملية الاتصال تسير باتجاه واحد .
- 2 - لا يشير الى رجوع الصدى من المستقبل الى المرسل .
- 3 - لم يتعرض للخبرة المشتركة بين المرسل والمستقبل .
- 4 - لم يذكر شيئاً عن التشويش .

2 - نموذج روس

يتضمن نموذج روس خمسة مُتغيرات هي :

1 - المرسل

2 - المستقبل

3 - الرسالة

4 - قناة الاتصال

5 - رجع الصدى

ويؤكد روس في نمودجه على الظرف الذي يحدث فيه الاتصال إذ يعمل كمؤثر يحدد المعنى الفعلي للفكرة وينطوي الظرف على (مدى إستيعاب المرسل للأفكار التي تقدمها الرسالة , تجربته السابقة حيال تلك الرسالة , مشاعره , إتجاهاته , عواطفه , وقت الارسال) ويقوم المستقبل بتلقي مُنبهات الرسالة ويستوعبها ويفك رموزها ويقوم بتفسيرها . وتتضمن عملية فك الكود إنتقاء المُنبهات التي تتفق مع ثقافة المُتلقى وتعمل الثقافة عمل الظرف كمؤثر يُحدد المعنى الفعلي للرسالة .

يؤكد روس إن المُتلقى حينما يستقبل الرسالة يقوم بتفسيرها والاجابة عليها وهذه الاستجابة هي رجع الصدى (التأثير المُرتد) الذي يتكون من ردود فعل المتلقي الداخلية والخارجية . ويُعتبر الظرف مصدر قوة نموذج روس حيث إن الظرف يؤثر في عملية وضع الفكرة في كود وفي عملية فك كود الرسالة . يمكن توضيح نموذج روس بالشكل رقم (10)

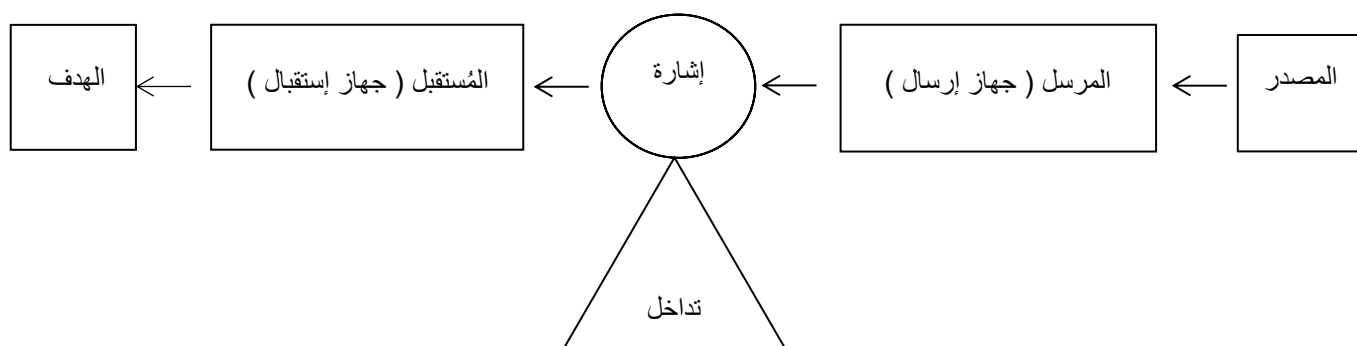
ردود فعل المستقبل		
وسيلة		
وضع الفكرة في كود	إرسال الرسالة	فك الكود
مرسل		مستقبل
- معرفة - تجربة سابقة - مشاعر - إتجاهات - عواطف	- رموز - لغة - كود - ترتيب المعلومات - الصوت	- معرفة - تجربة سابقة - مشاعر - إتجاهات - عواطف

شكل رقم (10) يوضح نموذج روس

3 - نموذج شانون وويفر

يُعد هذا النموذج من أوائل النماذج التي ظهرت في هذا المجال عام (1949) ويُعتبر ثمرة لإسهامات علماء الهندسة والطبيعة والرياضيات في تقديم نماذج في عملية الاتصال . ويتكون من العناصر التالية :

- 1 - المصدر .
- 2 - المرسل (ناقل الرسالة) .
- 3 - الرسالة (المحتوى) .
- 4 - مُعالجة الرسالة .
- 5 - المُستقبل .
- 6 - هدف الاتصال .
- 7 - التغذية الراجعة . كما مُبين في الشكل (11)



شكل (11) يبين نموذج شانون وويفر

حيث يختار مصدر المعلومات رسالة يرغب في إرسالها الى هدف محدد . يقوم المرسل بتحويل هذه الرسالة الى إشارة يتم نقلها بواسطة وسيلة إتصال معينة الى المستقبل . كالاتصال من خلال خط تلفون أو إتصال لا سلكي أو جهاز لنقل الصوت وغالبا ما يُطلق على هذا النموذج بالنموذج التليفوني حيث يختار المصدر رسالة ينقلها

عن طريق سماعه التليفون من خلال قناة (سلك تلفون وموجات صوتية) الى مُستقبل التليفون الذي يُعيد بناء الرسالة لكي يتمكن شخص آخر (الهدف) من تلقيها .

يُمكن تشبيه المُرسل بالميكرفون الذي يحول الموجات الصوتية المُنبعثه من المصدر الى إشارات كهربائية تسري على شكل إشارات في الاسلاك الى سماعه المُستقبل التي تقوم بتحويل الموجات الكهربائية مرة أخرى الى موجات صوتية يستطيع الهدف أن يلتقطها . فنشاط المُرسل في هذه الحالة يُشار اليه دائما الى إنه In coding أي وضع الرسالة في رموز مُعينة . ونشاط المُستقبل De coding أي فك الرموز .

يذكر شانون وويفر إن التداخل هو كل ما يُعيق عملية الاتصال .

وبما إن الرسالة تُرسل على شكل إشارات منقولة عبر الهواء (قناة الاتصال) فإن ذلك يُعرض الرسالة الى التداخل .

وقد ينشأ هذا التداخل من (المُرسل أو الرسالة أو المُستقبل) فتفقد عملية الاتصال شيئا من المعلومات المُرسلة من المصدر الى الهدف .

وقد يحدث التداخل نتيجة أحد الاسباب التالية :

1 - حدوث ضوضاء أثناء الاستماع الاذاعي .

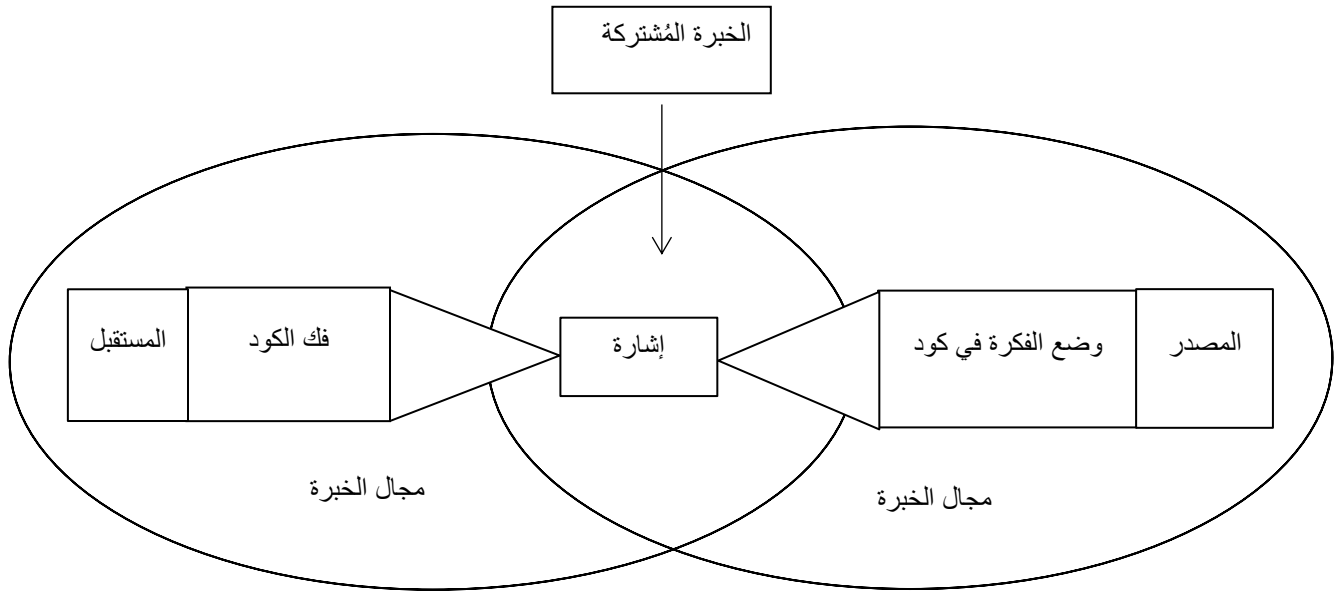
2- عدم إرتياح الشخص مُتلقي الرسالة مما يُعيقه عن فهم الرسالة .

3 - سوء الاضاءة بالنسبة للقارئ لأنه لا يستطيع القراءة بصورة جيدة .

4 - عدم الدقة في الكتابة في الصحيفة يُعتبر تداخلا فاذا كان الرقم المُراد نقله مثلا عن ظاهرة مُعينة الى المُستقبل 2% وذكر هذا الرقم 20% فان ذلك لا يُعطي معلومات دقيقة عن الظاهرة ويجعل القارئ يُعيد حساباته في تلك الظاهرة .

4 - نموذج ولبورشرام للاتصال بين فردين

يتمثل نموذج ولبورشرام بفردين يتصلان ببعض ويتداخل مجال خبرتهما , فالرسالة مكونة من إشارات تعني شيئا لكل منهما وكلما تشابه إطارهما الدلالي زاد احتمال أن تعني الرسالة نفس الشيء عند كل منهما . ويؤكد شرام على إن معنى كل كلمة لها أبعاد عديدة فهناك المعنى الذي يختلف من فرد الى آخر ومن ثقافة الى أخرى ويتوقف التشابه في المعنى عند الفردين المتصلين ويُدركان الرسالة على إتساع نواحي التشابه بين تجربتهما بحيث يستطيعان مُشاركة معاني نفس العلامات والاشارات بشكل فعال ويُمكن توضيح ذلك بالشكل رقم (12) .



شكل رقم (12) يوضح نموذج ولبورشرام للاتصال بين فردين

يضع المصدر أفكاره في كود In coding ويستطيع المُتلقي أن يفك الكود De coding فقط على أساس خبرته , فاذا لم نكن تعلمنا اللغة الالمانية مثلا لا نستطيع فك رموز رسالة مكتوبة باللغة الالمانية وعلى هذا فانه إذا كان هناك جزء كبير مُشترك بين الدوائر يصبح الاتصال سهلا واذا كان الجزء المُشترك صغيرا يصبح من الصعب نقل المعنى المطلوب من شخص الى آخر . وهذا يعكس الصعوبة الكبيرة التي تواجه الفرد الذي يتصل بفرد ينتمي الى ثقافة أخرى . وليست الرسالة بالبساطة التي تبدو عليها ظاهريا فكثير من المعاني تكمن خارج الكلمات المنطوقة وطريقة النطق

والحركات التي يقوم بها المُتحدث تُعطي مدلولات أو معاني قد تختلف أو حتى تتناقض مع ما يقوله من كلمات ويحدث نفس الشئ بالنسبة للرسالة التي تنقلها وسائل الاعلام فالصفحة التي تُنشر فيها الرسالة ومكان الرسالة على الصفحة ونوع الحروف المُستخدمة في الطباعة كل هذا ينقل معان تؤكد ما جاء في الرسالة أو تُضعف من تأثير مضمونها .

يؤكد شرام في نمودجه حقيقة إن كل فرد يشترك في عملية إتصال لا يكون مُرسلا أو مُستقبلا دائما , وإنه يقوم سواء كان مُرسلا أو مُستقبلا بوضع الفكرة في كود وفك كود ما يستقبله , كما يقوم بتفسير المُنبهات بناء على مجال خبرته الخاصة كما يؤكد على أهمية رجع الصدى في عملية الاتصال لأنه يُخبرنا كيف تُفسر رسائلنا .

هل تبدو على جبينه علامات الحيرة ؟

هل يقول المُستمع (نعم) هذا صحيح , هل يهز رأسه موافقا ؟ كل هذه ردود فعل المُستلم (رجع الصدى) على الرسالة مثل الرد على خطاب وصلنا أو التصفيق لمحاضر أو خطيب ويُعدل القائم بالاتصال رسائله على ضوء ما يستلم من رجع الصدى .

الاتصال الجماهيري

الاتصال الجماهيري : وهي الطرق التي يكون فيها الاتصال بين المرسل و عدد غير محدود من المستقبلين وتستهدف مناطق واسعة مثل المطبوعات و البرامج الإذاعية والتلفزيونية والصحافة .

بالرغم من جهود الباحثين المستمرة للوصول الى نظرية للاتصال الجماهيري الا ان الوصول الى نظرية يقينية لم يُحسم نهائيا بعد .

إن مفهوم جماهيري (mass) يُشير الى مجموعة كبيرة من الناس من مُختلف المهن والطبقات الاجتماعية وكل فرد من هذا الجمهور مجهول الهوية ولا يتفاعل مع الآخرين ولا يتبادل معهم الخبرة , وإن أفراد هذا الجمهور مُنفصلين عن بعضهم ماديا وغير قادرين على العمل كوحدة واحدة بشكل فعال كما إن أفراد هذا الجمهور لا يستطيعون الاتصال ببعضهم الا بطرق محدودة وليس لهذا الحشد قيادة ويكون سلوك الناس تلقائي لا يقوم على أساس قواعد وتوقعات موضوعة مُسبقا ويعمل أفراده على إشباع حاجاتهم الخاصة بهم كأفراد .

الفرق بين الاتصال الجماهيري والاتصال بين فردين :

1- الاتصال الجماهيري أكثر تعقيدا فالصحيفة أو الاذاعة تتميز بان لها إتصالا داخليا خاصا وهي بحاجة الى أن تُحاط علما بما يجري وبحاجة الى إتخاذ قرارات وتنفيذ سياسات .

2 - رجع الصدى في الاتصال الجماهيري بسيط جدا والافراد اللذين تهدف الوسيلة الاتصال بهم يتغيرون باستمرار والمؤسسات الاعلامية لا تعرف سوى القليل عنهم .

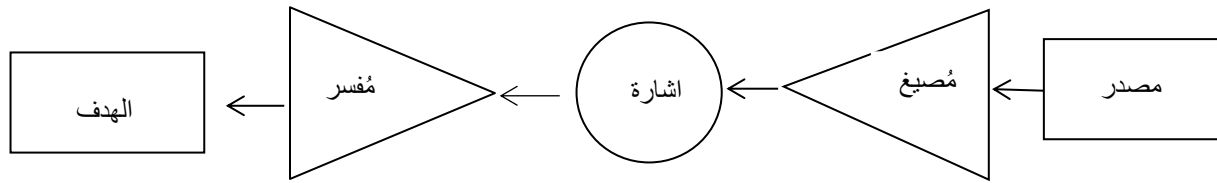
3 - مضمون الرسالة في المؤسسات الاعلامية أكثر سعة من مضمون الرسالة التي يتم تبادلها بين فردين .

نماذج الاتصال الجماهيري

1 - نموذج ولبورشرام

إستخدم ولبورشرام في نمودجه الذي قدمه سنة (1954) العناصر الاساسية في نموذج شانون وويفر ثم طوره سنة (1971) وقدم شرام مفاهيم هامة مثل الاطار الدلالي للمرسل والمستقبل وأهمية الخبرة المُشتركة في تسهيل الاتصال .

وقد تضمن نموذج شرام (المصدر , أداة لوضع الفكرة في كود , إشارة , أداة فك الكود , الهدف) كما مبين في شكل (13)



الشكل (13) يوضح نموذج ولبورشرام للاتصال الجماهيري

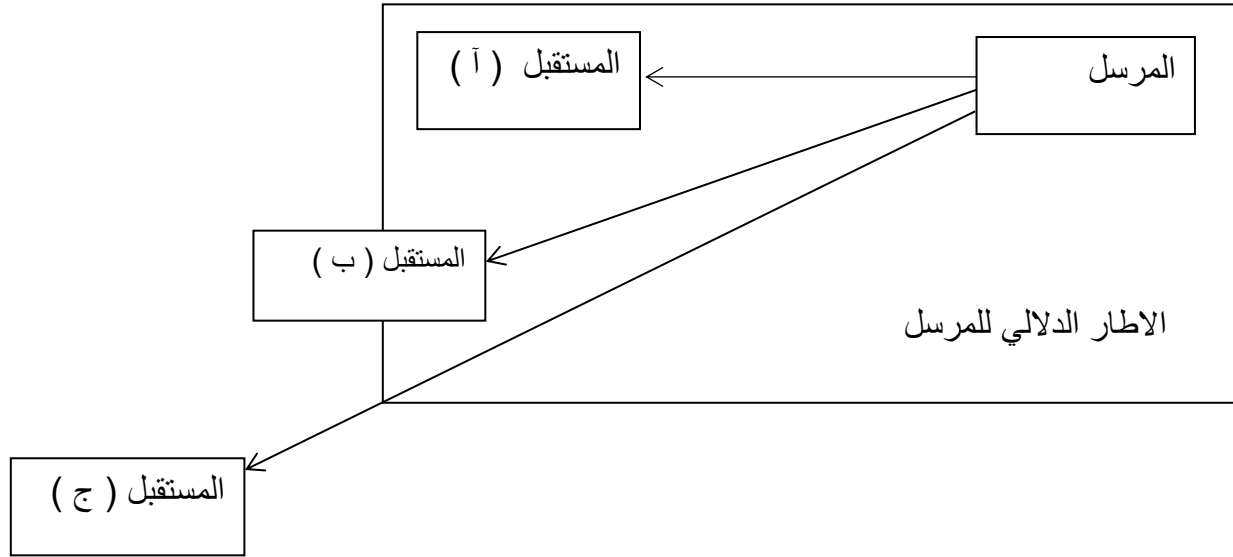
قد يكون المصدر شخص يتحدث أو يكتب أو يرسم أو مؤسسة إتصالية . أما الرسالة فقد تكون صورة أو كلمات مكتوبة على الورق أو موجات صوتية عبر الاثير.

والهدف قد يتمثل في شخص يتنصت أو يُراقب أو يقرأ أو عضو جمعية أو جمهور كرة أو شريحة إجتماعية مُعينة .

يضع المرسل رسالته في شكل أو صيغة مُحددة من الرموز كالاتصال عن طريق الصحف أو الاذاعة أو التلفزيون وبمجرد أن تُرسل الرسالة تصبح طليقة وليس لصاحبها سلطان عليها , وكثيرا ما نسأل أنفسنا بعد إرسال خطاب مُعين هل سيصل الى الهدف ؟ وهل سيفهم الرسالة بالطريقة التي نُريدها ؟ يتوقف

نجاح الاتصال على مدى كفاءة عناصر عملية الاتصال فاذا كان المرسل ضعيفا في كتاباته أو الرسالة غير مُصاغة جيدا أو إن الوسيلة غير مُلائمة , فإن ذلك كله يؤثر على كفاءة الاتصال .

لكي يتحقق التفاهم أو التوافق بين المرسل والمستقبل يجب أن تكون لهما خبرات
مُشتركة , فكلما كانا في إطار دلالي واحد من خلال خبراتهما المشتركة كان ذلك أقرب
الى التفاهم , ويمكن توضيح ذلك بالشكل رقم (14)



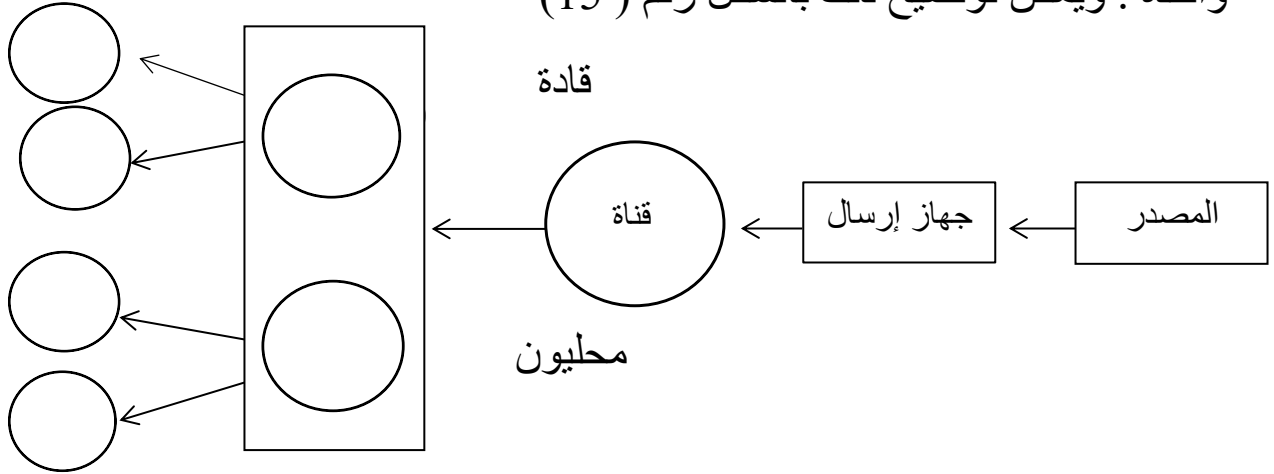
شكل رقم (14) يوضح الإطار الدلالي للمرسل والمستقبل

يقع المستقبل (أ) داخل الإطار الدلالي للمرسل فهو يفهم كل شئ منه .
يقع المستقبل (ب) تقريبا ضمن الإطار الدلالي للمرسل فهو يفهم أشياء ولا يفهم أشياء
أخرى .

يقع المستقبل (ج) خارج الإطار الدلالي للمرسل فهو لا يفهم شيئا مما يقوله المرسل
ويرى شرام إن الاتصال الجماهيري عملية دائرية فكل فرد يضع أفكاره في كود
ويُفسر ما يتلقاه ويستجيب .

2 - نموذج لازار فيلد

يرى لازار فيلد إن المصدر يقوم بإرسال الرسالة خلال قناة مناسبة الى الجمهور من خلال (أناس) يُمكن تسميتهم بالقادة أي إن الاتصال يتم على مرحلتين وليس دفعة واحدة . ويمكن توضيح ذلك بالشكل رقم (15)



شكل رقم (15) يوضح نموذج لازار فيلد

مما يؤخذ على نموذج لازار فيلد ما يأتي :

1- إن الاتصال بالجمهير لا يُمكن أن يتم على مرحلتين فقط فعلى سبيل المثال لو أراد مُذيع الراديو أو التلفزيون أو سياسي أن يتصل بجمهير الشعب البالغ بالملايين لا يمكن أن يتلقون رسالته في آن واحد أو على مرحلتين من خلال أناس. بل يتم الاتصال أو السماع على مراحل مُتعددة يتعذر معرفتها وتحديدها بدقة لارتباط ذلك بالبشر وطبائعهم المتنوعة ولتعقد عملية الاتصال .

2- الاناس الذين يتلقون الرسالة من المصدر ثم يبلغونها لباقي الجمهور كخطوة إتصالية (تالية ونهائية) لا يجب تسميتهم بالقادة , فالقادة لديهم أتباع وصفات مُعينة لا تنطبق على هؤلاء والأصح تسميتهم بمُستمعي الصدفة وإن هؤلاء غالبا ما يؤثرن سلبا في مضمون الرسالة سواءا بالزيادة أو النقصان مما يؤدي الى عدم فهم المُستقبل (الهدف) الرسالة بوضوح .

3 - نموذج الطنوبي

قدم الطنوبي نموذجه عام (1987) في تفسير عملية الاتصال من حيث المكونات والتفاعل الديناميكي بين المكونات والعوامل المؤثرة في كفاءة العملية الاتصالية ويُمكن الاستفادة من هذا النموذج في تحسين عملية الاتصال الارشادي الزراعي ويتكون هذا النموذج من العناصر التالية :

1 - المنبع : وهو المكان الذي تولد فيه الرسالة ويتطلب القيام بعدة أفعال إتصالية بهدف توصيلها الى الجمهور في صورة سهلة لتحقيق هدف أو أكثر . ويتمثل المنبع بمراكز البحوث والجامعات عند إكتشاف مرض أو حل مُشكلة مُعينة .

2 - المصدر : وهو الشخص أو الجماعة أو الهيئة التي تقوم بتجميع الرسالة من منبعها (موقع حربي , أو موقع كارثة طبيعية أو المرض) أو القائم بالترجمة ثم يضعها في شكل مُناسب لنقلها . وكذلك فان الجامعات ومراكز البحوث تُعتبر مصدرا إذا قامت بتجميع الرسالة وإعادة صياغتها . إن وظيفة المصدر تجهيز الحقائق (المحتوى الاتصالي) بصورة مفيدة للمتصل .

3 - المتصل : هو الشخص أو الجماعة التي تستقبل المحتوى الاتصالي في وقت مُبكر بالنسبة للآخرين ويتحتم عليهم توصيل ذلك المحتوى للآخرين بصورة رسمية أو غير رسمية والمتصل في الارشاد الزراعي يتمثل في المذيع أو المرشد أو قد يكون وكيل القطاع الزراعي أو مفتش الارشاد في حالة إتصالهم بالزراع . وغالبا ما يقوم المتصل بصياغة الرسالة بأسلوب عملي (أسلوب قابل للتطبيق) . كما يقوم المتصل بمعالجة الرسالة وجعلها سهلة مفهومة يمكن تطبيقها . ويؤثر المتصل على نجاح (كفاءة) العملية الاتصالية عامة والارشادية الزراعية بصفة خاصة ويرجع ذلك الى تأثير الصفات الشخصية للمتصل كالسن والجنس والخبرة .

4 - الرسالة : وهي المحتوى الاتصالي أو مجموعة الحقائق التي يتم نقلها الى المستقبل بواسطة مُتصل من خلال قناة إتصالية أو أكثر وتُعتبر الرسالة أهم العناصر المُكونة للعملية الاتصالية من حيث وجودها أو عدمه فوجود الرسالة (إكتشاف جديد , إنتشار وباء) يُوجد عملية إتصال أي يُوجد العناصر الاخرى كالمصدر والمستقبل وبقية عناصر عملية الاتصال الاخرى .

5 - قناة الاتصال : وهي الوسيلة التي تُستخدم في نقل وتوصيل المحتوى الاتصالي الى المستقبل . وتدرج من المستوى التقليدي كالأيماءات الى مستوى أرقى كالشرائح والافلام الثابتة الى أرقى كالتلفزيون والمعارض وصولا الى وسائل الاتصال الحديثة كالأقمار الصناعية والانترنت . وتلعب القناة دورا هاما في عملية الاتصال وما تتصف به من مواصفات خاصة كدرجة تطورها وإنخفاض كلفتها وقدرتها على تقليل التشويش الى أدنى حد .

6 - المستقبل كمتصل : وهو كل فرد أو مجموعة أفراد يتلقى المحتوى الاتصالي بقصد أو بدون قصد , ثم يقوم بدور المُتصل وذلك بنقل الرسالة التي تلقاها الى آخرين من أهله وجيرانه وأصدقاءه , ويلعب المُستقبل كمتصل دورا لا يُستهان به في نشر الرسالة وزيادة حجم الجمهور المُستقبل لها , كما يلعب المُستقبل كمتصل دورا في نجاح عملية الاتصال من خلال تفهمه لحاجات الناس وتفاعله مع المُتصل كما تلعب خصائص المستقبل كمتصل كالأمانة في النقل والخبرة الشخصية دورا هاما في نجاح عملية الاتصال .

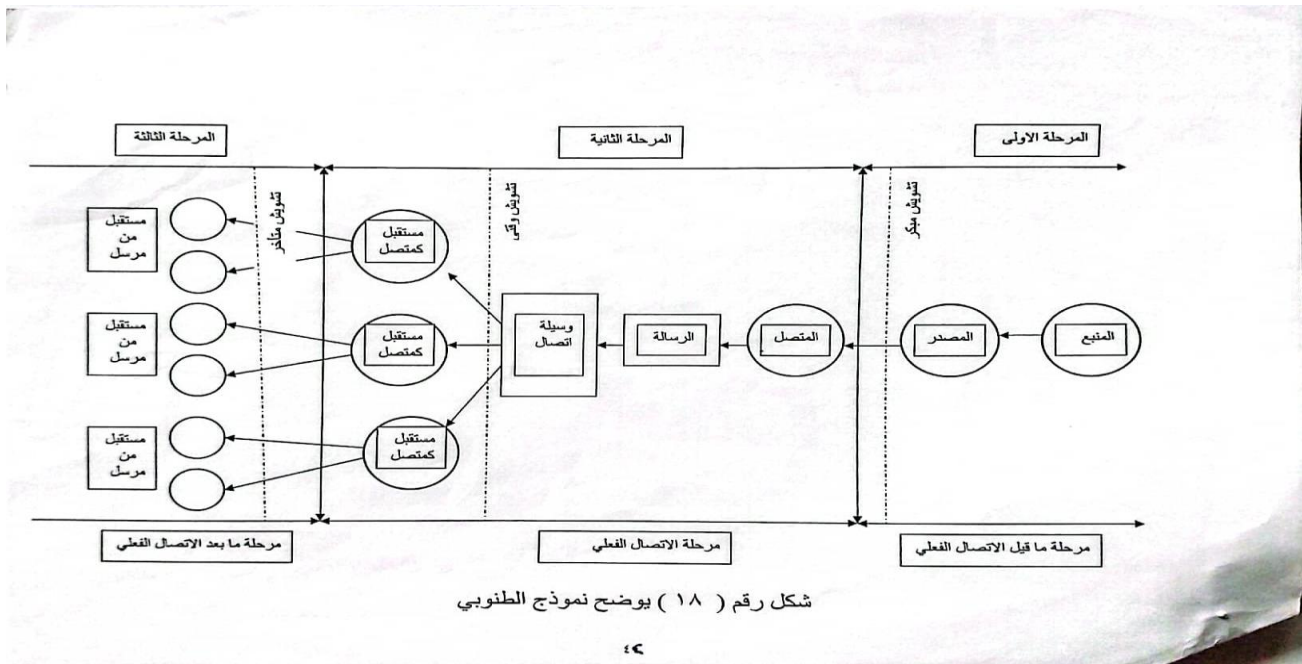
7 - المستقبل من مستقبل : وهو كل فرد أو جماعة أو جمهور وصلت اليه الرسالة من خلال مُستقبل مُبكر (مُستقبل كمتصل) بغض النظر عن إستجابته أو رفضه لمُحتوى الرسالة ويتم ذلك بقصد أو بدون قصد وبصورة رسمية أو غير رسمية .

8 - التشويش : ويتمثل في أي شئ يؤثر على كفاءة عملية الاتصال ويُقسم الى :
أ - تشويش مُبكر : ويُقصد به أي شئ يحول دون وصول الرسالة كاملة كما هي من المنبع حتى المتصل ويكون ذلك خلال مرحلة ما قبل الاتصال الفعلي (المرحلة الاولى) وربما يرجع ذلك لعدم تفسير الرسالة تفسيرا صحيحا في المنبع أو تحريف في المعنى أو المضمون مما يقلل من قيمة الرسالة وأهميتها .

ب - تشويش وقتي : ويقصد به كل شئ يحول دون وصول الرسالة بكفاءة عالية أو كما هي من المُتصل الى المستقبل كمتصل ويحدث ذلك خلال مرحلة الاتصال الفعلي (المرحلة الثانية) وربما يحدث ذلك بسبب المُتصل ذاته لتعمده التحريف باضافة أو حذف اجزاء من الرسالة , أو لضعف أحد حواس المُتصل أو بسبب القناة (كرداءة الصوت أو الصورة) .

ج - تشويش مُتأخر : وهو كل ما يؤدي الى وصول الرسالة ضعيفة في معناها الى (المستقبل من مستقبل) وقد يرجع سبب ذلك الى الخصائص الشخصية (للمستقبل كمتصل) أو الى (المستقبل من مستقبل) ويحدث هذا النوع في مرحلة ما بعد الاتصال الفعلي (المرحلة الثالثة) .

9 - المناخ العام : يؤثر على العملية الاتصالية ككل وعلى كل عنصر من عناصر الاتصال على حدة , وكلما كان المناخ العام جيدا أدى الى تقليل درجة التشويش نسبيا . كما في شكل (16)



شكل (16) يوضح نموذج الطنوبي للاتصال الجماهيري

مقارنة بين عناصر أنواع الاتصال

العنصر	الاتصال الذاتي	الاتصال الشخصي	الاتصال الجماهيري
المرسل	الحواس	شخص أو مجموعة أشخاص	مؤسسة إعلامية
المستقبل	العقل	شخص أو مجموعة أشخاص	جمهور غير محدد
الرسالة	نبضات اليكترونية – كيمياوية	اللغة	اللغة أو الرموز
القناة	الجهاز العصبي المركزي	الصوت	أجهزة أو أدوات سمعية - بصرية
الاستجابة	نبضات اليكترونية – كيمياوية	أسئلة	رسائل
التشويش	صداع	صوت مزعج	طباعة غير واضحة

علاقة الاتصال بالارشاد الزراعي

يُعتبر الاتصال جوهر العمل الارشادي حيث يتم عن طريقه نقل المعلومات والافكار والخبرات بين المرسل (المرشد) والمستقبل (المسترشد) باستخدام القناة المُلائمة لنوع الرسالة وطبيعة الجمهور (المسترشدين) لأحداث التغيير المرغوب فيه في المجتمع الريفي . ومهما اختلفت تعاريف الارشاد الزراعي فهو يتمثل في إنه :

- جهود مُنظمة للتأثير على الافراد وتعديل سلوكهم في مجال معين بما يتفق وظروف المجتمع .
- نظام تعليمي غير مدرسي القصد منه توصيل نتائج البحوث الفنية والخبرات من مصادرها المُختلفة وتفسيرها الى من هم بحاجة الى تطبيقها عن طريق مساعدتهم ليساعدوا أنفسهم على تغيير سلوكهم في المعيشة والانتاج كفرد وكمجتمع ليقابلوا إحتياجاتهم وتحقيق حياة أفضل .

ومهما اختلفت الآراء في التعبير عن مفهوم الارشاد الا إنها تكاد تكون مُتفقة على إن (الارشاد عملية تربوية مقصودة تهتم بتبسيط الخبرات والحقائق لجمهور مُعين وإنها تحدث مُستقلة عن عملية التعليم النظامي داخل أو خارج المدرسة تهدف الى إحداث تغييرات سلوكية مرغوبة في مجال مُعين من مجالات الحياة .

يُسمى الارشاد عادة بأسم المجال الذي يخدمه , فالارشاد في مجال الصحة يُسمى بالارشاد الصحي عندما تتعلق برامجه في تعديل سلوك صحي مُعين في المجتمع كالنظافة أو التغذية الصحية . ويُسمى الارشاد الديني إذا اُختصت برامجه في مجال العمل الديني والارشاد السياحي عندما تتعلق برامجه في مجال السياحة الخ ويُسمى الارشاد في مجال الزراعة بالارشاد الزراعي عندما تتعلق برامجه بأحداث تأثير موجه في سلوك المزارعين نحو إتجاهات ثبت علميا إنها تُساعد على زيادة غلة الانتاج وتحسين نوعيته بما يعود على المزارع والمجتمع بالنفع والفائدة .

أهمية الارشاد الزراعي :

1- المساهمة في تغيير سلوك الافراد ومفاهيمهم وعاداتهم و يكون هذا التغيير ضروريا كي تنمو المجتمعات إذ قد تقف بعض القيم والعادات والاتجاهات عائقا أمام تقدم المجتمعات .

2 - نقل الحقائق والخبرات الجديدة لكي تواكب المجتمعات المحلية عمليات التغيير المستمرة في المجتمعات المتقدمة .

3 - يُعتبر عملية مُكَملة لعملية التعليم النظامي إذ إن هناك نسبة مُرتفعة من سكان المجتمع الريفي لم تلتحق بالتعليم النظامي أو الاستمرار فيه مما يجعل للارشاد الزراعي أهمية في نقل الثقافات الى هذه المجتمعات .

يذكر الشاذلي إن الارشاد الزراعي أكاديميا كان أم تطبيقيا يستمد الكثير من مقوماته من العلوم الاخرى ومنها علم النفس الاجتماعي الذي يهتم بالنواحي التأثيرية واللفظية للاتصال البشري وهذه نقطة الالتقاء الاولي بين الارشاد والاتصال مما يتطلب من القائمين بالارشاد الزراعي الاهتمام بالنواحي التأثيرية واللفظية للاتصال البشري وصولا لتحقيق التأثير المطلوب من الاتصال الارشادي وتحقيق التغيير المقصود .

يُمكن ملاحظة علاقة الاتصال بالارشاد الزراعي من خلال تتبعنا لمسار العملية الارشادية التطبيقية على إختلاف أغراضها فأى عملية إرشادية زراعية لا بُد أن يسبقها إتصال لمعرفة واقع حال المنطقة المُستهدفة بالبرامج الارشادية , أي إن الاتصال يُعتبر مُنطلقا للعملية الارشادية وأثناء تنفيذ العملية الارشادية لابد من إستخدام قناة أو أكثر من قنوات الاتصال أي إستخدام وسيط إتصالي وبعد إجراء العملية الارشادية الزراعية يتطلب إعادة إتصال ترسيخا لما أنجزته العملية الارشادية , أي إن الاتصال يُعتبر ناتجا للعملية الارشادية وكما مبين في ما يلي :

الاتصال كمنطلق للعملية الارشادية

يُعتبر التعليم من أهم أغراض العملية الإرشادية غير إن المُتخصصين الاكاديميين يعلمون تماما إن التدريب يُعد أحد أغراض هذه العملية وهنا يجب التفريق بين التعليم والتدريب .

فالتعليم , وإن كان يتميز بالعمومية فإنه يمد الانسان بمعلومات تفسيرية عامة تُساعده على مواجهة المواقف أو حل المشاكل العامة التي تواجهه .
أما التدريب فإنه يختص بمجال مُعين كالتدريب على تنفيذ مهارة مُعينة مثل إدامة آلة زراعية وقد يكون الاعلام الزراعي أحد أغراض العملية الإرشادية الزراعية باعتباره يُعنى بنشر فكرة ما أو واجب مُحدد على جمهور المسترشدين لتنفيذه . كما يُمكن أن يكون حث الزراع على تبني فكرة مُعينة متمثلا بابتكار جديد أ مُنتج تكنولوجي هو أحد أغراض العملية الإرشادية .

فأيا" كانت أغراض العملية الإرشادية تعليميا" أو تدريبيًا" أو إعلامًا" أو إتخاذ قرارات بالتبني فإن الامر يتطلب ضرورة الاتصال بين المهنيين الزراعيين من جانب والزراع من جانب آخر على أن يكون الاتصال ذو إتجاهين لكي تتم عملية الاتصال بكفاءة ومن هنا نستطيع أن نقول (لا إرشاد زراعي بدون إتصال) .

2 - الاتصال كوسيط للإرشاد الزراعي

علمنا إن رجل الإرشاد الزراعي لكي يؤدي واجبه سواءا" كان تعليميا" أو تدريبيًا" أو حث المزارعين على تبني فكرة ما أو إكسابهم سلوكًا" جديدا" لابد أن يجري إتصالات مُعينة كي يُنجز عمله وبهذا لأبُد أن يستخدم إشارات ورموز إتصالية قد تكون في صورة ألفاظ منطوقة وبالتالي فهي مسموعة أو رموز مكتوبة وبالتالي فهي مقروءة أو رموز مصورة أو مرسومة وبالتالي فهي مرئية أو قد تكون في أكثر من صورة من تلك الصور وعلى ذلك فإن العملية الإرشادية الزراعية تتم من خلال وسيط أو وسائط إتصالية .

3 - الاتصال كنتاج للارشاد الزراعي

ينحصر ناتج العمل الارشادي الزراعي كأى عمل آخر في إحتمالين أحدهما النجاح والآخر الفشل ومن البديهي إن تأكيد النجاح وترسيخه يُعتبر مطلباً "أساسياً" لاستمرار النجاح , كما إن تلافى الفشل يتطلب إتصالات مُعينة تتفق وكل من الاحتمالين . فعلى سبيل المثال : إن نجاح رجل الارشاد الزراعي في عمله يتطلب منه إتصالاً" برؤساءه لأثبات تفوقه ونجاحه كما يتطلب الإتصال بالمُرشدين الآخرين لحثهم على تقليده وإستثارة همهم .

أما في حالة الفشل فأن رجل الارشاد الزراعي يتصل بكل من شارك في العملية الارشادية بحثاً" عن مواطن الضعف كما يتصل برؤساءه مُحيطاً" إياهم بالمعوقات التي حالت دون تحقيق النجاح , كما يتصل بالمُسترشدين موضحاً" أسباب الفشل وإمكانية تلافيه .

وهكذا نرى مدى إعتقاد الارشاد الزراعي على الإتصال وتكاملهما معاً" في سبيل تحقيق ما يصبو اليه الارشاد الزراعي , ولا يُخفى إن للارشاد الزراعي تأثيراته على الإتصال موضوعاً" ووسائلاً" وتطوراً" حيث إن الارشاد الزراعي يُعد أحد موضوعات الإتصال المهني الهام خاصة في المجتمع الريفي ومن شأن أي تقدم في الارشاد أن ينعكس على وسائل الإتصال .

وخلاصة القول إن العمل الارشادي ليس مُجرد تطبيقات عملية بل من الاهمية بالعمل على جودة الإتصال بين القوى العاملة في مجال الزراعة بكافة المُستويات من أعلى موظف زراعي الى الفلاح الصغير والكبير لكسب ثقتهم وإمكانية تطبيق البرامج الارشادية الزراعية.

الاتصال والتنمية الاجتماعية

ما هي التنمية ؟

عُرفت التنمية في فترة الستينات على أساساً " مفهوماً " إقتصادياً" وكان مستوى التنمية يُقاس بمستوى الدخل القومي وفي نهاية الستينات تطور المفهوم بعض الشيء حيث عرفها روجرز (بأنها نوع من التغيير الاجتماعي الذي يتم من خلال إنتشار أفكار جديدة في نظام إجتماعي مُعين بقصد زيادة الدخل القومي ورفع مستوى المعيشة عن طريق زيادة الانتاج وتحسين التنظيم) وبصفة عامة فقد إفترضت تعريفات التنمية , إن المجتمع يتحول من مجتمع زراعي مُتخلف جامد الى مجتمع صناعي حضري .

في السبعينات بدأ تعريف التنمية يتغير كثيراً" فنجد روجرز عرف التنمية عام 1975 بأنها (عملية مُشاركة شاملة في التغيير الاجتماعي بهدف إحداث تقدم مادي وإجتماعي بما في ذلك زيادة في المساواة والحرية وغيرها من الحقوق لغالبية الشعب في المجتمع من خلال التحكم في البيئة بشكل أفضل) .

وقد عرفها ليرنر و ولبورشرام بأنها (عملية تغيير مقصود نحو النظام الاجتماعي والاقتصادي الذي تحتاجه الدولة)

وفي فترة السبعينات دخلت وسائل الاعلام الى القرى بشكل يفوق إنتشارها في أي وقت سابق وبدأ إستخدام الاعلام في التنمية .

النماذج والنظريات التي صورت كيفية قيام الاعلام بالتغيير

وضعت عدة نماذج ونظريات حاولت بأشكال مُختلفة أن تُقدم تصورات مُحددة لكيفية قيام الاعلام بتغيير الافراد والمجتمعات والمُساهمة في عملية التنمية الاجتماعية خصوصا" في دول العالم الثالث ومن هذه النماذج :

1 - المدخل الارتباطي : يضم هذا المدخل شكلان رئيسيان هما :

آ - الشكل الاول : بسيط ويتضح في أعمال دانيال ليرنر في كتابه زوال المجتمع التقليدي الذي نُشر عام 1958 وفي هذا النموذج فرق ليرنر بين المجتمع الحديث والمجتمع التقليدي والمجتمع الانتقالي وبين إن هناك إرتباطاً بين الحضرية والتعليم والتعرض لوسائل الاعلام الجماهيرية والمشاركة السياسية .

ومن الانتقادات التي وجهت لهذا النموذج إنه لم يُحدد كيفية حدوث التغيير الاجتماعي أو التنمية الاجتماعية وما هو دور الاعلام بالضبط في هذه العملية .

ب - الشكل الثاني : وهذا الشكل يتعدى مرحلة الارتباط بين العوامل الى مرحلة السببية بين المُتغيرات وتبعاً لهذا النموذج فأن التعلم ومرحلة القراءة والكتابة تحتاج الى الحضرية وإن إنتشار التعليم يؤدي الى إنتشار وسائل الاعلام الجماهيرية وهذا بدوره يؤدي الى التنمية السياسية .

ومن الانتقادات التي وجهت لهذا النموذج إنه إعتبر التنمية السياسية مُتغير تابع وليس مُستقل . وإن الحضرية مُتغير لا يعتمد على مُتغير آخر بينما التغيير يجب أن يكون في جميع المجالات وليس في مجال مُعين .

2 - المدخل الارتباطي السيكولوجي

يستخدم هذا المدخل أحد مُتغيرات ليرنر الأساسية الا وهو التقمص الوجداني والذي يُعتبر عامل أو مُتغير وسيط , ويُقصد به القدرة على تصور المرء لنفسه في مكان الآخرين وطبقاً لهذا النموذج فان بناء الشخصية في المجتمعات التقليدية هو بناء محدود ومُتجمد ومن هنا فان دور الاعلام والتنمية يركز على خلق المناخ النفسي الذي يؤدي الى النشاط البناء المُساعد لعملية التنمية .

3 - مدخل المعرفة والتغيير الاجتماعي

نقطة البداية في هذا النموذج هي إن المعرفة هي أساس السلوك الانساني . وإن معظم الناس لا يعرفون أو يعرفون الشئ القليل عن معظم القضايا أو الاشياء أو لا يعرفون

كيفية التصرف حيالها . ومن المُسلمات في هذا النموذج إن الانسان يسلك سلوكا خاصا به دون غيره من البشر في الحياة بناء على كمية ونوعية المعرفة التي يمتلكها .

4 - مدخل المعرفة والسلوك

تُبنى العلاقة بين المعرفة والسلوك على الاعتقاد الراسخ بأن الذين لا يقومون بأي سلوك نحو شئ ما غالبا ما يفتقرون القدرة على معرفته أو دراسته وإمكانية السلوك نحوه , وبالتالي فان الفرد لا يستطيع أن يكون إعتقادات أو نوايا سلوكية أو يقوم بسلوك مُعين نحو شئ يجهله . ومن أسباب إختلاف المعرفة بين فرد وآخر : 1 - الإختلاف في درجات ونوعيات التعرض للاتصال .

2 - الإختلاف في الاوضاع الاقتصادية والاجتماعية .

ومن هنا فإننا نستطيع القول بأن السلوك يتأثر بالمعرفة التي تتأثر بدورها بالمُتغيرات الاتصالية والمُتغيرات الاجتماعية الاتصالية .

إن أفضل الاساليب الاتصالية في التنمية هو الاتصال الذي يقوم بدور بارز في توعية الجماهير ببرامج التنمية والمساهمة فيها مع إبراز الواجبات التي يجب على عامل التنمية الاجتماعية القيام بها وتحديد الواجبات التي تقع على عاتق أبناء البيئة الاجتماعية لتبصير كافة المواطنين بحقوقهم وأدوارهم .

دور الاتصال في التنمية الاجتماعية

1 - زيادة المعلومات : يهدف الاتصال في مجال التنمية الاجتماعية الى زيادة معلومات أبناء المجتمع المحلي عن أنفسهم وعن بيئتهم الاجتماعية , لذلك يجب أن يقوم عامل التنمية الاجتماعية بتيسير التفاعل بين أبناء المجتمع المحلي مع الحقائق إيجابيا بمعنى دفعهم الى محاولة توفير ما يكفي من خدمات الى أبناء مجتمعهم على أساس ما عرفوه عن تلك الحقائق وكذلك دفعهم الى دراسة إمكانيات المجتمع المحلي الطبيعية والانتاجية وكيفية استثمارها إقتصاديا مع تدارس الامور فيما بينهم ويلعب الاتصال البشري دورا حيويا في هذه الناحية .

2 - التفاعل مع المعرفة : يستطيع المُنمّي الاجتماعي من خلال توصيل المعرفة الى أبناء المجتمع المحلي دفعهم الى التفاعل بحيث تُترجم الفكرة أو المعرفة الى عمل يتوقف الى حد كبير على كفاءة الوسائل الاتصالية وتأثيرها في أبناء المجتمع المحلي

3 - الاتصال المعرفي : تقوم التنمية الاجتماعية على أساس مُشاركة المواطنين في تحديد وتحقيق أهداف المجتمع من خلال التعاون فيما بينهم وهذا يتطلب أن يكون أبناء المجتمع على إتصال دائم ومعرفة ما يجري في عالمهم من أمور وما يقع في مُحيطهم من أحداث وأن يكونوا على قدر من الوعي بإمكانيات تطوير المجتمع وتنميته ورفع مستوى معيشة أفرادهِ عن طريق الاستفادة من مُبتكرات العلم الحديث وتوعية أبناء المجتمع المحلي تمثل جهود المسؤولين عامة وتشكل هدفا من أهداف أجهزة الاتصال الجماهيري .

الاتصال الجماهيري وأثره في التنمية والتحديث

يذكر روجرز إن التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري يُمكن أن يكون مُتغيراً هاماً يُساعد على إحداث وتسبب التحديث والتغيير الاجتماعي الموجه في البلدان النامية , ويذكر ولبورشرام إن عملية التحضر للمجتمعات التقليدية التي تعتمد على الكلمة المنطوقة في الاتصال تتطلب الاستعانة بوسائل الاعلام .

طبيعة وسائل الاتصال الجماهيرية في الدول النامية

تختلف وسائل الاتصال الجماهيرية في الدول النامية عنها في الدول المُتقدمة ويمكن تلخيص هذه الاختلافات بما يلي :

- 1 - تصل وسائل الاتصال الجماهيرية الى عدد أقل في الدول النامية .
- 2 - توجد صفة مُعينة من المُستقبلين في الدول النامية تستقبل وسائل الاعلام تتمثل في طلبة الجامعات والمجتمع الحضري بينما الريفيين فيحضون بمستوى مُنخفض من التعرض لوسائل الاعلام الجماهيري بعكس ما هو عليه في الدول المُتقدمة.
- 3- إنخفاض المُستقبلين لوسائل الاتصال الجماهيري المطبوعة نسبة الى جمهور الوسائل الجماهيرية الاخرى كالراديو والتلفزيون بسبب إرتفاع نسبة الامية عكس ما هو موجود في الدول المُتقدمة .
- 4 - الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال الجماهيرية تكون ذات قيمة مُنخفضة للريفيين في الدول النامية لأنها موجهة كثيراً للحضرين فهي تُقدم الاخبار العالمية والقومية ولا تهتم بالأخبار المحلية التي تهتم الفلاح عكس ما هو موجود في الدول المُتقدمة حيث تهتم بمُستقبل القروي .
- 5 - وجود رقابة حكومية عالية على وسائل الاتصال الجماهيري في الدول النامية وخاصة الراديو والتلفزيون والسينما , بينما في الدول المتقدمة فإنها تُقدم رسائل ذات محتوى مُميز بقوته على إحداث التنمية والتحضر خاصة للقرويين .

إرتباط وسائل الاتصال الجماهيرية بعملية التحديث

يؤكد المهتمون بالتنمية في المجتمعات النامية على أهمية طرق الاتصال بالجماهير في عملية التحضر وفي هذا يذكر روجرز إن الاتصال بالجماهير Mass Communication هو بث رسالة عن طريق وسائل الاعلام المطبوعة أو الاليكترونية من مصدر مكون من فرد أو عدة أفراد الى المستقبلين . وقد بينت البحوث التي أجريت في الدول النامية اهمية الدور الذي يُمكن أن تقوم به وسائل الاعلام في عملية التحضر , ففي الهند والصين وكوبا تم الاهتمام بوسائل الاتصال الجماهيري وإعتبروها عاملا رئيسيا في دفع بلادهم الى الامام فقد إستخدموها مع طرق الاتصال الشخصي من خلال المُناقشات في المجموعات الصغيرة في الاتصال بالفلاحين والعمال .

أسباب الاهتمام بتطوير وسائل الاتصال الجماهيري

1 - إن قنوات الاتصال الشخصية بمفردها غير كافية للوصول الى جماهير كبيرة من الفلاحين , كما إن تدريب أعداد كافية من عمال التنمية المحلية لكل قرية ستكون باهضة جدا.

2 - التقدم التقني لوسائل الاتصال الجماهيري جعلها أقل تكلفة وتستطيع الحكومات الوطنية أن توفر مذياع أو تلفزيون للقرويين . وبالتالي أتاحت لمسؤوليها أن يصلوا الى قطاعات جماهيرية عن طريق وسائل سريعة ومُصممة للتنمية , ويذكر شرام إن الحجم المطلوب من المعرفة والمعلومات واسع النطاق مما يتطلب الاستغلال الفعال للمصادر المُضاعفة للمعلومات الا وهي وسائل الاتصال الجماهيرية التي توفر للبلدان النامية الكثير من المعلومات وبالمعدلات التي تتطلبها برامج التنمية .

3 - من المتوقع أن توجه وسائل الاتصال الجماهيرية المُستمعين أو المشاهدين أو القراء نحو تبني إتجاهات إيجابية ومواقف مؤيدة للتغيير والتنمية والتطور وأن تخلق لديهم إدراك ووعي أعظم بالأحداث المُحيطة بهم وأن تزيد معارفهم كما " ونوعا" .

4 - لوسائل الاتصال الجماهيرية القدرة على مُضاعفة الجهود المبذولة لتحديث الشعوب التقليدية خصوصا عندما تكون تلك مُرتبطة بوجود إتصالات مُباشرة ما بين الاشخاص في جماعات المُناقشة الصغيرة كما يحدث في نوادي الاستماع .

نموذج روجرز لتوضيح علاقة التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري بعملية

التحديث

يذكر روجرز إن عملية التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري تلعب دورا في عملية تحضر الريفيين ويقول إن هذه العملية ترتبط بمجموعتين من المتغيرات هما 1- مجموعة مُتغيرات تسمى بالمُقدمات (مُقدمات التعرض) .
2 - مجموعة مُتغيرات تسمى بالنتائج (نتائج التعرض) .

1 - مجموعة مقدمات التعرض : وهي تسبق عملية التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري وتتمثل بالمتغيرات التالية :

أ - معرفة القراءة والكتابة : إن الريفيين الذين لا يعرفون القراءة والكتابة لا يستطيعون التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية المطبوعة الا من خلال أحد يقرأها لهم . الا إنهم يمكن أن يتعرضوا لوسائل الاتصال الجماهيرية الاليكترونية كالراديو والتلفزيون . وفي دراسة أُجريت في كولومبيا وهي إحدى الدول النامية بهدف تحديد العلاقة الارتباطية بين معرفة القراءة والكتابة والتعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية المُختلفة تبين إن أعلى إرتباط كان مع قراءة الصحف ثم الراديو ثم قراءة المجلات ثم مُشاهدة الافلام السينمائية ثم التلفزيون .

ب - الانفتاح الحضاري : تبين من الدراسة السابقة في كولومبيا إن هناك علاقة طردية بين كل من التعرض لوسائل الأعلام والانفتاح الحضاري مُقاسا بالرحلات التي يقوم بها الريفيون الى المراكز الحضارية فهذه الرحلات تُعتبر وسائل يتعرف القروي عن طريقها بالأحداث التي تدور خارج نطاق القرية ويكون على علم بما يجري في المناطق الحضرية عن طريق وسائل الاعلام .

ج - التعليم الرسمي : إن التعليم المدرسي يشجع ويسهل التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية وقد تبين من الدراسة السابقة في كولومبيا وجود علاقة إرتباط طردية بين التعليم الرسمي والتعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية .

د - المركز الاجتماعي : تبين من الدراسة التي أجريت في كولومبيا إن هناك ارتباطاً طردياً بين المركز الاجتماعي والتعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية حيث إن الصفة ذات المركز الاجتماعي العالي من الريفيين تتعرض بدرجة عالية لوسائل الاتصال الجماهيرية فهم من الناحية الاقتصادية قادرين على شراء الأجهزة مثل الراديو والتلفزيون وكذلك الصحف والمجلات التي يعتقدون في قرارة أنفسهم إنها رمزا للمركز الاجتماعي .

ه - العمر : أشارت الدراسة السابقة في كولومبيا إن هناك علاقة عكسية بين العمر والتعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية وقد يرجع السبب في ذلك إلى أثر معرفة القراءة والكتابة وإن كبار السن يمتازون بالتعليم المنخفض وكذلك المركز الاجتماعي المنخفض وانخفاض التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية يجعلهم أقل عصرية في اتجاهاتهم بعكس صغار السن من الريفيين .

2 - مجموعة متغيرات النتائج (نتائج التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية)

توضح البحوث إن هناك نتيجة عامة لتعرض الريفيين لوسائل الاتصال الجماهيرية وهي تطوير اتجاهاتهم إلى اتجاهات أكثر عصرية . وعموماً فإن نتائج التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية تتمثل بالمتغيرات التالية :

أ - التقمص الوجداني : وهو قدرة الشخص على تخيل نفسه في دور شخص آخر وتمثل التعريف الاجرائي للتقمص الوجداني الذي أستخدم في البحث في كولومبيا (هو قدرة الريفيين على تصور أنفسهم في الأدوار التي يقوم بها عمدة القرية أو المرشد الزراعي أو المحافظ أو الوزير أو حتى رئيس كولومبيا) وقد بينت الدراسة وجود علاقة ارتباط معنوية طردية بين التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية والتقمص الوجداني وقد تبين إن الريفيين الذين يتميزون بمستويات عالية من التقمص يبحثون عن النقاط التي تُنبههم لها وسائل الاتصال الجماهيرية في رسائلها (المطبوعة والإلكترونية) .

ب - الابتكار : أثبتت البحوث إن هناك علاقة طردية بين التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية وكل من الابتكارات المنزلية والابتكارات الزراعية وهذا يعني إن الفرد يقرر مبكراً تبني الأفكار والأساليب المزرعية أو المنزلية قبل إقرانه وعليه فإن وسائل

الاتصال الجماهيرية لها دور هام في زيادة الابتكارات ولها الدور في تحضر الريفيين في الدول النامية أو ما يُسمى بمناخ التحضر أو التحديث .

ج - المعرفة السياسية : أثبتت البحوث إن هناك علاقة طردية بين التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية والمعارف السياسية فهي تخلق الاهتمامات السياسية لدى المواطنين وتجعلهم يُشاركون في السياسة وتنمي لديهم الروح الوطنية .

د - الدافع الاحرازي : هو القيمة الاجتماعية التي تؤكد وجود رغبة في التفوق أو الأمتياز لدى فرد بالنسبة لانجازاته الشخصية في وظيفته . ولدى الريفيين هي الزراعة وقد تبين إن هناك علاقة طردية بين التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية وبين الدافع الاحرازي للفرد والذي يُعتبر سببا من أسباب التنمية وتحضر الفرد .

هـ - الطموحات المهنية والتعليمية : أثبتت البحوث إن هناك علاقة إرتباط طردية بين التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية وبين كل من طموحات الفرد المهنية والتعليمية . ويؤكد علماء الاجتماع المعنيين بالتنمية على إن خلق طموحات أكبر يُعتبر خطوة هامة في عملية تحديث أو تحضر الريفيين .

يتضح مما سبق أهمية وسائل الاتصال الجماهيرية في عملية التغيير والتنمية والتحديث في المجتمعات الريفية . ويمكن توضيح نسق الدور لوسائل الاتصال الجماهيرية في التنمية والتحديث كما يلي :

مقدمات التعرض	عملية التعرض	نتائج التعرض
- معرفة القراءة والكتابة - التعليم الرسمي - المركز الاجتماعي - العمر (السن) - الانفتاح الحضاري	التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية	- تقمص وجداني - إبتكار زراعي أو منزلي - معرفة سياسية - دوافع إحرارية - طموحات مهنية