

جامعة تكريت
كلية الزراعة
قسم الاقتصاد والارشاد الزراعي
المرحلة الثالثة

المحاضرة الاولى

اساليب اتصال

مدرس المادة :

مهنا سعيد شده

مفهوم الاتصال :-

- يقصد بعملية الاتصال communication عملية توصيل معلومة أو فكرة من شخص الى آخر أو من شخص الى جماعة أو من جماعة الى شخص أو من جماعة الى جماعة حتى تصبح هذه المعلومة أو الفكرة مشاعة بينهم .
 - عملية تبادل المعلومات والافكار بين افراد المجتمع سواء كانت الافكار علمية او اجتماعية او ثقافية .
- ويمكن تعريف الاتصال بأنه : سلوك أفضل السبل والوسائل لنقل المعلومات والمعاني والأحاسيس والآراء إلى الآخرين ، والتأثير في أفكارهم وتوجهاتهم وإقناعهم بما تريد .
- إذا تم الاتصال بين شخص وآخر فانه تنشأ بينهم عملية مشتركة في الرأي أو في المعلومات أو الفكرة أو الاتجاه ويُعتبر الاتصال من أقدم صور التفاعل الاجتماعي أي منذ بدأت تتكون المجتمعات الانسانية وعن طريق الاتصال تمكن الانسان من نقل تراثه للأجيال المتتالية وساعد على قيام الحضارات ولو لاه لظل الانسان يعيش في عزلة ولما حدث التغيير وتفاعلت المجتمعات مع بعضها . وتمثل عملية الاتصال الارشادي أحد أشكال الاتصال الانساني حيث يقوم المرشد من خلالها توصيل أفكاره الى المسترشدين لغرض التأثير على سلوكهم .

اشكال الاتصال :-

صنف الكتاب والباحثين اشكال الاتصال الى الاتي :-

- ١- الاتصال الذاتي : يتم فيه الاتصال بين الفرد وذاته .
- ٢- الاتصال الشخصي : يتم فيه الاتصال بين فردين او اكثر.
- ٣- الاتصال الجماعي : يتم فيه الاتصال بين فرد ومجموعة من الافراد .
- ٤- الاتصال الثقافي : يتم فيه الاتصال بين افراد المجتمع الواحد او ما بين المجتمعات الاخرى .

انواع الاتصال :-

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

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

٢- **الاعلان** : وسيلة تجارية تهدف الى نقل السلع والخدمات من اماكن انتاجها الى اماكن استهلاكها من خلال ترغيب المستهلك لها .

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

٤- **الدعاية** : وسيلة مُتخصصة لنوع انتاجي معين يوجه لمجموعة مُحددة من افراد

المجتمع ودائما تنتشر الدعاية بسرعة بين افراد المجتمع ولا يُعرف مصدرها . يوجد

نوعان من الدعاية هي :

١- الدعاية البيضاء .

٢- الدعاية السوداء .

عناصر عملية الاتصال :-

لكي يتم الاتصال بشكل كفوء و الوقوف على نتائج تأثير الرسالة على المستقبل يجب

أن يتضمن العناصر التالية والتي يبينها الشكل (١) :

١- المرسل (المصدر) : (s) source

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.

٢- الرسالة (M) : Message

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 :

١ . عمق تفهمه لمضمون الرسالة .

٢ . خبرته العملية في التطبيق .

٣ . 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 بالإضافة الى الاضرار التي تسببها الاسمدة الكيماوية على التربة إذا ما استخدمت بإفراط .

٣- قناة الإتصال (C) : Channel

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 ١% عن طريق حاسة اللمس و ٣% عن طريق حاسة الشم و ١١% عن طريق حاسة السمع و ٨٥% عن طريق حاسة البصر .
وإن الانسان يحفظ حوالي ١٠% من المعلومات إن كانت عن طريق القراءة و ٢٠% عن طريق السمع و ٣٠% عن طريق البصر و ٥٠% عن طريق السمع والبصر معا .

٤ - المستقبل : (R) Recevier

المستقبل : هو الشخص او الجهة المستهدفة بالرسالة وتتأثر طريقة الاستقبال وترجمة الرسالة بمدى ما يتمتع به المتلقي من معرفة او مهارة مثلما تتأثر بخلفتها 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 .

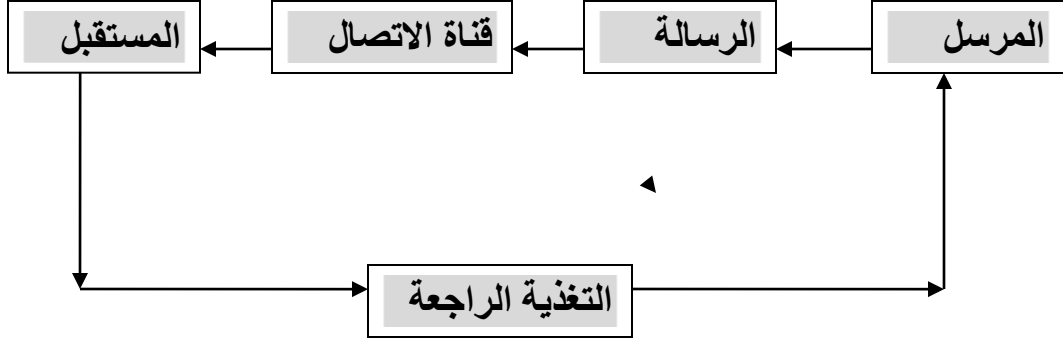
٥- التغذية الراجعة : Feed back

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 أُستخدمت في نقل الرسالة والمُستقبل هو المزارع .

تسمح طرق الاتصال الشخصية بتقييم مدى إستجابة المُتلقي 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 المُتلقي .

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 (١) يبين عناصر الاتصال