**ماهية الاتصال**

سنتطرق في هذا العنصر إلى مفهوم العملية الاتصالية من خلال استعراض عدة تعريفـات للعديد من الكتـاب والعلماء المختصين في هـذا المجـال، وكذا جملة الخصائص التي يتسم بهـا الاتصـال

**1-1-مفهــوم الاتصــال:**لقد عني الاتصال بالعديد من الدراسات والتعاريف مـن طرف العد يد من المفكرين والعلماء وذلك نظرا للأهمية البالغة التي يتسم بها هذا الموضـوع وفيما يلي البعض من التعاريف لأهم المفكرين في هذا المجال.

* فيرى كرونوكت (**Gronokht**) أن"الاتصال بين البشر يتم عندما يستجيب لرمز ما"[[1]](#footnote-1).
* أما ويلري ورايس (**M. Willery and S.A. Rice**) فيعتبران أن "الاتـصال هـو انتقال الرموز ذات المعنى وتبادلها بين الأفراد"[[2]](#footnote-2).
* ويرى تشلرلز كولي (**C.H. Cooley**) أن " الاتصال يعني ذلك الميكانيزم الذي مـن خلاله توجد العلاقات الإنسانية، وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسـائل نـشر هـذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان"[[3]](#footnote-3).
* تعريف محمود عودة: "الاتصال هو العملية الاجتماعية الأساسية طالما كانت المعاني والأفكار التي تنتقل بواسطته مؤثرة"[[4]](#footnote-4).
* ويعرفه ناصر محمد العديلي بأنه " تبادل المعلومات من شخص أو أكثر وذلـك عـن طريق خلق التفاهم بين المرسل والمرسل إليه"[[5]](#footnote-5).
* ويعرف ياغي الاتصال بأنه "عملية نقل هادفة للمعلومات، من شـخص إلـى آخـر، بغرض إيجاد نوع من التفاهم المتبادل بينهما"[[6]](#footnote-6).
* ويعرفه أحمد ماهر على أنه "عملية مستمرة تتضمن قيام أحد الأطراف بتحويل أفكـار ومعلومات معينة إلى رسالة شفوية أو مكتوبة تنقل من خلال وسيلة اتصال إلى الطرف الآخر"[[7]](#footnote-7).
* وهناك من الكتاب والمفكرين ممن اهتموا بأمور الاتصال في المؤسسات ونظروا إلـى الاتصال كوسيلة يرتبط بواسطتها أعضاء المؤسسة بعضهم ببعض من أجل تحقيق هدف أساسي أمثال: " شستر برنارد " و " براون" وغيرهم، حيث يقول براون(**C Browne**):

" الاتصال هو عملية جمع الكلمات، الأحرف، الرموز أو الرسائل، والطريقة التي يمكـن بواسطتها لأحد أعضاء المنظمة أن يشترك في المعنى والمفهوم مع شخص آخر"[[8]](#footnote-8).

ومن خلال هذه التعريفات السابقة، يتضح لنا أن الاتـصال هـو عمليـة نقـل وتبـادل للمعلومات والخبرات والأفكار والرموز، وإرسال للمعاني بين طرف وآخـر أو أكثـر، وذلـك لهدف إحاطة الغير بأمور أو بمعلومات جديدة أو التأثير في سلوك الفـرد أو الجماعـة قـصد إحداث تغيير مرغوب فيه في سلوك ذلك الفرد أو الجماعة، من أجل الحفاظ على العلاقات بـين الأفراد وتعزيزها لتحقيق أهداف اجتماعية أو تنظيمية.

فإمام الجمعة مثلا حينما يخطب في الناس يكون ذلك من أجل أن يحدث محتوى الخطبـة تأثيرا فيهم، فيعدل من سلوكهم. أما الطبيب حينما ينصح مريضه محاولا أن يمنعه من بعـض السلوكيات أو أن يشجعه للقيام ببعضها الآخر ليسلك طريقه إلى الشفاء، والمحامي عندما يرافـع أمام القاضي في المحكمة يحاول أن يجعله ينطق ببراءة موكله، ذلك عن طريق عملية الإقناع التي يهدف للوصول إليها عن طريق الأدلة والبراهين التي يقدمها.

لا شك أن العملية الاتصالية هي حتمية بدأت من بداية الخلق، حيث أنه لم يكن اللفظ هـو الأسلوب الوحيد للاتصال وإنما كانت هناك أساليب أخرى، كدقات الطبول، أو رفع علـم بلـون محدد أو التلويح بالأيدي وغير ذلك من الرموز، فكلها وسائل وأساليب تهدف إلـى التواصـل، والإعلام والإقنـــاع.

إذن ومن خلال تعريف الاتصال يمكن استخلاص وتحديد مفاهيم هذه العملية وخصائصها والتي يمكن إدراجها فيما يلي:

* **الاتصال عملية نقل معلومات، مهارات واتجاهات:** بيد أن عملية الاتصال عملية بالغة الأهمية من خلالها نفهم بيئتنا بما فيها من أفراد وجماعات ، ونضفي عليها وعلـيهم معـاني معينة لنكون بذلك قادرين على التعامل معهم، أو أن نؤثر فيهم و نـتأثر بهم. ولـيس هنـاك سبيـل إلى هذا التأثر والتأثير سوى عن طريق هذه العملـية الأساسية وهي الاتصال، حيث أن هذه العملية هي الوسيلة الوحيدة المسؤولة عن نقل المعلومات والمهارات والاتجاهات بين الناس أو بالأحرى بين طرف وطرف آخـر.

فالأخصائي الاجتماعي عندما يتعامل مع العميل سواء كان فردا أو جماعة، فإنه يبـدأ بتحديد المشكـلة، ثم دراستها وجمع البيـانات اللازمة عنها، عن طريق الاتصـال المؤثر، والذي من خلاله تتقل المعارف والخبرات والمهارات بما يساعد على الوصول إلى التشخيص السليـم، فالعلاج المناسب.

ولولا الاتصال لما استطاع الأخصائي الاجتماعي تزو يـد العميل بالمعارف المتعددة، وإكسابه الخبرات الجديدة التي تكشف عن قدراته وطاقاته وبذلك ينجح الأخصائي في تـدعيم بعض الاتجاهات أو تغييرها[[9]](#footnote-9).

* **الاتصال تبادل فكري ووجداني وسلوكي بين الناس:** إن معظم مختلف العلاقـات الاتصالية يتم فيها التفاعل بين مشاعر وأفكار كل من المرسل والمرسل إليه تفاعلا هادفـا يساعد على تعديل السلوك.

كما أن للجانب الوجداني في عملية الاتصال أهمية بالغة لما له من قوة مؤثرة منـذ أن عرف الاتصال، ومنذ أن أقر علماء النفس بأهمية العنصر الوجداني عند مواقف الانفعال وأهميته في تعميق العلاقة بين الأفراد، فالعملية الاتصالية لا يمكن أن تكون مؤثرة إلا إذا كان لها عمق وجداني فعلي وواقعي لأنه صمام الأمان الذي يجنب انحراف الاتصال عـن بلوغ أهدافه، ولذلك يمكن القول أن كلا من الجانب الوجداني والجانب العقلي فـي تفاعـل مستمر، لأن مشاعر المستقبل تربط دائما بموضوع عقلي معين، حيث يشعر بالغضب مثلا (كمشاعر أي كانفعال وجداني) من أجل موضوع خاص (كجانب عقلي). وعنـدما يلـتقط المرسل إحساس الغضب يستجيب له عاطفيا بالقبول، أو إشعار المـستقبل بـتفهم حالتـه.

وبذلك نتجنب فقدان الاتصال لقوته المؤثرة على السلوك، مما يؤدي إلـى نجـاح عمليـة الاتصال[[10]](#footnote-10).

* **الاتصال عملية تفاعل بين طرفين تحقق المشاركة في الخبرة بينهما:** إن التفاعل هو تأثير فرد على فرد آخر، ولما كانت التأثيرات بين الأفراد ترتبط بميولاتهم واتجاهاتهم، فإن الأفراد عادة يؤثرون في بعضهم البعض نتيجة تفكيرهم، أي تأثير عقل في عقل آخــر[[11]](#footnote-11).

والاتصال هو عملية تفاعل بين طرفين تحقق المشاركة في الخبرة بينهما حيث أنه بواسطته يمكن تعديل الأفكار الخاطئة وتبديلها بأفكار سليمة، ذلك عن طريق القوة المؤثرة القادرة على الإقناع. ولذلك يمكن القول أن التفاعل الذي يبنى عليه يهدف في حقيقته للتأثير في قوة الفكرة التي احتضنها الطرف الذي نسعى للتأثير عليه، ومن هذا يتبين أن مدلول التفاعل في الاتصال هو قدرة المرسل على التأثير في تفكير المستقبل واتجاهاته، وهذا ما نسميه المثير والاسـتجابة، أي حدوث فعل من المرسل ورد فعل من المرسل إليه. وبهذا تتحقق المشاركة بين طرفي العملية الاتصالية.

**1-2-خصائص العملية الاتصالية**

تتميز العملية الاتصالية بالعديد من الخصائص، يمكن إدراجها فيما يلي:

1. **انتشـار الاتصال عبر الزمـان والمكـان:** يمضي الإنسان متحدْثا ومتحدثـا إليـه ومستمعا ومستجيبا للعديد من الرموز، لهذا يوجد اتصال في كل مكان وكل لحظة ولا غنى عنه، من هنا يعبر الاتصال عن الأوضاع القائمة والبيئة المحيطة والثقافة المميزة لـشعب معـين أو المناخ الثقافي الذي يعبر عن حقيقة المجتمع وأوضاعه[[12]](#footnote-12).
2. **الاشتراك والمشاركة في المعنى:** إن الاتصال بوجه عام هو نشاط له هدف ومعنى، وهو فعل يبادر به ويسعى فيه نحو تمييز المنبهات وتنظيمها، بحيث يتمكن من توجيه ذاته فـي بيئته وإشباع حاجاته المتغيرة، فقيام الإنسان بالاتصال هو عملية تحويل للمنبه الخـارجي مـن حالة مادة أولية أو خام إلى معلومات ذات معنى وهدف[[13]](#footnote-13). لذا يمكن القول أن هـذا الفعل الذي يتمثل في إيجـاد المعنى يقوم بوظيفة التقليل من غموض هذا العالـم.
3. **الاتصال يشكل نظاما متكاملا:** يتكون الاتصال من وحدات متداخلـة وتعمـل جميعـا حينما تتفاعل مع بعضها البعض من مرسل، مستلم، رسائل، قناة وتغذية مرتدة، وإذا ما غابـت بعض العناصر أو لم تعمل بشكل جيد فإن الاتصال يتعطل أو يفقد التأثير المطلوب.
4. **الاتصال غير قابل للتراجع أو التفـادي:** لا يمكن لشخص ما أن يتراجع عن الاتـصال بعد حدوثه، فهو يستطيع التأسف أو الاعتذار أو إصلاح ما أفسده الاتصال أو حتى نسيان تلـك العملية الاتصالية التي قام بها،ولكن لا يمكنه مسحه أو الظن بأنه لم يحدث. فإذا ما تفادى أحدنا اتصالا من جانب أصدقائه مع رغبتهم فيه، فإن ذلك قد يؤدي إلى آثار سلبية على هذه الصداقة[[14]](#footnote-14).
5. **الاتصال قد يكون قصديـا وقد لا يكون**: ويتمثل هذا في أربع حالات:

* قد يرسل شخص رسالة إلى آخـر عن قصد ويستقبلها الآخر عن قصد، وبالتالي فالاتصال هنا قصدي.
* وقد يرسل الشخص رسالة بدون قص د لآخـر يستقبلها عن قصد كمـن يتنـصت على محادثة خاصة بين اثنين، وفي هذه الحالة يكون الاتصال غير قصدي.
* وقد يرسل شخص رسالة عن قصد لشخص آخر غير منتبه لها فلا يتفاعل معها.
* وقد يرسل شخصان رسائل ويستقبلانها دون قصد منهما بذلك ويتمثل هذا بـشكل كبير في الرسائل غير اللفظية كنوع ملابسنا، لونها، مظهرنـا العام وملامحنا[[15]](#footnote-15).

**1-3-عناصر عملية الاتصال**

رغم تعدد واختلاف تعاريف عملية الاتصال، إلا أن معظمها تتفق على خمسة عناصر أساسية فالبعض من العلماء وضع عناصر العملية الاتصالية في صورة أسئلة، ومن خلال الإجابة عنها يمكن إظهار العناصر الأساسية للاتصال.

فقد وضع "هارولد لازويل" قبل أكثر من ستين عاما قضيته المشهورة في شكل سؤال يصف الاتصال وصفا دقيقا ويحدد عناصره التي تقوم عليها هذه العملية، حيث قال :

" من؟ يقول ماذا؟ لمن؟، وكيف ولماذا؟ "[[16]](#footnote-16)

وإذا حاولنــا تحليل هذا السؤال، نجد أننـا أمام خمسة عناصر للاتصال، ومهما تنوعت عمليات الاتصال وتعددت أساليبها فإنها لا تتم إلا إذا توافرت لها جميع هذه العناصر:

* "من" المرسل
* "ماذا" محتوى الرسالـة
* "لمن" المستقبل أو المرسل إليه
* "كيف" القنـــاة أو الوسيلة
* "لماذا" تحليــل الآثار أو النتائج لعملية الاتصال ( التغذية الرجعية ).

**1- المرســل** :**Emetteur**

وهو العنصر الأول لعملية الاتصال والمسؤول عنها، وهو الشخص أو مجموعة الأشخاص الذين يودون أن يؤثروا في الآخرين بشكل معين ليشاركوه أو يشاركوهم في أفكارهم أو اتجاهاتهم أو خبرات معينــة[[17]](#footnote-17).

ويعتبر المرسل هو المسؤول عن إعداد وتوجيه الرسالة التي يحتاجها من يتعامل معه من الأفراد أو الجماعات.

ومن أمثلــة ذلك المدرس، الأخصائي الاجتماعي أو الإمام أو غيرهم الذين يعتبرون المصدر الذي يملك المعلومات والحقائق والجديد من الأخبار والتي قد تكون من ابتكـار المرسل نفسـه، كما يفعل المفكرون والباحثون. وقد تكون هذه الأفكار من ابتكار آخـرين ويقوم المرسل بنقلها إلى المستقبل، شأن ذلك المدرس الذي ينقل للتلاميذ الحقائق العلمية والمعلومات التي توصل إليها العلماء.

ومن أجـل إنجــاح عملية الاتصال، يتطلب من المرسل توافر بعض الشروط الهامة التي تساعده في ذلك، يمكن إدراجها فيما يلي:

* + - أن يكون الهدف واضحا لا لبس فيــه بالنسبة للمرسل
    - أن يكون ملما بأنواع قنوات الاتصال المرتبطة بعملـه
    - أن يكون على دراية تامـة بمصادرها المختلفة وطرق إعدادها واستخدامها
    - أن يكون متمكنا من مادة رسالته (المادة العلمية)
    - أن يكون على دراية بخصائص من يتعامل معهم أو من يوجه إليهم رسالتـه(المستقبل)، كالعمر، المستوى الثقافي والاجتماعي أو الحالة النفسية...إلخ
    - أن يكون قادرا على إدراك مدى تأثير رسالته على المستقبل.

**2- الرسالــة : Le message**

وهي الأفكـار، المفاهيـم، الإحساسات، الاتجاهـات، القيـم أو المبادئ التي يرغب المرسل في إشراك الآخرين فيهـا أو إكسابهم إياهـا، وبعبارة أخرى الرسالـة هي المحتوى أو المضمون الذي يريد المرسـل أن ينقلـه إلى المستقبـل.

ففي المجال التعليمي مثـلا الرسالـة هي موضوع الدرس وما يتضمنه من معلومات أو حقائق يقدمها المعلم إلى تلاميـذه،كما أن في المجـال الوظيفي الرسالة هي مجموعة الأوامر والتعليمات والشكاوي وغيرها التي ترسل من قبل عامل إلى زميلـه على اختلاف مستوياتهم[[18]](#footnote-18).

ثـم أنه هناك شروط ينبغي توافرها في الرسالـة لتكون عنصرا فعالا في عملية الاتصال والتي يمكن حصرها فيما يـلي:

* " أن تســاير أهداف المجتمع الذي يعيش فيه المرسل أو يعمل به أو ينتمي إليه.
* أن تكون ملائمـة للوقت المحـدد لها وللجمهور المقدمة له.
* أن تكون الرموز المستخدمة واضحـة المعاني ومألوفـة بالنسبة للجمهور المخاﹶطب.
* أن تكون خاليـة من الحشو والمبالغة والتعقيـد.
* أن تكون قادرة على جذب انتباه المستقبل، أي مثيرة لتفكيره.
* أن تكون مادتهـا مرتبطـة ومتسلسلة بطريقة سهلة منطقيـة"[[19]](#footnote-19).

**3- الوسيلــة أو القنــاة Le media**

وهي الطريقـة التي تستخدم في نقل الرسالـة " الشكل أو اللغة التي يستعملها المرسل ليعبر بها عن رسالتـه التي يرغب في توجيهها إلى المستقبل"[[20]](#footnote-20).

فالأفكـار أو المهارات لا تنتقل من تلقـاء نفسها، بل لابد لها من وسيلـة تعبر عنها،ولقد اعتبـرها البعض من الكتـاب أنهـا الرمز الذي يستخدمه المرسل ليعبر به عن رسالته أو ما يود أن يوجهه من معلومات إلى المرسـل.

وتعدد وسائـل الاتصال، بحيث قـد تكون مكتوبة (الكتب، المجـلات، الجـرائد...) أو شفوية (كالمحاضرات، الندوات، حلقـات المناقشـة، المقابلات...)، وقد تكون وسائل غير لفظية كالصور والرسومات والملصقات أو التعبير عن طريق الإشارات... إلخ.

ولقنـاة الاتصال (الوسيلـة) تأثيـر بالغ على الرسالة لدرجة أنه من الممكن أن تتغير بتغير الوسيلـة "مما دفع البعض إلى القول بأن الرسالـة هي الوسيلة "[[21]](#footnote-21). ومن بين الشروط الواجب توفرها في الوسيلـة الجيدة ما يلي:

* أن تكون مناسبـة لقدرات المستقبلين
* أن تكون مشوقـة أو جذابـة (زاهية الألوان مثلا) على ألا يكون ذلك على حساب مضمون الرسالـة.
* أن تكون مناسبة من حيث الحجم والعمق للجمهور المستقبل
* أن تكون اقتصادية في الوقت والجهد والتكلفـة

**4- المستقبل (المرسل إليه)Le récepteur**

ونعني به الفـرد أو الجماعـة أو الجماهير التي يوجه إليها المرسل رسالته، رغبة منه في إشراكه أو إشراكهم فيما يهتم به من معلومات، أفكـار، وغير ذلك، مثل التلميذ عندما يستمع لدرس أستاذه أو الموظف مع مديره أو المريض مع طبيبه، أو الناس عندما يستمعون إلى برامج الإذاعة أو عند مشاهدة التلفاز.

وإذا كان للمرسل أهمية بالغـة في العملية الاتصالية، كونه المصدر أو العنصر الأول المسؤول عن الاتصـال ـ "خاصة عند تعمقه في دراسـة خصائص من يوجه إليهم رسالته،فإن آثار ذلك ستنعكس على قدرة المرسل أثناء أداء رسالتـه"[[22]](#footnote-22) ـ فإن المستقبل لا يقل أهميـة عن المرسل في إنجاح العمليـة الاتصاليـة. ففي كثير من الأحيان نجد لجوء الشركات التجارية الكبرى إلى علماء النفس والاجتماع والاقتصاد من أجل تحسس أفضل الأساليب للتأثير في العمـلاء.

وحتى يحقق الاتصـال أهدافـه المنشودة يجب أن يتوافـر في المستلم شروط منهـا:

* أن يتحقق في المرسل إليه الاستقرار الجسمي والنفسي.
* أن يكون مستلم الرسالـة إيجابيا، بعيدا عن الكسل والخمول والسلبية.
* أن يشعـر بأهمية الرسالة وقيمة المرسل.
* قدرة المستلم على القراءة والاستماع (تحويل الرموز)، أي اكتسابه مهارات ترميزية.

**5- التغذيــة المرتـدة ( الرجعيـة) Feed Back** وهي الإجابة التي يجيب بها المستقبل على الرسالة التي تلقاهـا من المصدر ،" أو هي الاستجابة التي تبدو على المستقبل نتيجة لوصول الرسالة التي يرغب المرسل في توصيلها لـه"[[23]](#footnote-23).

ويظهـر الرجع في أنساق حركيـة أو لفظية كأن يقول المستقبل " نعم" أو أن يهز رأسه علامة على الموافقـة أو أن يتغير لون وجهـه تعبيرا عن غضبـه أو خجلـه. وعن طريق الرجع يستطيع المرسل أن يفهم ما إذا كان مستلم الرسالـة قد تلقاهـا أصلا أو لا، وأن يفهـم الطريقـة التي استقبلت بها الرسالـة وهل استوعب محتواها.

ونلاحـظ أن البعض إن لم نقل الكثير من الكتاب والمفكرين يقصرون عملية الاتصال على أربعة عناصر فقـط (مرسل، رسالـة، قنـاة و مستقبل)، ولا يعتبرون التغذية الرجعية عنصرا من عناصر العملية الاتصاليـة، وذلك ظنا منهم أن الرجع يشكل في حد ذاتـه رسالة ثانيـة، لها نفس العناصر الأربعـة، ويصبح بذلك المستقبل مرسلا والمرسل مستقبـلا. إلا أن الأغلبيـة من العلماء وخبراء الاتصال يرون أن الاتصال دون رجع هو عملية ناقصـة، و يؤكدون على ذلك بأن "الاتصال مضمونه مشاركة في الخبرة، وبدون التغذية الرجعية لا يتسنى للمرسل معرفة موقف المستقبل من الرسالة"[[24]](#footnote-24).

1. **وظائف الاتصال**

إن الاتصال كعملية اجتماعية لا يمكن لأي كان الاستغناء عنهـا، يؤدي عدة وظائف وكذا له عدة أهداف يمكن إدراجهـا كما يلي:

* **التوجيـه:** ويقصد به عمليـة تكوين اتجاهات فكريـة في الأفراد يراها المجتمع صالحة ومحققـة لأهدافـه[[25]](#footnote-25).

ويتحقق التوجيـه في العملية الاتصالية حينما يتجه الاتصـال إلى إكساب المستقبل اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمـة أو تثبيتها حينما تكون مرغوبا فيهـا.

* **التثقيـف:** هو تزويـد الأفراد أو الجماعات بعناصر معرفيـة جديدة، والتثقيف بمعناه الواسع المتعارف عليـه يتناول النواحي العامة التي تعجز الأساليب الأكاديمية المتبعة عن القيام بهـا.

ويكون الاتصال تثقيفيا حينما يتجه نحو تبصير وتوعية المستقبلين بأمور تهمهم بقصد مساعدتهم وزيادة معارفهـم من أجـل فهم ما يدور حولهم من أحداث[[26]](#footnote-26).

* **الترفيـه:** بما أن الترفيه قد أصبح نشاطا هاما وضروريا في المجتمع المعاصر بفضل ما يؤديه للأفراد والجماعات، كونـه يخفف عنهم ولو لوقت محدود في أغلب الأحيان الضغـوط.

ولم يعـد الاتصال قاصرا على تسليـة الجماهير، بل أصبح الاتجاه القـوي الآن هو استخدام الترفيـه الموجه لزيادة استمتاع الأفراد بمهارة ترفيهيـة تنمي اتجاهاتهم بما يعود عليهم بالفائدة[[27]](#footnote-27).

* **التعــارف الاجتماعي:** بحيث يتيح الاتصال الفرصـة لزيادة احتكاك الجماهير ببعضهم البعض، وبذلك تقوى الصلات الاجتماعية. ويتحقق ذلك بما تنشره وسائل الاتصال المختلفة من أخبار تزيد من فرص التعارف الاجتماعي بين النـاس.

1. **أهداف الاتصال**

للاتصـال أهداف كثيرة يمكن تقسيمها إلى أهداف عامـة وأخرى خاصـة، حيث أنه هناك أهداف عامة بالنسبة لكل عمليـة اتصال أيا كان نوعها أو المجال الذي تتم فيـه، وهناك أهداف خاصـة وهي تختلف حسب الظروف والمكان الذي يتم فيـه هذا الاتصال.

**1-الأهــداف العامة للاتصال:**

* **أهــداف معرفيـة:** عندما يكون الهدف أساسـا توصيل المعلومات أو الأخبار.
* **أهــداف إقناعيـة:** عندما يكون الهدف تغيير وجهـة نظر أو إقنـاع الطرف الآخر بشيء معين غير الذي يعـرفه.
* **أهــداف ترويحيـة:** تهدف أسـاسا للترويح عن النفس والتخفيف عنهـا.

إن هذه الأهـداف الثلاثـة وإن كانت موجودة بالنسبة لأي عملية اتصالية إلا أنه قد يغلب أحد هذه الأهداف على الآخــر[[28]](#footnote-28).

**2-الأهــداف الخاصة للاتصال:** وهي أهـداف تختلف حسب الظروف والمكان الذي يتم فيه الاتصال، بحيث أن هنالك أهداف خاصـة بكل مؤسسة تتوقف على نوعية المؤسسة ولذلك سنتناول الأهداف الخاصة بالاتصال داخل المؤسسات ذات الطابع الإداري التي تعتمـد على العنصر البشري بالدرجة الأولى، ويمكن توضيحهـا فيما يلي:

* **أهداف الاتصال بالنسبة للموظفين:** يهدف الاتصال داخل المؤسسة إلى إعلام العاملين بما يجري داخل المؤسسة، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة التفاهم والثقة مما ينعكس بالإيجاب على زيادة أداء العاملين.

كذلك لا شك أن تزويد الموظفين بالقدر الكافي من المعلومات يؤدي إلى التقليل من الشائعات التي تجعلهم يضيعون الوقت في أحاديث لا تقوم على أساس من الصحة[[29]](#footnote-29).

* **أهداف الاتصال بالنسبة للقيادات الإداريـة:** يحقق الاتصال الجيد مزايا كثيرة بالنسبة للقائد الإداري وذلك من خلال المشاركة مع العاملين الذين يقودهم والتأثير فيهم بالصورة الكافيـة.

فالقيـادة تمثل القدرة على التأثير في الناس أفرادا أو جماعات، بتوجيه السلوك الفردي أو الجماعي من أجل تحقيق هدف مشترك، فالقيادة لا تسير في اتجاه واحد ولكن يجب أن يكون هناك شعور جماعي من جانب الجماعة من خلال علاقـة وظيفية بينهم وبين القائـد الذي يحاول قيادتهم، تقتنع فيه الجماعة بوجود مواصفات تؤهله في نظرهـم لممارسة هذه الوظيفـة.

والاتصال الجيـد طريق القائـد لاتخاذ القرارات الهامة والسليمة القائمة على قدر كاف من الحقائق والمعلومات والبيانات الصحيحة[[30]](#footnote-30).

وأهم ما يحققه الاتصال من أهداف وفوائد بالنسبة للقيادات الإدارية ما يلي:

* + - * التعرف على الحقائق والمعلومات والبيانات الصحيحة.
      * التعرف على حقيقة ما يحدث داخل المؤسسة بصورة صادقة.
      * تمكين القائد من التوجيه والإشراف والتأثير على العاملين.
* **أهداف الاتصال بالنسبة للجمهور:** للجمهور أهمية خاصة بالنسبة للمؤسسات، حيث أنها غالبا ما تكون مؤسسات خدماتٍ، لذلك فالمؤسسة يهمها إقامة نظام بالاتصـال بالجمهور يمكنها من أن توصل حقيقـة الجهـود التي تبذلهـا ،'' ذلك أن المؤسسة يهمها بالدرجة الأولى التعرف على آراء أفراد الجمهور في نشاطهـا، وكـذا الاطلاع على شكاوي ومقترحات الجمهور لتحسين خدماتها"[[31]](#footnote-31)

1. - خيري خليل الجميلي، الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية 1997 ص 09 [↑](#footnote-ref-1)
2. - المرجع نفسه ص 09 [↑](#footnote-ref-2)
3. - المرجع نفسه ص 09 [↑](#footnote-ref-3)
4. - المرجع نفسه ص 10 [↑](#footnote-ref-4)
5. - لوكيا الهاشمي، السلوك التنظيمي، الجزء الثاني، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية، جامعة منتوري قسنطينة، ص: 212. [↑](#footnote-ref-5)
6. - مركز التميز للمنظمات غير الحكومية، مواد في العلاقات العامة، عدد (9) سنة 2002، شبكة الانترنت، <http://www.ngoce.org>، بتاريخ 11/07/2008، التوقيت 10:15. [↑](#footnote-ref-6)
7. - أحمد ماهر، السلوك التنظيمي مدخل بناء المهارات، الدار الجامعية، الإسكندرية، الطبعة السادسة، سنة 1997، ص 353. [↑](#footnote-ref-7)
8. - كامل محمد المغربي، السلوك التنظيمي مفاهيم وأسس سلوك الفرد والجماعة في التنظيم، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، ط3، 2004، ص233. [↑](#footnote-ref-8)
9. - السيد عبد الحميد عطية ومحمد محمود مهدلي، الاتصال الاجتماعي وممارسة الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية 2003، ص51. [↑](#footnote-ref-9)
10. - خيري خليلي الجميلي، مرجع سابق، ص 13 و14. [↑](#footnote-ref-10)
11. -المرجع نفسه، ص15. [↑](#footnote-ref-11)
12. - شبكة الانترنت، عنوان الموقع: [www.moqatel.com](http://www.moqatel.com)، تاريخ الاطلاع: 21/06/2008، التوقيت: 15:35. [↑](#footnote-ref-12)
13. - المرجع نفسه [↑](#footnote-ref-13)
14. - أحمد بن سيف الدين التركستاني، مدخل إلى الاتصال الإنساني، مركز تطوير التعليم الجامعي لجامعة الملك عبد العزيز، [www.ctld.net](http://www.ctld.net)، تاريخ الاطلاع: 30/03/2009، التوقيت: 16:45. [↑](#footnote-ref-14)
15. - المرجع نفسه. [↑](#footnote-ref-15)
16. - السيد عبد الحميد عطية، مرجع سابق، ص44 [↑](#footnote-ref-16)
17. - المرجع نفسه ص45. [↑](#footnote-ref-17)
18. - محمد عبد السميع محمد وآخرون، الاتصال والوسائل التعليمية قراءات أساسية للطالب المعلم، مركز الكتاب للنشر، الطبعة الأولى، سنة 2001، القاهرة، ص 31. [↑](#footnote-ref-18)
19. - أحمد صقر عاشور: السلوك الإنساني في المنظمات، الدار الجامعية، القاهرة، 1989، ص275. [↑](#footnote-ref-19)
20. - السيد عبد الحميد عطية، مرجع سابق، ص49. [↑](#footnote-ref-20)
21. -مصطفى عبد السميع محمد وآخرون، مرجع سابق، ص32. [↑](#footnote-ref-21)
22. - مصطفى عبد السميع، مرجع سابق، ص31. [↑](#footnote-ref-22)
23. - خيري خليل الجميلي، مرجع سابق، ص22 [↑](#footnote-ref-23)
24. - السيد عبد الحميد عطية ومحمد محمود مهدلي، مرجع سابق، ص50. [↑](#footnote-ref-24)
25. - خيري خليل الجميلي، مرجع سابق، ص32. [↑](#footnote-ref-25)
26. - السيد عبد الحميد عطية، مرجع سابق، ص60. [↑](#footnote-ref-26)
27. -خيري خليل الجميلي، مرجع سابق، ص33. [↑](#footnote-ref-27)
28. - خيري خليل الجميلي، مرجع سابق، ص33. [↑](#footnote-ref-28)
29. - خيري خليل الجميلي، المرجع نفسه، ص 35 [↑](#footnote-ref-29)
30. - علي أحمد علي وروحية السيد، الاتصالات الإدارية والجماهيرية، مكتبة عين شمس، القاهرة، سنة 1980، ص14. [↑](#footnote-ref-30)
31. - خيري خليل الجميلي، المرجع نفسه، ص 37 [↑](#footnote-ref-31)