المحاضرة 04: مستويات الاتصال

1- الاتصال الثنائي أو الشخصي: هو اتصال ذو اتجاهين يحدث وجها لوجه بين فردين، فالاتصال الثنائي ينعكس أو يرتبط بالصفات الشخصية التي تميز العملية الاتصالية فالحب والكراهية، الألفة، الود والغضب كلها صفات تؤثر على طبيعة الحدث الاتصالي الذي نقيمه مع الإنسان الآخر.

لا تختلف وظائف الاتصال الشخصي عن بقية وظائف الاتصال بوجه عام بسبب اختلاف المضمون الاتصالي الذي قد تختلف فيه نوعية الوسيلة أو عدد المشتركين في الحدث الاتصالي.

وبما أن السلوك الاتصالي لا يأتي عشوائيا بل نتيجة تخطيط لتحقيق هدف ما، فإن الانسان يسعى في الاتصال الشخصي لتحقيق أهداف معينة منها:

-تقوية العلاقات الاجتماعية.

-تلبية الحاجة الملحة لدى الفرد نحو الرغبة مثلا في التعبير عن انفعالاته.

-تكوين علاقات مع الآخرين.

2- اتصال المجموعات الصغيرة: يعرف بأنه تفاعل يتم وجها لوجه بين ثلاثة أفراد أو أكثر بهدف المشاركة في المعلومات بصورة تتضح فيها السمات النفسية لكل فرد من أفراد المجموعة.

3-الاتصال في المؤسسات: يتسم الاتصال داخل المؤسسات بالرسمية ففي أي منظمة يوجد هيكل تنظيمي يبين نوع العلاقة التي تربط المناصب بعضها ببعض ويبين قنوات الاتصال فيما بينها، فالذي يتم التركيز به في هذا النوع من الاتصال هو أسلوب بناء المعلومة نفسها أي الرسالة والتحكم في كيفية إرسالها والاهتمام ببناء إستراتيجية للاتصال تحقق المؤسسة من خلالها أهدافها عن طريق تنمية مهارات الاتصال لدى أفراد المؤسسة ليكون الاتصال أكثر فعالية في زيادة التوافق بين الأفراد المنتمين لها.

هناك سمة أخرى للاتصال المؤسساتي وهي انه غير رسمي، باعتبار انه يحافظ على استمرارية عمل النظام دون تدخل العوامل العشوائية، كما انه يعمل على إتاحة المجال للاتصال الشخصي ليلعب دوره في سرعة انجاز الأعمال بالإضافة إلى ذلك يسمح الطابع الغير رسمي بتخطي القنوات التسلسلية بين المناصب.

<u>من بين شبكات تدفق المعلومات نجد:</u>

السلسلة، العجلة، الحلقة أو الدائري، كل الاتجاهات، شبكة العنق، شبكة الاتصال العنقودي.

المحاضرة 05: الاتصال الجماهيري (وسائطه وتحديد آثاره النفسية والاجتماعية على الفرد والجماعة من خلال مجموعة من النماذج المفسرة له):

هو عملية اتصال تقوم بها هيئات أو أفراد بهدف الوصول إلى عدد كبير جدا من الناس باستخدام وسيط مادي يعرف بوسائط التواصل الجماهيري أو وسائل الإعلام (صحافة، راديو، سينما، جرائد، تلفزيون، وسائل التواصل الاجتماعي...) فمن بين أهداف الاتصال الجماهيري (إعلامية، ترفيهية، توعوية،...)

فمن بين النماذج المفسرة لتأثير وسائط الاتصال الجماهيري على الفرد والجماعة نجد نموذج التأثير المباشر للاسويل ونموذج التأثير الانتقائي الذي يفترض بأن الأفراد يستجيبون للرسائل الإعلامية بشكل مختلف وفقا لاتجاهاتهم وخصائصهم النفسية ومكتسباتهم وذلك بسبب اختلاف الإدراك لدى كل فرد وبما أن الإدراك انتقائي فإن الاستجابة انتقائية وبالتالي فإن تأثير وسائل الإعلام ليس متماثل.

بالإضافة إلى نموذج الفئات الاجتماعية الذي يقسم الأفراد إلى فئات اجتماعية يكون فيها السلوك الاتصالي متشابه داخل كل فئة بمعنى أن موقع الفرد داخل البناء الاجتماعية يؤثر على استقباله للمعلومة وتفسيرها، هذه الفئات أو الأنماط قد تتحدد بناء على السن، الجنس، المستوى التعليمي، الوظيفة ، المستوى الاقتصادي...وبالتالي فإن أنماط الاستجابة تتشابه داخل كل فئة وتأثير وسائل الإعلام هنا ليس قوي ولا متماثل ويختلف بتأثير الفئات الاجتماعية.

-النموذج النفسي الذي يفترض بان الرسالة الفعالة هي التي تتمكن من تحويل الخصائص النفسية للفرد بشكل يجعل الاستجابة المعلنة متفقة مع موضوع الرسالة.