

المحور الرابع: تقنيات الاتصال في مجال الاعلام وفي المؤسسات

تمهيد

يعرف الاعلام بأنه نشر المعلومات ونقلها إلى طرف الآخر بعد جمعها وانتقائها ومن الناحية الاصطلاحية هناك العديد من التعريفات لمصطلح الاعلام جاءت على نحو متشابه نذكر منها: هو نشاط اتصالي بالجمهير العريضة حيث يتم تزويدهم بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع بحيث يعبر هذا الرأي عن اتجاهات الجماهير وميولاتهم. ومن أجل تحقيق لابد من استخدام تقنيات الاتصال المناسبة تقنيات لغوية وأخرى غير لغوية. كما تظهر أهمية تقنيات الاتصال خلال ما يعرف بالاتصال المؤسساتي وهذا من أجل لإيصال المعلومات والأفكار بين أطراف عملية الاتصال في المؤسسات.

1. تقنيات الاتصال في مجال الاعلام: تتنوع تقنيات الاتصال في مجال الاعلام بتنوع طرق بث

المعلومة وايصالها إلى الجمهور ما بين المقروء والمسموع والمسموع المرئي، إضافة إلى خصائص أخرى ظهرت مع تزاوج مجال الاعلام بتكنولوجيا الاتصال. ولكن وبشكل عام يمكن تقسيم تقنيات الاتصال في مجال الاعلام إلى تقنيات الاتصال اللغوي وتقنيات الاتصال غير اللغوي

أ. **تقنيات الاتصال اللغوي:** تتمثل تقنية الاتصال اللغوي في الاعلام المطبوع في الكلمة المكتوبة أو المطبوعة، وفي الاعلام السمعي البصري في الكلمة المنطوقة. وبغض النظر عن طبيعة كل وسيلة من وسائل الاعلام وخصوصيتها، وحاجتها إلى لغة خاصة بها متلائمة معها، فإن هناك عدة خصائص عامة يجب توافرها في اللغة الإعلامية، ويمكن حصرها فيما يلي:

- الوضوح: لابد أن تكون الكلمات والجمل والمعاني - منطوقة كانت أو مكتوبة - واضحة كل الوضوح كي تصل إلى الجمهور بشكل سليم خالي من التشويه وتحقق الوسيلة الإعلامية أهدافها المبتغاة.
- المعاصرة: ويقصد بها أن تكون الكلمات والجمل والتراكيب والتعبيرات اللغوية متماشية مع روح العصر، ومتسقة مع ايقاعه.
- الملائمة: ويقصد بها أن تكون اللغة متلائمة مع الوسيلة من ناحية ومع الجمهور المستهدف من ناحية أخرى.

- الجاذبية: ويقصد بها أن تكون الكلمات قادرة على الشرح والوصف بطريقة حية ومشوقة.
 - المرونة: ويقصد به ان تكون اللغة الإعلامية قادرة على التعبير عن مختلف الموضوعات بسلاسة وبدون تعسف، كما يقصد بها ان تكون متعددة المستويات بحيث تستطيع مخاطبة أكثر من جمهور ومعالجة أكثر من موضوع وقضية.
 - الاتساع: ويقصد به أن يكون عدد المفردات كبيرا بحيث تلبي الاحتياجات المختلفة، واللغة الإعلامية متسعة وتتنوع بشكل يومي، وقد يكون الاتصال مع الثقافات الخارجية وضرورة الترجمة اليومية لكثير من المصطلحات أثره في زيادة حجم اللغة الإعلامية وفي اتساعها.
 - القابلية للتطوير: وهي سمة ملازمة للغة الإعلامية، فلغة الإذاعة في الخمسينات غير مثلتها في الستينات أو السبعينات، وهو الأمر ذاته في بقية وسائل الاعلام الأخرى.
- ب. **تقنيات الاتصال غير اللغوي:** تختلف تقنيات الاتصال غير اللغوي باختلاف الوسيلة الإعلامية، فكان لابد من تصنيفها.

أولاً: تقنيات الاتصال غير اللغوي في الصحافة المكتوبة: وهي الرسائل الإعلامية التي تتضمنها الصحيفة بدون استخدام الكلمة المكتوبة وتتمثل في:

- الكاريكاتير: يحتل الكاريكاتير مكانة متميزة وبارزة في الصحافة المكتوبة، بفعل قدرته على الجمع ما بين الاتصال اللغوي وغير اللغوي، وفاعليته في التأثير والتعبير. فهو يعد خطابا مستقلا بنفسه له خصوصياته وأصالته وتفرده وهويته.
- الصورة الفوتوغرافية: في كثير من الحالات تكون الصورة الصحافية أبلغ أثرا على المتلقي نظرا لاختزالها لمضمون عميق ، يرسم في المخ عبر العين صورة واضحة عن الحدث و ما يتعلق به من تفاصيل ، بمعنى أن المقال المؤلف من عشرات الكلمات و العبارات يقف عاجزا على إيصال الفكرة مقارنة مع الصورة التي التقطت باحترافية بالغة ، فعلا يقول الواقع أنها أبلغ من ألف مقال.
- التعامل مع الوقت: ويقصد به ان تكون الأخبار والمواضيع تتماشى والأحداث الوطنية والدولية والمناسبات الاجتماعية والدينية.

ثانياً: تقنيات الاتصال غير اللغوي في السمعى البصري: وهي التقنيات المستخدمة لتتماشى مع المواضيع والمضامين السمعية البصرية وتتمثل في:

- نبرة الصوت
- الخلفيات الموسيقية والمؤثرات الصوتية

- لباس المذيع أو الصحفي
- حركات الجسم وتعابير الوجه
- الديكور
- التعامل مع الوقت: من حيث مراعاة الأحداث الوطنية والدولية والمناسبات الاجتماعية والدينية، والتركيز على وقت الذروة لبت أهم البرامج والأكثر متابعة.

ثالثاً تقنيات الاتصال غير اللغوي في الاعلام الالكتروني: تتمثل في استخدام الرموز والأيقونات والصور الثابتة والمتحركة.

2. تقنيات الاتصال المؤسسي

أ. تعريف تقنيات الاتصال المؤسسي: هي الأداة التي يتم استخدامها لإيصال المعلومات والأفكار بين أطراف عملية الاتصال في المؤسسات، ويتوقف اختيار الوسيلة على المتغيرات الآتية:

- طبيعة الفكرة المراد إيصالها والهدف منها.
 - خصائص المرسل إليه وكيفية التأثير فيه وميله لوسيلة معينة من وسائل الاتصال دون غيرها.
 - المردود الاقتصادي وتكلفة الوسيلة أو المفاضلة بين وسائل الاتصال اقتصادياً.
 - إمكانية الوسيلة في تحقيق الهدف بأسرع وقت.
- ب. أنواع الاتصالات في المؤسسة: تتضمن فعاليات الاتصال السائدة داخل المؤسسة أنواعاً متعددة تعكس طبيعة التفاعلات الرسمية وغير الرسمية وتتمثل هذه الاتصالات فيما يلي:

أولاً : الاتصالات الرسمية : يطلق على هذا النوع من الاتصالات اتصالات العمل ويوجد في الجماعات المنظمة وتعتمد فاعلية هذا النوع من الاتصالات أساساً على تنظيم قنواته ويقسم على ثلاثة أنواع وهي:

- الاتصالات النازلة : وتتضمن الاتصال من الرئيس إلى مرؤوسيه إذ يحقق هذا النوع من الاتصال تعريف العاملين بطبيعة العمل وكيفية أدائه مثل المذكرات واللقاءات الجماعية ومناقشة الموازنات وغيرها وغالباً ما تكون فعالية التغذية العكسية منها منخفضة إذ إنها تتكون أساساً من تسلم الأوامر وتنفيذها من قبل المرؤوسين عملياً.
- الاتصالات الصاعدة: تتضمن نشاطات الاتصالات الصاعدة من المرؤوسين إلى الرئيس وتضم نتائج تنفيذ الخطط وشرح المعوقات والصعوبات في التنفيذ والملاحظات الصاعدة إلى الرئيس ولا تحقق هذه الاتصالات الأهداف المطلوبة إلا إذا شعر العاملون بوجود الثقة بينهم وبين الرئيس.
- الاتصالات الأفقية والجانبية: تتمثل في الاتصالات القائمة بين الأفراد والجماعات في المستويات المتقابلة ويعزز هذا النوع من الاتصالات العلاقات الضرورية بين المستويات الإدارية المختلفة وتؤدي الثقة المتبادلة إلى نجاح المؤسسة في تحقيق الأهداف المطلوبة وإلى تعزيز هذه الاتصالات

ثانياً : الاتصالات غير الرسمية : وهي بمثابة الاتصالات التي تتم بين الأفراد والجماعات أو المجتمعات الصغيرة أو الجماعات غير الرسمية التي لا تحكمها قواعد رسمية بل تحكمها عادة التقاليد والعادات والمعايير الثقافية إنَّ هذا النوع من الاتصالات ، وإن كان يساهم في كسر الحواجز ما بين الموظفين والعاملين ولاسيما مابين المرؤوسين والرؤساء، إلا أنه يفتقر إلى التنظيم ويصعب في معظم الأحوال تتبع قنواته وتمتاز الاتصالات غير الرسمية بسرعتها قياساً بالاتصالات الرسمية.

ثالثاً: الاتصالات الخارجية : وتضم الاتصالات الجارية بين المدراء والأطراف الأخرى خارج المؤسسة مثل المجهزين والمستهلكين وغيرهم ، وتسهم الاتصالات الخارجية في زيادة فاعلية وكفاءة الأداء وتحقيق الفرص المتاحة والاستثمار الأفضل للموارد.

ت. أنواع تقنيات الاتصال المؤسساتي : ويمكن تقسيم وسائل الاتصال في المؤسسة كالآتي

- وسائل الاتصال المباشرة: كالاجتماعات
- وسائل الاتصال المقررة والمكتوبة: كالتعليمات
- وسائل الاتصال المسموعة: كالهاتف
- وسائل الاتصال المرئية والمسموعة: الانترنت