

محاضرة: استراتيجيات التبليغ والتواصل من المنظور النفسي الاجتماعي

أولاً: مقدمة

يُعد التواصل أحد أهم المحاور التي يركّز عليها علم النفس الاجتماعي، باعتباره عملية ديناميّة تتجاوز تبادل الرسائل إلى التأثير في السلوك والاتجاهات والمواقف. ومن هنا تأتي أهمية دراسة استراتيجيات التبليغ والتواصل، التي تُستخدم لنقل الأفكار والمعلومات بطريقة فعّالة تؤثر في المستقبل نفسياً واجتماعياً.

ثانياً: مفاهيم أساسية

1. **التواصل: (Communication)** هو عملية تبادل للرموز اللفظية وغير اللفظية بهدف التأثير، الفهم، أو الإقناع.

يعرفه *DeFleur (1992)* بأنه: عملية ديناميكية يتم من خلالها إنشاء الرسائل ومعالجتها وفهمها في سياق اجتماعي مشترك.»

2. **التبليغ: (Transmission/Message Delivery)** هو الجانب الفني والتقني من عملية التواصل، ويتمثل في اختيار الوسائل والاستراتيجيات المناسبة لإيصال الرسالة.

3. **المنظور النفسي الاجتماعي:** هو منظور يجمع بين الجوانب النفسية للفرد (الإدراك، الدافعية، الانفعالات) والجوانب الاجتماعية (البيئة، الجماعة، الثقافة)

ثالثاً: مكونات عملية التواصل من منظور نفسي اجتماعي

1. **المرسل:** خصائصه الشخصية، نيّته، دافعيته، سمعته الاجتماعية.

2. **الرسالة:** مضمونها، أسلوب صياغتها، رمزيّتها.

3. **الوسيلة:** القناة المستخدمة (شفهية، مكتوبة، رقمية).

4. **المستقبل:** اتجاهاته، توقعاته، حالته الانفعالية، خبراته.

5. **السياق:** ثقافي، اجتماعي، مكاني، زمني.

6. **الاستجابة (التغذية الراجعة):** مؤشر لفهم الرسالة أو رفضها.

رابعًا: استراتيجيات التبليغ في التواصل الفعّال

1. الإقناع: (Persuasion) دراسة كلاسيكية لـ *Hovland et al. (1953)* بيّنت أن الإقناع يعتمد على:

- مصداقية المرسل (السلطة/الخبرة)
- جاذبية الرسالة (وضوحها/ارتباطها بالمستقبل)
- استعداد المستقبل للاستقبال.

2. التكرار والتعزيز: (Repetition & Reinforcement)

- التكرار المعتدل يعزّز الفهم ويثبت الرسائل في الذاكرة.
- التعزيز الإيجابي (مكافآت اجتماعية أو رمزية) يحفز التقبل.

3. التبليغ العاطفي: (Affective Messaging)

- استخدام الصور والمواقف التي تُثير الانفعال (الخوف، الفرح، التعاطف).
- فاعلة خصوصًا في الحملات الصحية أو الاجتماعية.

4. الرواية والسرد القصصي: (Narrative Strategy)

- استخدام القصص لتقريب الأفكار وربطها بتجارب الحياة.
- تنجح لأن الناس يتفاعلون بشكل أعمق مع القصص.

5. التبليغ المتعدد الوسائط: (Multimodal Messaging)

- دمج الصوت، الصورة، النص، الفيديو.
- أثبتت أبحاث *Mayer (2009)* أن الرسائل المتعددة الوسائط أكثر تأثيرًا في الذاكرة والفهم.

خامسًا: استراتيجيات التواصل حسب السياق الاجتماعي

السياق	الاستراتيجية الأنسب
الأسرة	التكرار، التفاعل العاطفي، تبليغ غير رسمي
المدرسة	التبليغ التفسيري، استخدام التعزيز، تكييف الرسالة مع مستوى المتعلم
الإعلام	التأثير الجماهيري، الرموز الثقافية، بناء الثقة
الشبكات الرقمية	المباشرة، الإثارة، التفاعل اللحظي، الرموز التعبيرية

سادساً: العوامل المؤثرة في فاعلية التبليغ

1. التحيز الإدراكي: قد يفسر المستقبل الرسالة وفقاً لمعتقداته المسبقة.
2. الحواجز النفسية: مثل القلق، الغضب، التوجس من المرسل.
3. الاختلاف الثقافي: الرموز والمعاني قد تُفهم بشكل مختلف بين الجماعات.
4. التفاعل الاجتماعي السابق: التجارب السابقة مع المرسل تؤثر على الاستجابة الحالية.

سابعاً: التواصل غير اللفظي واستراتيجياته

- لغة الجسد: (Body Language) تعبر عن النية والمصادقية.
- نبرة الصوت: تنقل العاطفة والحزم.
- التواصل البصري: يبني الثقة أو يعكس التردد.

أظهرت دراسة (Mehrabian (1971 أن 93% من الانطباع الأولي يعتمد على عناصر غير لفظية.

ثامناً: تطبيقات على أرض الواقع

1. في الصحة النفسية: استراتيجيات التبليغ تُستخدم في الإرشاد النفسي لبناء العلاقة العلاجية.
2. في التعليم: اختيار طرق التبليغ المناسبة للمرحلة النمائية للمتعلمين.
3. في الإعلام: استخدام استراتيجيات التأثير والإقناع لتشكيل الرأي العام.
4. في العمل الإداري: تحسين التواصل الداخلي يزيد من الرضا المهني ويقلل النزاعات.

تاسعاً: التحديات في التبليغ والتواصل

- الإشباع الاتصالي: (Communication Overload) كثرة الرسائل قد تؤدي إلى فقدان التركيز أو التجاوب.
- التضليل والمعلومات الزائدة: تقلل من الثقة، وتضعف التبليغ الفعال.
- الرقابة الذاتية: قد تُقيد التعبير لدى المرسل أو تشوّه استقبال الرسالة.

إن فاعلية التبليغ والتواصل لا تقتصر على إرسال الرسائل، بل ترتبط بعمق بفهم الجوانب النفسية والاجتماعية للمستقبل، وسياق العلاقة بينه وبين المرسل. ومن خلال الاستراتيجيات المدروسة، يمكن تعزيز التأثير الإيجابي للرسائل في مختلف المجالات.

