

المقاربة النظرية للاتصال الشخصي والإقناع

د. بلقاسم بن روان

أستاذ محاضر

قسم علوم الإعلام والاتصال

جامعة الجزائر

تمهيد

في هذه الورقة نحاول أن نناقش مسألة أساسية لها أهمية كبرى، وعلاقة وطيدة بحياة الفرد والمجتمع وباستمرار الحياة الاجتماعية داخل المجتمع وداخل الانساق الاجتماعية سواء كانت هذه الانساق أسرية أو مهنية، هذه المسألة تتمثل في الاتصال الشخصي، الذي نعتمد عليه كثيرا في حياتنا اليومية، من حيث أننا لاحظنا، بأن هذا الشكل من الاتصال بين الأفراد، أصبح يشكل عقبة وحاجزا في وجه العلاقات الانسانية بين الأفراد وبين الجماعات، خاصة إذا أسيء فهمه، ونحن ومن هذا المنطلق نرى أن العلاقات الانسانية الناجحة والتي تتميز بالصراحة وبالحميمية والتفاهم والتجاوب، هي تلك العلاقات التي يكون فيها أطراف العملية الاتصالية مدركين وواعين بأهمية الاتصال الشخصي والدور الذي يلعبه في تذويب الحواجز وتعدد المعاني التي تنتج نزاعا يتطور إلى صراعات يصعب حلها.

وعليه نرى ضرورة الاهتمام بهذا الشكل من الاتصال، ذلك أن الفرد سواء كان في أسرته أو في عمله أو في الشارع تواجهه مواقف متعددة ومتباينة، قد لا يستطيع أن يسيرها بسهولة إذا كان غير مدرك لميكانيزمات وآليات هذا النوع من الاتصال.

سنركز في هذه الورقة على المسائل الأساسية التالية:

- الاتصال الذاتي.
- الاتصال الشخصي.
- نماذج الاتصال الشخصي.
- الانعاز والاتصال الشخصي.

I. من الاتصال الذاتي إلى الاتصال الشخصي.

1- الاتصال الذاتي:

قبل التطرق إلى السبل التي تمكنا من عملية الاتصال الشخصي، الذي بدون شك سيساعدنا في فهم أنماط الاتصال الأخرى الأكثر تعقيداً، لابد من أن نتطرق إلى معنى الاتصال الذاتي بشيء من الإيجاز.

الاتصال الذاتي، هو ما يحدث داخل الفرد، حينما يتحدث مع نفسه، ويعد اتصال ما يحدث داخل عقل فرد، ويتضمن أفكاره وتجاربه ومذكراته. وفي هذه الحالة يكون المرسل والمتلقي شخص واحد، بمعنى أن العملية الإتصالية بمختلف عناصرها، يتمصها شخص واحد. فالفرد يدخل في حوار مع ذاته، هل سيشاهد أو يسمع أو يقرأ أم لا؟.

والاتصال الذاتي هو الأسلوب الذي بمقتضاه يعطى الفرد معنا للأحداث وللتجارب المحيطة به.

فالإنسان في حياته اليومية، يضيف المعاني على الأشياء التي تصادفه، وفي بعض الحالات قد نتمم بالطريقة التي نفكر بها، ونفسر بها ما نتعرض له من أحداث وتجارب، الشيء الذي يؤدي بنا إلى تطوير آليات معينة للاستجابة، لما يحدث حولنا.

ولكي نفهم عملية الاتصال مع الآخرين علينا أن نبدأ أولاً بمعرفة ما يحدث بداخلنا، باعتبار أن ما يحدث، في ذات الإنسان هو الذي يتحكم في اتصالاته وعلاقاته مع المحيط الخارجي.

ويمكن أن نعطي التعريف التالي للاتصال الذاتي "بأنه العمليات الشعورية التي تحدث داخل الفرد، أي اتصال الفرد مع نفسه، وبدون فهمنا لأنفسنا، وبدون أن نكون صورة واقعية عن أنفسنا يصبح الاتصال بين الأفراد صعباً، ولا بد من التأكيد بأن كل فرد قد لاحظ الاختلافات في الصورة التي يبينها كل منا لنفسه. في الواقع إن تصورنا عن أنفسنا، يتأثر بالناس الذين نعيش معهم، وبالمكان والزمان، ونوع التجمع الاجتماعي الذي يربطنا بهم، هذه العوامل هي التي تحدد الدور الذي سوف نقوم به....."(1) وفكرة الفرد عن نفسه مصدرها التفاعل الاجتماعي الذي يوجه ويؤثر بدوره في سلوك الفرد.

وهناك بعض الافتراضات الأساسية المتصلة بنظرية مفهوم الذات أو فكرة الفرد عن ذاته، نستعرضها باختصار(2).

1- مفهوم الفرد عن نفسه يعتمد على مدركاته عن الطريقة التي يستجيب بمقتضاها الآخرين معه.

2- يعمل مفهوم الفرد عن ذاته بتوجيه سلوكه.

3- إدراك الفرد لإستجابات الآخرين تجاهه تعكس الاستجابات الفعلية للآخرين نحوه.

4- الأسلوب الذي يدرك بمقتضاه الفرد استجابات الآخرين نحوه تؤثر على سلوكه.

- ما نستنتجه من الافتراض الأول والافتراض الثاني يسمح لنا باستنتاج افتراض خامس.

- سوف تحدد الاستجابات الفعلية للآخرين على الفرد، الطريقة التي يرى بها نفسه (مفهومه عن ذاته) وبتجميع الافتراض الخامس والثاني والثالث والرابع نصل إلى افتراض سادس وأخير.

6- الاستجابات الفعلية للآخرين نحو الفرد، ستؤثر على سلوك الفرد.

وفي هذا السياق، يرى أصحاب نظريات المعرفة الإدراكية PERCEPTUAL CONGNITIVE أن الفرد يتأثر في سلوكه بنظامه الإدراكي والمعرفي الذي كونه عن العالم المحيط به، فالأفراد ينظمون، إدراكهم ومعتقداتهم وأفكارهم في أشكال ذات معنى أو مغزى معين ويدركون ويفسرون في إطاره العالم الخارجي، وبالتالي يأتي سلوكهم متأثر بهذه المعاني التي يكونها الفرد عن الأشياء المحيطة به، إن فهم هذه العملية هو أساس فهم عملية الاتصال ذلك أن رد الفعل REACTION تجاه أي رسالة يستقبلها الفرد في أي شكل من أشكال الاتصال الأخرى يتوقف على ناتج العملية التي تحدث ذاتيا في جميع المواقف.

وهكذا فإن العملية تتأثر بالمخزون الإدراكي لدى الفرد عن الأشخاص والرموز التي يتعرض لها الفرد في عملياته الانفعالية.

وفي هذا السياق يتحدث "ابن وهب" في كتابه "البرهان في وجوه البيان"⁽³⁾ عن مستويات البيان التي نرى أنها تمثل مستويات الاتصال، حيث يمثل المستوى الأول والثاني الاتصال الذاتي:

يرى "ابن وهب" أن المستوى الأول الذي أطلق عليه بيان الاعتبار: هو بيان الأشياء بذواتها، الذي يكون بعضه ظاهر يدرك بالحس ولا يفتقر إلى برهان ولا استدلال وبعضه باطن لا يدرك إلا بالعقل.

يرى "ابن وهب" أن هناك جانبين ظاهري وباطني في هذه العملية التي نرى أنها تمثل عملية الاتصال الذاتي عند الأفراد وهذان الجانبان يمثلان الأنماط التي تطورها الفرد في عملية الإدراك.

فالإنسان يستقبل معلوماته عن طريق الحواس (جانب خارجي) والإدراك (جانب داخلي) هو الذي يسمح للفرد بأن يقيم أراءه عن الأحداث ويعطي معنى لأفكاره ويكون ذلك عن طريق العقل.

أما المستوى الثاني فهو الذي أطلق عليه "ابن وهب" اسم بيان الاعتقاد، وهو يرى أنه "بيان بالقلب عند أعمال الفكر واللب، وهو ينتج عن النوع السابق ذلك أن المرء إذا حصل له بيان الاعتبار صار عالما بمعنى الأشياء"⁽⁴⁾.

وبيان الاعتقاد إذن نتيجة يتوصل إليها الفرد بعدما يمر بمرحلة بيان الاعتبار، فبعدها يستقبل الإنسان المعلومات التي يستقبلها عن طريق الحواس يرسلها إلى المخ وهو الذي تتم فيه عملية تقييم الرموز المستقبلية.

وفي نهاية هذه المرحلة (بيان الاعتبار) يضيف الإنسان معاني ذاتية على المعلومات المستقاة. وعندما يصبح عالما بمعنى الأشياء يتخذ قراره، وهذا ما يطلق عليه "ابن وهب" بيان الاعتقاد.

وهذان المستويان يدخلان فيما يسمى اليوم بالاتصال الذاتي.

ويرى "الجاحظ" من جانبه أن الرسالة المبلّغة من طرف المرسل، ليست إلا تلك المعاني القائمة في صدور الناس، المتصورة في أذهانهم، المتخلجة في نفوسهم والمتصلة بخواطرهم والتي يريد المتكلم إبلاغها المخاطب بواسطة الألفاظ، فالمعاني القائمة في صدور الناس حسب "الجاحظ" مستورة وخفية، وهو يقصد بذلك أن المعاني تنتقل من الكائنات الموجودة في كل مكان إلى أذهان الناس ونفوسهم وخواطرهم في شكل صور، هي في الحقيقة موجودة

لكنها معدومة حسب تعبير "الجاحظ" ما لم تظهر في أصوات وحروف يسمعها الناس ويفهمونها، وهو بهذا يصور، تصويرا واضحا عملية الاتصال الذاتي التي تجري داخل الفرد الذي يكتسب المعاني من المحيط الخارجي، ويخزنها في ذهنه، في شكل صور يعبر عنها "الجاحظ" بقوله: "موجودة لكنها معدومة". فوجودها يدل على أن عقل الإنسان يدركها ويصنفها أما قوله "معدومة" ما لم تظهر في أصوات وحروف يسمعها الناس ويفهمونها، فيعني هذا بأن عملية الإتصال الذاتي تتم في مرحلة مبكرة من العمليات الإتصالية وهي تتم بين الفرد ونفسه، وقبل أن يتصل بالآخرين.

2- الاتصال الشخصي أو الاتصال المواجهي:

الاتصال الشخصي أو الاتصال المواجهي هو العملية التي تحدث يوميا حينما نعطي أو نتلقى أوامر، أو ندخل في مناقشة أو تبادل التحيات ولا تختلف عملية الاتصال الذاتي عن عملية الإتصال الشخصي كثيرا بل قد لا يمكن فصلهما تماما، باعتبار أن الاتصال ليس مجموعة من الوظائف التي لها حدود ولكنه ينطوي على شبكات متداخلة ومتفاعلة، وليس لها بداية أو نهاية، والكلمات التي يستخدمها للتحدث عن الاتصال بين فردين قد تشير إلى مفاهيم محدّدة ولكن الاتصال ليس له حدود. وبهذا الصدد ترى د. جيهان أحمد رشتي بأن "الاتصال الشخصي يحدث حينما يكون هناك تفاعل بين نظامين ذاتيين أو أكثر فأنت حينما تتحدث إلى صديق تعتبر نظاما ذاتيا ويعتبر صديقك نظاما ذاتيا وتفاعل النظامين يشكلان نظاما للاتصال الشخصي، وكل نظام ذاتي يتأثر عندما يتفاعل مع النظام الآخر". والاتصال الشخصي ينطوي أيضا على عملية الترميز وعملية فك الترميز. ولا شك أن فهم عملية الاتصال الشخصي

سيساعدنا على فهم أنماط الاتصال الأخرى الأكثر تعقيدا. وبهذا الصدد يرى "فرج الكامل" أن الاتصال المواجهي يسمى بأسماء أخرى مثل الاتصال الشخصي أو الفردي. ويمكن أن نجد هذا الشكل الاتصالي في المحادثة الثنائية والمناقشات في الجماعات الصغيرة، وتقديم الاستشارات الطبية أو النفسية أو الاجتماعية والمحاضرات والاجتماعات والمظاهرات والمسيرات وغيرها⁽⁵⁾.

وفي هذا الصدد يرى فلاسفة اليونان أن اجتماع الأمة في ساحة واحدة لتتبع أقوال الزعماء والقادة ضروري للمحافظة على الحرية واستمرار الاتصال. والاتصالات قديما كانت تقوم على المباشرة والمواجهة "FACE TO FACE COMMUNICATION" وهذا النوع من الاتصال له قدرة على تحقيق الأغراض والأهداف المنشودة من الاتصال وذلك لقيامه على التفاهم والإقناع والاقناع ويرى "محمد موفق الغيلاني" من جهته أن الاتصال المواجهي الذي يستعمل الوسائل الشفهية كالخطابة يعتبر من أقوى أشكال الاتصال تأثيرا لمقدرته الكبرى على الإقناع وذلك لأن المستمع في الاتصال المواجهي لا يستطيع التحول عن يتحدث إليه غالبا، وهذا ما يساعد على تركيز الانتباه⁽⁶⁾. ويعتمد الاتصال المواجهي على القرب المكاني أو الفضائي لمتصلين، لأنه يتم مباشرة بحضور أطراف عملية الاتصال ويحدث فيه التفاعل الذي يتبعه التأثير والتأثر، وبالتالي الإقناع والاقناع، فصفة المباشرة التي تميز هذا النوع من الإتصال تجعل منه شكلا إتصاليا فعالا يحقق الهدف المرجو منه، عند اتصال الأفراد ببعضهم البعض.

ويرى "محمد عبد الحميد"⁽⁷⁾ بأن الاتصال المواجهي هو الشكل الذي

يتم بين الأفراد مواجهة سواء كان بين فردين أو بين فرد وآخرين.

ينقسم هذا الشكل من الاتصال إلى الأشكال الفرعية التالية:

1- الاتصال الشخصي: INTER PERSONAL COMMUNICATION:

يتم بين فرد وآخر خلال أية عملية من العمليات التي تتم في حياتنا اليومية داخل الأسرة أو بين الزملاء أو بين الأصدقاء. ويتم بين الأفراد أو من خلال وسائل الاتصال السلوكية أو اللاسلوكية مثل الهاتف، أو من خلال الخطبات والمراسلات.

2- الاتصال بالجماعات الصغيرة: MICRO GROUP COMMUNICATION:

ويتم بين فرد وآخرين أو مجموعة من الأفراد مثل الفصل الدراسي، حلقات النقاش، الاجتماعات، الندوات المحدودة، وما شابه ذلك حيث تتاح المشاركة للجميع في الموقف الاتصالي ويغلب على هذا الشكل من الاتصال الطابع الرسمي والتنظيمي أكثر من الاتصال الشخصي.

وترى جوديت لزار « JUDITH LAZAR »⁽⁸⁾ في هذا السياق أن كل اللقاءات تتضمن تفاعلات تدخل في إطار الاتصال الشخصي، بغض النظر عن نوع المعلومات المتبادلة، وإذا كان الاتصال الشخصي مرتبط بصفة مباشرة بالوسيط الذي من خلاله يمارس الأفراد الاتصال التبادلي فإن جوديت لزار « j.lazar » تذهب إلى أن هذا يقتضي تكيف تبادلي للسلوك ذلك أن كل شخص يتكيف أو يحاول أن يتكيف مع سلوك الآخر.

فإذا أخذنا محادثة بين شخصين كمثال على ذلك فإن نتيجة تلك المحادثة متعلقة بالتكيف مع الرسالة أو الخطاب المرسل، في هذه الحالة فهم الخطاب أمر أساسي، وضروري ليس فقط من أجل استمرار الاتصال والتواصل ولكن كذلك لإحداث السلوك المطلوب.

والتكيف حسب جوديت لزار « j.lazar » لا يتعلق بالاتصال اللفظي فحسب، ولكن كذلك بالاتصال الإيمائي الحركي سواء تعلق الأمر بالجانب القصدي أو العفوي اللاشعوري.

وهكذا فإن عملية الاتصال الشخصي تقوم على أساس التفاعل القائم بين المرسل والمستقبل اللذان يحاولان من خلال الأفعال الاتصالية المتبادلة المحافظة على سيرورة هذه العملية قصد حدوث التكيف المطلوب وبالتالي التأثير والإقناع بالخطاب المرسل، وتتوقف هذه العملية واستمرارها على الإطار المرجعي لكل من المرسل والمستقبل الذي يمثل السياق الاجتماعي الذي يربطهما بعضهما البعض.

وتقوم عملية الاتصال الشخصي على ذات الأسس التي تقوم عليها عملية الاتصال، وذلك لأن الأفعال الاتصالية هي نفسها، والاختلاف يكمن في تعقد عملية الاتصال أو بساطتها.

ويمكن تبسيط عملية الاتصال الشخصي بالشكل التالي هناك عملية تتضمن فعلا إتصاليا منفردا يقوم به شخص نحو آخر، وهكذا فإن الشخص (أ) إذا قال كلمة أو جملة أو عدة جمل للشخص (ب) فإن هذا يعتبر فعلا اتصاليا في هذه الحالة فإن الشخص (أ) يكون مرسلا بينما الشخص (ب) مستقبلا.

II. نماذج الاتصال الشخصي:

1. نموذج "شانون وويفر"

« Claude Shannon et Warren Weaver » من النماذج اللفظية المصورة الأولى التي توضح عملية الاتصال بين فردين⁽⁹⁾ والتي كان لها تأثير واسع، نظرية المعلومات التي قدمها الباحث كلود شانون في سنة 1948، وتقوم

هذه النظرية على مفاهيم تشبه الاتصال بعمل الآلات التي تنقل المعلومات. وترتكز هذه النظرية على الرياضيات، لتفسير عملية الاتصال بين فردين حيث تشبه الاتصال بعمل الأدلة، وانطلقت هذه النظرية في دراستها للاتصالات السلوكية، بسؤال محوري أساسي هو "كيف يمكن للمصدر أن يوصل رسالته إلى الهدف، بأقل قدر ممكن من التحريف بالرغم من خصائص الوسيلة التي تقوم بتحويل الطاقة من نظام معين، وتعيد إرسالها عادة في شكل آخر (إشارة) رغم وجود مصدر التشويش؟".

وللإجابة على هذا السؤال يجب معرفة المفاهيم الأساسية التي تركز عليها هذه النظرية.

أ- الإعلام:

جوهر هذه النظرية هو إدراك المعلومات على أساس أنها كمية، أي أن كمية المعلومات لا يمكن أن ترتبط بطول أو قصر الرسالة، اعتباراً من أن الرسالة ترمي إلى تغيير سلوك المتلقي.

قيمة الرسالة تكمن في قدرة التغير الذي يمكن أن تحدثه عند المتلقي، وهذا بغض النظر عن طول أو قصر الرسالة والعبرة هنا في مدى جودة المعلومات، فما هو معروف؟ هو جزء من النسق الداخلي للمتلقى، وعليه فقيمة المعلومات مرتبطة، بما هو غير متوقع أي بكل ما هو جديد وغير معروف من طرف المتلقي.

إذن ما نسميه إعلاماً حسب "شانون" و "ويفر" هي تلك الكمية الغير متوقعة التي تحملها رسالة ما.

ب- التشويش « LE BRUIT » :

التشويش في أبسط أشكاله هو أي شيء في الوسيلة يخالف لما وضعه فيها القائم بالاتصال، يؤدي إلى ظهور اختلاف بين الرسالة التي تم تلقيها والرسالة التي أرسلت، أو لنقل التشويش هو تلك الظاهرة التي تحدث بمناسبة اتصال معين، والتي لا تنتمي للرسالة المراد تبليغها، ونستعمل عبارة تشويش في الحياة اليومية للدلالة عن ذلك الصوت الغير مرغوب فيه والتشويش يمكن أن يكون سمعي أو بصري.

والتشويش نوعان:

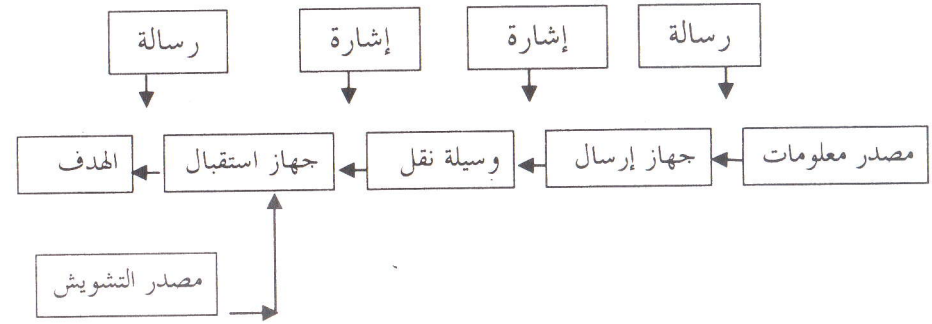
- التشويش الميكانيكي: وهو التغير الذي يحدث على الرسالة في انتقالها من مرسل (أ) إلى مستقبل (ب) كمرور طائرة أثناء محادثة شفوية بين فردين، كما يمكن أن يحدث مثل هذا التشويش، إذا كانت حاسة السمع غير سليمة عند متلقي، أو أن المرسل يتحدث بصوت منخفض أو عالي أو بسرعة فائقة.

- التشويش الدلالي: وهو النوع الذي يحدث داخل الفرد نفسه إذ يسيء فهم الأفراد بعضهم البعض، نتيجة تشويش في ذهن أحد عناصر العملية الاتصالية أو نتيجة ما يعرف بتعدد المعاني « POLYSEMIE » أو القراءات الثانية للنص المنطوق التي قد تحرف المعنى الفعلي للرسالة.

- الحشو والتطويل « LA REDONDANCE »: وهو الزيادة في الإشارات والدلائل السيمانطية بالمقارنة مع ما هو ضروري من أجل نقل رسالة ما. والحشو هو ضد اقتصاد الدلائل « ECONOMIE DE SIGNES » أي استعمال كل كلمة في مكانها دون التطويل في الكلام، أي تقديم الرسائل في أقل عدد ممكن من الكلمات التي تسمح للمتلقين بفهم المحتوى دون إشكال.

بعد هذا العرض الوجيز لنظرية "شانون" و"ويفر" سنحاول تحليلها ومناقشتها.

هذه النظرية الهندسية تمثل النموذج الخطي للاتصال، حيث قدمت العملية الإتصالية على أساس أنها تسير في اتجاه واحد تكون البداية من مصدر المعلومات لتنتهي عند الهدف.



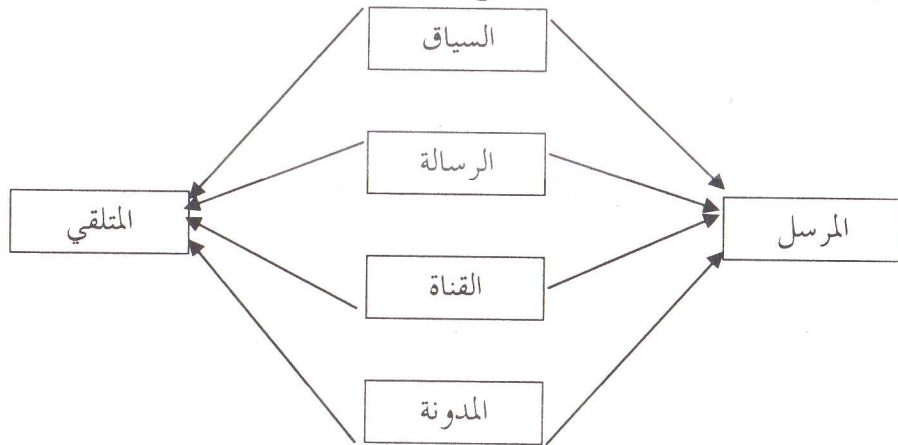
ومن بين عيوب هذه النظرية تجاهلها لعنصر رجوع الصدى « FEED BACK » في العملية الاتصالية التي جاءت بها النظرية السيبرنيطيقية « CYBERNETIQUE » لصاحبها نوربرت واينر « NORBERT WIENNER ».

وأضاف هذا الأخير مفهوم رجوع الصدى أو التأثير المرتد الذي أدخل نموذج العمليات الدائرية. فقد وجد "وينر" « N. WEINNER » أنه لكي تعمل جميع الأنظمة المستقلة بشكل ناجح، فإن ذلك حسب رأيه يتطلب وجود دائرة اتصال لها طبيعة دائرية وليست خطية. بمعنى آخر، يجب أن تتوفر للنظام وسيلة لربط ما يخرج بما يدخل، بحيث يمكن السيطرة على المعلومات التي تخرج حتى تتحقق الأهداف الموضوعة لها، فرجع الصدى الإيجابي للمواد التي تخرج يدعم نجاح العمل الاتصالي، ورجع الصدى السلبي للمواد التي تخرج يمكن القائل بالاتصال من التغلب على الخطأ أو عدم الكفاءة. وإذا كنا نتحدث عن

الاتصال بين الأفراد، نجد أن الأفراد يستمعون إلى رسائلهم وهم يتكلمون، ويمكنهم التيقن من دقتهم في وضع الفكر في الكود « CODE » المناسب، ويسجلوا ردود أفعال المتلقي على الرسائل لتحديد تأثيرها.

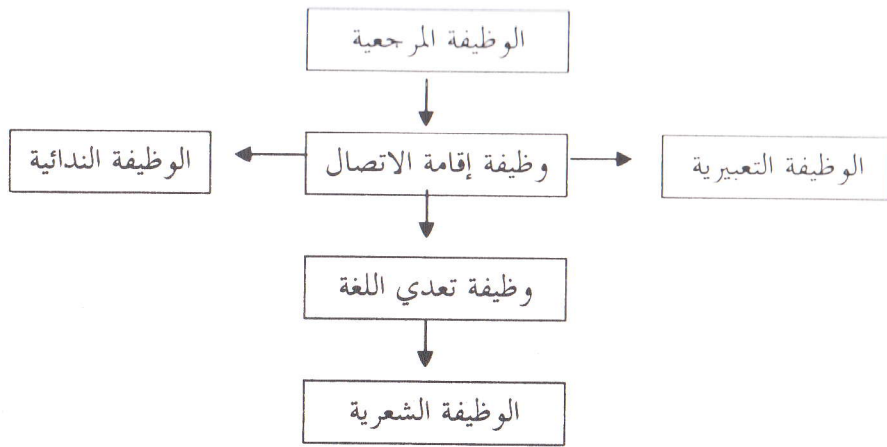
2- النماذج الألسونية:

تعتبر نظرية رومان جاكسون « R. JAKOBSON » ونظرية دلي همس « DELL YMES » من النظريات التمثيلية لهذا النموذج والتي اهتمت بمجال الاتصال⁽¹⁰⁾ فنظرية « JAKOBSON » حاولت الوقوف عند الاتصال الانساني بجميع تعقيداته، وأضافت ثلاثة عناصر وأعطت لكل عنصر وظيفة مرتبطة به، هذه العناصر يمثلها النموذج التالي:



وجاءت الوظائف كالتالي:

1- الوظيفة التعبيرية « FONCTION EXPRESSIVE »، وترتكز على المرسل وتعبّر عن اتجاه المرسل عن محتوى رسالته والأحداث التي يعبر عنها، بعبارة أخرى تشير إلى مواقف المرسل نحو الأشياء التي هو بصدد التحدث عنها (أحاسيسه، عواطفه، اتجاهاته انفعالاته) أي الجانب الذاتي للمرسل.



نموذج التواصل الوظيفي لدى رومان جاكسون « R.JAKOBSON »

إن نظرية جاكسون « R.JAKOBSON » مثل أغلب اللسانيون، لم يهتم بالظروف الاجتماعية للاتصال، واكتفى بذكر هذه الظروف دون أن يوليها بعدا معينا، ولهذا إنصب إهتمام التيار الاثنوغرافي في هذا الاتجاه، ومن وراءه « D.HYMES » الذي أطلق على تباره كلمة SPEAKING، حيث كل حرف من هذه الكلمة يشير إلى عنصر معين (11).

1- الوضعية Setting: التي تحتوي في آن واحد على إطار ووقت ومكان الاتصال.

2- المشاركون Participants: ويقصد بهم إضافة إلى المرسل والمستقبل كل من يشهد اللقاء، وبفعل ذلك يؤثرون على مجرى الاتصال الشخصي، مثل حديث امرأتين في السوق، أو حديث معلمين في فناء المدرسة الخ...

3- الأهداف Ends: والتي تمثل في آن واحد الأهداف، النوايا (Intention-objectifs) وهي النتائج المنتظرة من الاتصال والأهداف والنتائج (Objectifs-resultats) وهي النتائج المتوصل إليها فعلا.

2- الوظيفة الندائية « FONCTION CONOTIVE » تتوجه نحو المستقبل، إذ تحاول الرسالة جلب إنتباهه، وإحداث فعل وأثر على المستقبل وتعد الجمل الأمرية من الخصائص الأساسية لهذه الوظيفة.

3- الوظيفة المرجعية: « FONCTION REFERENTIELLE » تركز هذه الوظيفة على السياق أو المرجع، وهي تشكل التبرير الأساسي لعملية الاتصال، لأن الإنسان يتصل مع الآخرين بهدف الإشارة إلى محتوى معين وعليه ترجع الرسالة دائما إلى الموضوع الذي يعود إليه المرسل ليصف خصائصه. وبصفة عامة تركز الوظيفة التعبيرية على الضمير "أنا" أما الوظيفة الندائية فترتكز على الضمير "أنت" أما الوظيفة المرجعية فترتكز على الضمير "هو".

4- وظيفة إقامة الاتصال « FONCTION PHATIQUE » كل ما يستخدم في الرسالة بغرض إقامة الاتصال وتأمين استمراره، مثلا في الاتصال الهاتفية عندما نقول « ALLO »، هل تسمعي نعم، كلها تعابير لجلب انتباه المتلقي أو المتحدث إليه، وتأمين عدم انقطاع المكالمة.

5- وظيفة تعدي اللغة / شبه لغوية « FONCTION META LINGUISTIQUE » وتعتمد هذه الوظيفة على المدونة، وترمي لإعطاء تفسيرات عن المدونة، وكيفية استعمالها، كقولنا، الأسد حيوان مفترس، الأسد ملك الغابة، أي نقوم بتفسير المدونة بالمدونة.

6- الوظيفة الشعرية « FONCTION POETIQUE »

7- وهي لصيقة بعنصر الرسالة، وهو كل ما يأتي بالجديد في معنى رسالة ما، بفضل إعادة بناء الدلائل، ويصبح شكل الرسالة مستقلا عن سياق الاتصال الذي جاء من أجله، نظرا لطريقة تنظيم الكلمات في الفن والآداب بصفة عامة.

والتي تحتوي على مضمون الرسالة وشكلها، الذي قد يكون صورة، مقال، رسالة منطوقة، إيماءات الخ.

5- النبرة keys:

والتي تشير إلى طبيعة، وروح الفعل، إذا اعتبرنا أن أعمال مماثلة، في نفس الإطار، يمكن أن تختلف دلالاتها باختلاف النبرة المستخدمة، مما ينتج عنه آثار مختلفة.

6- الوسائل Instruments:

تتضمن قنوات وأشكال الكلام، القناة اللسانية مثلا يمكن أن تستخدم للكلام وللغناء.

7- المعايير Norms:

وتشمل:- معايير التفاعل كالتناوب على أخذ الكلمة وإبراز اهتمامنا بما يقوله الآخر.

- معايير تفسيرية التي تأخذ مرجعيتها من الثقافة، كقولنا كيف حالك، فهي لا تدعو الفرد للتحدث عن صحته، ولكنها جملة طقوسية نستعملها لفتح الاتصال، والتي تجد إجابة طقوسية مكملة: الحمد لله... شكرا.

8- النوع Genre:

والتي تخص فئات الشكل، تتجسد من خلالها الرسالة، كالقصيدة، المحاضرة، الرسالة التجارية، وما شبه ذلك ويبدو أن نموذج « Hymns » يثري نموذج Jakobson بإدخاله، مفاهيم جديدة، مثل الأهداف، وهي الأكثر امتدادا للوظيفة الندائية، والمعايير التي تدعو إلى الرجوع إلى ما هو ثقافي وطقوسي في الاتصال، بالإضافة إلى شكل الرسالة الذي أهمله « jakobson » لكن هذه المفاهيم تبقى أحيانا غير واضحة وترتبط بين عناصر تستحق الفصل فيها بينها مثل معايير التفاعل، والمعايير التفسيرية والتي لا تستخدم نفس المعايير الاجتماعية والمعرفية.

وهذا يمكن القول أن النماذج الألسونية، تعطي نظرة ثرية وأكثر وضوحا وأقل آلية من النماذج التقنية، فهي أكثر إنسانية، لكنها تبقى نماذج مثالية لا تسمح بتفسير أغلب الصعوبات التي تواجهها العملية الاتصالية ويواجهها الاتصال الشخصي.

3- النماذج النفسية الاجتماعية:

تم بناء هذا النموذج انطلاقا من الأبحاث التي طورها الباحث فرتز هايدر « fritz heider » حول أهمية التوازن في العلاقات⁽¹²⁾ حيث يفترض « heider » أن كل علاقة يجب أن يحس فيها الأفراد المشاركين بالتوازن، وفي حالة ما إذا استحال ذلك فإن التوجه العام يكون نحو التقليل من عدم التوازن أو فسخ العلاقة.

ولتقريب الفكرة يمكن أن نورد المثال التالي، حيث أن الاحساسات المتكونة لدى الفرد أحمد حول علاقته مع الفرد خالد، حول مسألة معينة، ولتكن طريقة التي يمتحن بها الطلبة، يفترض صاحب هذا المثال، وجود وضعية توازن، عندما يكون هناك اتفاق بين أحمد وخالد حول المسألة المطروحة، ويكون هناك عدم توازن عندما لا يكون هناك اتفاق.

ويلخص heider هذه العلاقة في قوله "تكون الوضعية متوازنة عندما تكون العلاقة بين (أ) و (خ) و (م) إيجابية أو سلبية في جميع الاتجاهات، أي هناك اتفاق حول المسألة المطروحة أي بالنسبة لجميع معاني ومدلولات المسألة. وحسب heider، الوضعيات المتوازنة لا تؤدي إلى التغيير، بمعنى أنه في حالة عدم وجود توتر في العلاقة فإن التغيير لا يحدث من وجهة النظر هذه، إن نجاح عملية الإقناع في إطار الاتصال الشخصي يستدعي كشرط مسبق درجة معينة

من عدم التوازن، معنى ذلك أن الاتفاق والانسجام الكلي، لا تثير الاختلاف وبالتالي لا يؤدي إلى التغيير والتقدم في المواقف.

إن الإضافة التي جاء بها هذا النموذج هو التوضيح بأن كل وضعية إتصالية، تضع أشخاصا يتميزون باتجاهات ومحفزات، يمكن أن تكون وسيلة لتطوير علاقة معينة، وعليه فإن الاتصال، يظهر على أنه ظاهرة معقدة، وديناميكية، أكثر منها عملية ميكانيكية.

يعتمد هذا النموذج النفسي الاجتماعي في بناءه على عدة مستويات من التحليل هي:

1- السياق: هذه النظرية حددت مفهوم السياق وأبرزت أهميته. فما نسيجه، سياقاً هو الذي يتكون من جملة من العناصر، بعضها لغوي، ويشكل الوسط الذي يوجد فيه النص، والبعض الآخر خارج نطاق اللغة (الوضعية، الإطار، المؤسسة، المشاركون) والسياسات ليس مجرد وسط يسجل فيه الإتصال ولكنه حسب هذه النظرية حقل اجتماعي ونسق من الرموز المتفق عليها، حيث يسهل عملية إقامة الاتصال، ويحمل في طياته في مدونات "سميوطيقية" مثل الطقوس الاجتماعية، اللباس، تنظيم الفضاء، وكذا المعايير، وقواعد التفاعل، فلا يكفي معرفة لغة ما، للعيش في ذلك المجتمع، بل يجب أن نعرف اللغة وثقافة ذلك المجتمع أيضاً.

وفي السياق نجد عدة عناصر نذكر منها:

* الإطار: وهو يتشكل من مظاهر فيزيائية مكانية وزمانية حيث أوضح « hall » أن إدراك واستعمال الفضاء والزمان في الاتصال يختلف حسب اختلاف الثقافات.

* الوضعية: وهي مجموع الظروف الاجتماعية التي تحدد التفاعل، فكل ثقافة، تحدد عدد من الوضعيات الاجتماعية التي يحدث فيها الاتصال، فعلاقة الجيرة محددة مسبقاً، مثلاً.

* المؤسسة في مفهومها العام، تؤثر الثقافة كنسق طبيعة التبادل والتفاعل بين الأفراد: التعامل داخل الأسرة تجاه الوالدين يختلف من ثقافة إلى أخرى.

* المشاركون: ويفترض في كل اتصال، وجود طرفين في الحديث، بحيث يتناوب كل واحد منهما على وضعية المرسل والمستقبل.

ويميز "غوفمان" « Goffman » من مدرسة « Palo Alto » بين المشارك المؤيد « p.ratifie » والمشارك غير المؤيد « p. non ratifie » فالمشارك المؤيد يدخل في إطار التبادلات، حتى وإن تميز بصمته. مثلاً في إطار الاتصال الشخصي أو الاتصال المواجهي، المستمع لدرس أو محاضرة هو مشارك مؤيد.

أما المشارك غير مؤيد فهو المستمع غير الإرادي كالجالس بجوارك في قاعة شاي، وأنت بصدد إجراء حديث صحفي مع مجلة، أو الكلام مع بعض الأصدقاء.⁽¹³⁾

* العلاقة: الاتصال محكوم بالعلاقة التي تربط بين المتحدثين، والاتصال كنظرية يقترح تعاريف لهذه العلاقة والهوية التي من خلالها نتدارك فيما بيننا، من أنا بالنسبة لكم، وماذا تعنون بالنسبة لي، فتعريف العلاقة جزئياً، يعد تأسيساً لعلاقة المواقف بين المتحدثين « rapport de place » ويمكن لهذه العلاقة أن تتحدد من الخارج بفضل الوضعيات والأدوار مثل: طبيب- مريض، مشتري- بائع.

أو من الداخل بفعل المكانة الذاتية التي يتخذها كل واحد بالنسبة للآخر كقولنا: غالب-مغلوب، ضحية-منقذ.

2- الرسالة: معنى الرسالة لا يمكن أن يُدرك من قبل المستقبل بواسطة اللغة فقط، ولكنه نتاج عملية معقدة من الاستدلال والتفسير، والتي تتضمن أيضا السياق والعلاقة بين المتحدثين فلو قالت الأم لابنتها ثوبك قصير. فلو اعتمدت البنت على الرسالة الألسونية فقط، لما فهمت أن الأم تريد أن تقول لها ضمنا غيري ثوبك، عملية استقبال الرسالة لم تعد فك الرموز فقط، وإنما هي عملية منطقية لفهم المحتوى الضمني غير المعلن عليه في الرسالة.

3- الضبط أو التنظيم: اكتشفت المقاربة النفسية الاجتماعية أبعاد جديدة للاتصال توصلت من خلالها إلى تبيان أن الاتصال ظاهرة خاضعة لأنظمة من القواعد في مختلف المستويات.

- القواعد اللسانية: وقد تم شرحها سابقا في النموذج الألسوني.

-قواعد المحادثة: تظهر من خلال العقد الاتصالي والذي نعني به أن إلزام شخص ما في الدخول في تبادل أو محادثة تجعله يتفق ضمنا على عدد من القواعد والمبادئ التي تساعد على إقامة هذا التبادل.

قواعد طقوسية: وتشكل نظاما ثقافيا خاص بكل ثقافة، ويشار إليها عادة باستعمالات كدلائل المجاملة أو السلام عند الدخول، وطلب أحوال الآخرين، وهي طقوس نستعملها كي لا ينقطع الاتصال.

III الإقناع:

أولا: مفهوم الإقناع:

يرتبط الإقناع في أدبيات الاتصال ببناء الرسالة بالدرجة الأولى، وأسلوب تقديمها، وعلى الرغم مما يشار إليه دائما من تأثيرات لعناصر أخرى في عملية

الاتصال، إلا أن الرسالة وخصائصها تظل هي المتغير الحاسم في تحقيق هدف الإقناع في الحصول على استجابات مواءمة.⁽¹⁴⁾

والإقناع يقابله في اللغة الفرنسية "PERSUADER" وهي كلمة مشتقة من اللاتينية PERSUADER، تشكل من جذر SUADER والذي يعني تقديم النصيحة، أما اصطلاحا، فيعرف الإقناع أنه "فن وطريقة حمل الآخرين على التفكير والسلوك في الاتجاه المرغوب فيه من طرف القائم بالاتصال". أي أن الإقناع يعتمد في نفس الوقت على علاقات ذات طابع عاطفي من جهة، على حجج عقلية قوية من جهة ثانية وهناك من يعتبر أن "لا وجود للاتصال غير الاتصال الإقناعي".⁽¹⁵⁾

ويعتمد الإقناع على التأثير والإكراه حيث ينتمي التأثير إلى فئة علاقات السلطة، عندما نقول بأن لدى الجهة (أ) تأثير، يعني أن لديها القدرة على تبديل فعل الجهة (ب) في اتجاه اختاره (أ) عن قصد لأنه يعتبر التوجه الجديد لـ(ب) أكثر ملائمة لمصلحته، إن ممارسة التأثير على (ب) يعني بالنسبة لـ (أ) جعله يتعاون عبر إقناعه أو على العكس ردعه وقمعه. من هنا يتبين أن التأثير يحدث بانتهاج طريقتين أساسيتين هما:

-الإكراه بالتهديد باستعمال القوة المادية، أو استعمالها في حالة عدم

الإنصياح للقوانين (قانون المرور مثلا).

-الإقناع المنطقي الذي يعتمد على الحجج العقلية لإحداث التغير المرغوب فيه من طرف المؤثر.

وتشكل المقاومة حاجزا أساسيا في وجه القائم بالاتصال، ذلك أننا إذا أردنا حمل الأفراد على تغيير سلوكهم يتمثل المشكل الأساسي المطروح أمام القائم بالاتصال هو كيف يجعل الفرد أو الأفراد يتجاوزون المقاومة الفطرية للتغير

(الخوف من التغير) وكذلك الخوف من الانتقاد. ولتوضيح هذه الفكرة، نقول أن ظاهرة المقاومة شيء طبيعي عند الإنسان، ويمكن أن نستعين، بنموذج الأثر السائل الذي يقترحه ميشال لونات "MICHELL LENET" حيث يقارن قوة إيمان الفرد بفكرة ما، أو بسلوك ما، أو عادة ما، بتلك التي تشد الإلكترون بالقرب من نواة الذرة، فكلما كان الإلكترون بعيداً عن مركز الجذب، كلما كان فصله عنها سهلاً "CENTRE D'ATTRACTION" ونفس الشيء بالنسبة للفرد كلما كان ارتباطه ببعض السلوكيات والمواقف والعادات ضعيف وغير متجذر كلما كانت هناك إمكانية لتغيير سلوكه وتعديله.⁽¹⁶⁾

ثانياً: الشخصية والاستعداد للإقناع:

نبدأ بتحديد سمات الشخصية التي تجعل الفرد أكثر تقبلاً أو مقاومة للرسائل الاتصالية ولكي نستخدم تلك السمات، في تحقيق أهدافنا وتغيير السلوكات، والتغلب على سمات الشخصية التي تعمل في ذات الفرد كمعوقات.

1- العلاقة بين المستويات الذهنية والاستعداد للإقناع

للإجابة على هذه العلاقة التي قمنا ببنائها نبدأ بطرح السؤال التالي: ما هي العلاقة بين المقدرة الفكرية أو الذهنية العامة والاستعداد للإقناع؟ الواقع أن الإجابة على هذا السؤال ليست بسيطة، تشير بعض الدراسات إلى أن هناك علاقات إيجابية بين المقدرة الذهنية، والتأثر بالرسائل الإقناعية، ولكن أظهرت دراسات أخرى أن هناك علاقات سلبية. وأن هذا الاستعداد يتوقف على أنواع الحجج والاستمالات المستخدمة وتقترب دراسات هوفلاند "HOVLAND" وزملائه أن مقياس الذكاء عند الأفراد يتضمن مكونات منفصلة ومتفاعلة هي:⁽¹⁷⁾

- المقدرة على التعلم

- المقدرة على النقد: التي هي الأكثر ذكاءً على رفض التفسيرات غير الصائبة أو غير المنطقية وإدراك نية القائم بالاتصال الدعائية، ومدى تحيز الحجج.

- المقدرة على الخروج بالاستنتاجات: التي تمكن الأفضل تعليماً من تفسير ورؤية النتائج الظاهرة والكامنة لمضمون الاتصال.

- هذه العوامل الثلاثة تلعب دوراً أساسياً، وتؤكد على وجود علاقة ما بين الذكاء العام للأفراد موضوع العملية الإقناعية، وكمية أو حجم التغير الذي سوف يطرأ على هؤلاء الأفراد، بسبب تعرضهم للاتصال ويمكننا أن نستنتج من الأدلة السابقة التي قدمها هوفلاند وزملائه، إفتراضاً لهما طابع العمومية حول الظروف التي يعمل في ظلها الذكاء في التنبؤ بالإستجابة على الرسائل الإقناعية:

- الفرضية الأولى:

الأفراد ذوي الذكاء المرتفع سيتأثرون أكثر من الأفراد، ذوي القدرات الذهنية المنخفضة، لأنهم أقدر الناس على الخروج باستنتاجات- بينما يتعرضون لرسائل إقناعية تعتمد أساساً على حجج منطقية مؤثرة.

- الفرضية الثانية:

الأفراد أكثر ذكاءً أقل تأثراً من الأفراد الأقل ذكاءً حينما يتعرضون لرسائل إقناعية، تعتمد أساساً، على عموميات ولا يوجد بها ما يدعمها، أو تعتمد على حجج زائفة غير منطقية، أو غير متصلة، وهذا راجع للقدرات النقدية الكبيرة التي تميزهم.

وعلى ضوء هذين الافتراضين نجد أن النتائج قد تبدو متناقضة ولكنها ليست بالضرورة متنافرة.

2- العوامل المتصلة بالدوافع المرتبطة بالاستعداد المرتفع للإقناع.

أ- انخفاض تقدير الفرد لذاته:

إن الاستعداد المرتفع للإقناع متصل بسوء فكرة الفرد عن نفسه، أو عدم تقديره لنفسه كما ينعكس في شعوره بعدم الكفاءة والاكنتاب والخوف الاجتماعي، مثل هذا الفرد يتأثر بالرسالة الإقناعية أكثر من الآخرين، وقد حاول بعض الباحثين تفسير العلاقة بين عدم تقدير الفرد لذاته واستعداده المرتفع للإقناع يرى هؤلاء الباحثون، أن بعض الأفراد أكثر تقبلاً أو استماعاً بشكل ظاهري لأنهم يرغبون في كسب تقدير من يحيطون بهم، وهم غير قادرين على تحمل رفض الآخرين لهم إن اختلفوا معهم في الرأي فهم يشعرون بأن قبول رأي الشخص الآخر هو الطريق لكسب قبوله ووده ورضاه وبالتالي عدم إغضابه.

وتظهر هذه السمة للاستعداد للإقناع أكثر عند الأفراد المضطربين عاطفياً، ولكنها موجودة أيضاً عند الأفراد الطبيعيين، الذين يعانون من صراع يجعلهم يكونون فكرة سيئة عن أنفسهم، كالشعور بالخل ونقص الثقة بالنفس، وعدم القدرة على مواجهة الظروف الاجتماعية اليومية، والقلق الزائد عن حده، والرضوخ السلي للسلطة، الشعور الدوري بالحزن والإحساس باليأس وثبوت الهمة.

إن الأفراد الذين يعانون من هذه الأعراض هم عادة شخصيات سلبية، وهم يعتمدون على الآخرين، ويستسلمون لأي مصدر من مصادر الضغط الاجتماعي.

ب- القلق:

إن القلق كمتغير عند المتلقي للرسالة الاتصالية يمكن أن يؤثر على سلوكه. وقد حدد علماء النفس نوعين أساسيين من القلق.

القلق المرضي: وهو منتشر بين الجماعات ذات المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض، وهذه الجماعات قلقها المرضي يجعلها تشعر باستمرار بالخوف من الأحداث العادية، وهي باستمرار في موقف دفاعي، وهي لا تستجيب للرسائل الاتصالية، حتى تلك التي تتمتع بقدر كبير من الإقناع، وحتى التخويف باستخدام القوة لا يؤدي إلى أية نتيجة مع هذه الجماعات.

القلق المتصل بالظروف المحيطة، وهو الاستجابة الواقعية لأي طارئ ينطوي على تهديد، مثل هذا القلق يجعل الأفراد أكثر تقبلاً للإيحاء أو الاقتراحات وبالتالي الإقناع.

إن الاختلافات في نوعي القلق تبدو واضحة فالقلق المرضي يجعل الناس تقاوم الرسائل الإقناعية أو تتجاهلها (لذلك يجب القضاء على السبب الرئيسي المتمثل في الفقر والمعاناة أولاً ثم الحديث على الإقناع) أما في القلق المتصل بالظروف، فالمتلقي هو أكثر تقبلاً للإقناع.

ج- خُصُوبَةُ الخيال:

أظهرت الدراسات أن الأفراد الذين يتمتعون بخيال خصب، ومقدرة على التقمص الوجداني في استجاباتهم للأشياء الرمزية التي تعرض عليهم أكثر استعداد للإقناع، تتفق مع الافتراض النظري الذي يرى بأن توقع الجزاء أو العقاب الذي يقدمه القائم بالاتصال بشكل محدد أو ضمني، يلعب دوراً أساسياً في إغراء الفرد وبالتالي قبوله للنتائج يعتبر هذا المتغير من العوامل الوسيطة الأساسية في عملية

تغيير الاتجاه، فالأفراد الذين يكون خيالهم خصب من السهل عليهم تحليل النتائج المتوقعة ولهذا فهم أكثر تقبلاً أو استعداداً لتأثر بالرسائل الإقناعية.

وكخلاصة لكل ما سبق ذكره حول الاتصال الشخصي والإقناع يمكن القول أن الإقناع يستهدف دائماً بناء الاتجاهات وأنماط السلوك، هذا البناء الذي يعتمد على مقاربات وجدانية ومقاربات معرفية، باعتبارهما عناصر أساسية في بناء الاتجاهات والميل السلوكي. وعلى الرغم من أنه كثيراً ما يثار التساؤل حول الاختيار بين الاستمالات العقلية أو الاستمالات الوجدانية، إلا أن بحوثاً كثيرة⁽¹⁸⁾ حسمت هذا الموضوع لصالح الاستمالات العقلية، بصعوبة بناء الرموز التي يمكن أن تثير الحالات الوجدانية، بنفس القدر الذي تثيره الجوانب الإدراكية المعرفية. وحتى الرسائل التي يمكن أن تنجح من خلال الاستمالات العاطفية، فإنها تعتمد بشكل كبير على التجارب السابقة لدى المتلقي حيث تشكل هذه التجارب جزءاً من مخزونه المعرفي، بتأثير عمليات التعلم أو معالجة المعلومات.

- (1) د. جيهان أحمد رشيتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة 1978 ص 118.
- (2) د. جيهان أحمد رشيتي، مرجع سابق، ص 111.
- (3) شعبان كريمة، الاتصال الخطابي: دراسة نموذجية للخطابة عند الرسول عليه الصلاة والسلام، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2001: ص 109.
- (4) شعبان كريمة، مرجع سابق، ص 110.
- (5) د. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، الطبعة الثانية، القاهرة: 2000.
- (6) محمد عبد الحميد، مرجع سابق.
- (7) محمد عبد الحميد، مرجع سابق.
- (8) LAZAR JUDITH. La science de la communication. 3ème ed P.U.F. Que sais-je. PARIS. 1996.
- (9) د. جيهان أحمد رشيتي، مرجع سابق، ص 123.
- (10) د. عزري عبد الرحمان، عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- (11) د. عزري عبد الرحمان، مرجع سابق بتصرف.
- (12) د. عزري عبد الرحمان، مرجع سابق بتصرف.
- (13) DENIS BENOIT. Information communication les Editions D'organisation 1994.
- (14) محمد عبد الحميد، مرجع سابق بتصرف، ص 321.
- (15) Michel lenet: Letat Annonceur: technique. Doctrines. Et mode de la communication sociale ed. D'organisation Paris 1981.
- (16) بنت محمد، التسويق وإستخدامه في الاتصال الاجتماعي، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الساسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2001 ص: 25-26.
- (17) د. جيهان أحمد رشيتي، مرجع سابق، بتصرف ص: 545-555.
- (18) د. محمد عبد الحميد، مرجع سابق ص: 322.