



الاتصال Communication:

عملية الاتصال Communication process : وتعرف بأنها عملية تبادل الأفكار والحقائق والمعلومات بين أفراد المجتمع أو المجموعات والتي تؤدي إلى الفهم المشترك من جانب كل فرد لمعنى ومفهوم الرسالة الإرشادية المتبادلة بينهم .

وتتم عملية الاتصال من خلال أربعة أنواع رئيسية مهمة منها :

1. **الاتصال الذاتي :** حيث يتصل الفرد بذاته من خلال التفكير بموضوع معين من خلال اتخاذه القرارات بشأن شؤون حياته العامة ز
2. **الاتصال الشخصي :** ويتم بين شخصين أو فردين بشكل مباشر ومن خلال المواجهة بين الاثنين أو بشكل غير مباشر كما هو الحال في الاتصال الهاتفي .
3. **الاتصال الجمعي أو الجماعي :** ويتم بين مصدر واحد وبين جماعات أو الجماهير يختلفون في اتجاهاتهم وميولهم وصفاتهم الأخرى كما هو الحال في الاتصال المتمثل بوسائل الإعلام , أو عقد الاجتماعات والندوات .
4. **الاتصال الثقافي :** وهو الاتصال القائم بين المجتمعات البشرية المختلفة , والذي ينقل المعلومات من جيل لآخر أو بين الأمم والشعوب ضمن فترة زمنية معينة .

أهداف الاتصال :

يهدف الاتصال إلى أحداث تغييرات سلوكية مرغوبة تتمثل في :

1. التغيير في المعارف :

ينظر إلى المعارف على أنها القدرة على تذكر الأشياء والاستفادة منها في الوقت المناسب ومن أهداف الاتصال إحداث تغييرات في معارف الجمهور من خلال إكسابهم معلومات معينة

2. التغيير في المهارات :

يهدف الاتصال إلى إحداث تغييرات في قابلية الأفراد على تنظيم العمليات المختلفة واستخدامهم التقنيات الحديثة في تعاملهم مع المشاكل وهي نوعين .

أ- **مهارات عقلية :** تتمثل في قدراتهم على حل المشاكل أو النقد والابتكار والتخطيط والتفكير .

ب- **مهارات أدائية :** مثل قدرة الفلاح على استخدام آلة الرش.

3. التغيير في الاتجاهات :

الاتجاه هو حالة الاستعداد العقلي التي تنظم لدى الفرد من خلال خبراته الشخصية وتؤثر تأثيراً فعالاً على استجابة الفرد ايجابياً أو سلبياً نحو مختلف الأشياء ومن أهداف الاتصال هو إحداث تغيرات في اتجاه الفلاحين الايجابية ومحو الاتجاهات السلبية من أفكارهم .

عناصر عملية الاتصال الإرشادي:

1. مصدر الاتصال : source

وهو المرشد الزراعي وهو منظم العملية الاتصالية والمبادر بتأسيس العلاقة الاتصالية في المجتمع الريفي . ويمثل القوة المغيرة أو المحركة لسلوك الأفراد أو المجتمع الريفي . ويتوقف نجاح عملية الاتصال الإرشادي على كفاءة ومهارة المرشد الزراعي بالاتصال بالآخرين والتأثير فيهم وكسب ثقتهم وأدامه العلاقة معهم من خلال متابعة التعلم والممارسة المستمرة بعملهم . ويجب عليه أن يتعرف وفق حاجات ورغبات جمهور المسترشدين وماهية الرسالة الإرشادية ذات العلاقة بكل حاجة أو مشكلة قائمة وكيفية عرضها وإيصالها للمزارعين من خلال القنوات الإرشادية الأكثر كفاءة في إيصال الرسالة الإرشادية .

2. الرسالة الإرشادية Message

هي المعلومات أو المفاهيم أو المبادئ التي يود مصدر الاتصال ان يتلقاها من هم بحاجة اليها ويفهموها ويعملوا بهديها .

يجب أن تتوفر في الرسالة الشروط التالية :

- (1) تتفق والهدف المراد الوصول إليه .
- (2) أن تصمم بصورة تثير اهتمام الفلاح .
- (3) أن تكون بمستوى الجمهور الاقتصادي والتعليمي .
- (4) أن تكون قابلة للتصديق .
- (5) أن تحتوي على معلومات جديدة للمستقبل .
- (6) أن تكون محددة وواضحة وعند مستوى فهم الجمهور .

3. المستقبل Audience :

يقصد به الشخص أو مجموعة الأشخاص الذين يتلقون او يستقبلون محاولات التأثير الصادرة عن المصدر وقد يكون فرداً أو مجموعة أو جمهوراً ويتطلب نجاح عملية الاتصال أن تكون صورة واضحة لدى الجمهور عن أهداف العملية الاتصالية .

4. قنوات الاتصال Channels of Communication:

وهي الوسائل التي بواسطتها تصل الرسالة الإرشادية من المرسل إلى المستلم . وتتمثل بأي وسيلة تستخدم لتوصيل الرسالة الإرشادية مثل الاجتماعات والراديو والصحف والنشرات والملصقات والزيارات الفردية وغيرها من قنوات الاتصال الإرشادية . وإذا لم يتم اختيار القناة بعناية وتستخدم بنجاح فإن الرسالة الإرشادية (ومها كانت أهميتها) ستفشل في الوصول والتأثير في المسترشدين (المزارعين) .

5. التغذية العكسية Feedback

هي ابرز عوامل تحقيق ضبط العملية الاتصالية وهي تعبر عن مدى إحساس المرسل بطبيعة استجابة المستقبل لرسائله الاتصالية .

وتوصف التغذية بأنها ايجابية عندما تسير عملية الاتصال على ما يرام وسلبية عندما تعتري عملية الاتصال معوقات اتصالية وهي تظهر في الاتصال الشخصي والجماعي أكثر منها في العملية الاتصالية الجماهيرية .

معوقات الاتصال :

- (1) معوقات مادية مثل عدم تيسر الوسيلة الاتصالية .
- (2) قصور الإدراك الحسي للمستقبل .
- (3) التشويش .
- (4) عدم الثقة بالمصدر .
- (5) افتقار الجمهور للمهارات الاتصالية .
- (6) ابتعاد الرسالة عن احتياجات الجمهور .
- (7) عدم توفر التشويق والجاذبية في الرسالة .