

په ارتباطاتو کې د پیغام ارزښت

پوهندوی اسدالله تنی، شیخ زاید پوهنتون، ارتباطاتو او ژورنالیزم پوهنځی، د عامه اړیکو خانګه برېښنالیک: assad.t.wj@gmail.com

لنډیز

په دې مقاله کې په ارتباطاتو کې د پیغام ارزښت څېړو. پیغام نه یوازې د اړیکو بنسټ دی، بلکې دا د انسانانو ترمنځ د تفاهم او افکارو تبادلې ته لاره هواروي. موږ به د پیغام د ارزښت د بېلا بېلو اړخونو، د هغې اغېزو، او د نوو ټکنالوژيو په رڼا کې د دې ارزښت تحلیل وکړو. په ارتباطاتو کې د پیغام ارزښت هغه معلوماتو، مفاهیمو او احساساتو ته وايي چې په پیغام کې څرګندېږي او د استوګنې، اړیکو او تفهیم په بهیر کې مهم رول لري. د پیغام ارزښت نه یوازې د متن محتوا پورې محدود دی، بلکې د هغې د وړاندې کولو طریقه، د اړیکو وضع او د مخاطب په کلتور او تجربو هم اغېزه لري. پیغام باید واضح او په ساده ژبه وي، ترڅو مخاطب یې په اسانۍ سره مفهوم کړي او هغه معلومات ولري چې مخاطب ته ګټه ورسېږي او له اړتیاوو سره سمون ولري. سربېره پر دې د نننۍ ټیکنالوژۍ پرمختګ د پیغام رسونې مهم څېړنیز کتابونه هم په پام کې نیول شوي، ځکه چې د پیغام ارزښت د ارتباطاتو په علم کې یوه مهمه موضوع ده، چې د پیغام محتوا، شکل او د هغې د ترلاسه کولو طریقه په اړه بحث کوي. د پیغام ارزښت په مختلفو ساحو کې په ځانګړې توګه په ټولنیزو اړیکو، سوداګري او د معلوماتو ټیکنالوژۍ په برخه کې د اهمیت وړ دی. باید یادونه وکړو چې په شلمه پېړۍ کې د انټرنېټ ظهور د پیغام ارزښت او مفهوم ته نوې بڼه ورکړله، چې معلومات اوس په بېساري کچه او سرعت سره خپرېږي. د پیغام د تشریح طریقه باید د مخاطب د کلتور او عقیدو سره برابره او د احساس څرګندونه وکولی شي، ترڅو د اړیکو کیفیت لوړ کړي او مخاطب ته زیاته دلچسپي ورکړي او د ارتباط پروسه لا ځواکمنه کړي. په ټوله کې د پیغام ارزښت د ارتباطاتو په صمیمیت، وضاحت او تاثیر کې کلیدي ټکي دي او عمده موخه یې دا ده، چې ارتباطات د مختلفو نظرونو او معلوماتو د تبادلې په پروسه کې مرسته کوي، چې پیغام هم د دې پروسې لپاره یوه اساسي وسیله ده. بل دا چې پیغام له ډېرې مودې راهیسې انسانانو پیژندلی دی، د انسانانو د اړیکو او خبرو اترو د پرمختګ سره پیغام هم د وخت په تېرېدو او د ثقافتي تغیراتو په ترڅ کې بدلون موندلی. د پیغام تاریخ د ژبو، هنري نښانونو او غیر لفظي اړیکو له لارې څرګندېږي، چې د بشري تمدن په پرمختګ کې مهم رول لري. د پایلې په توګه ویلی شو چې په ارتباطاتو کې د پیغام ارزښت د ارتباطاتو مؤثریت او د اړیکو د بریالیتوب کلیدي عنصر دی. که پیغام مناسب او اغېزناک وي، نو دا د مطلوبو

پايلو ترلاسه کولو او د اړيکو په پراختيا کې مرسته کوي، پداسې حال کې چې ناسم يا غير واضح پيغامونه ممکن گډوډي او ناوړه اړيکې رامنځته کړي.

کلیدي ټکي: ارتباطات، اړيکې، پيغام، ټيکنالوژي، مخاطب او مالومات.

سريزه

بسم الله الرحمن الرحيم، الحمد لله رب العالمين والصلوة والسلام على سيد المرسلين وعلى آله واصحابه اجمعين. الله تعالى د صداقت او رښتينولۍ په اړه فرمايي: [يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ] (القران، التوبه. ۱۱۹). د اسلام مقدس دين موږ ته په دې درس راكوي چې د پيغام رسونه او تبادله نه يوازې د اړيکو جوړولو لاره ده، بلكې د گډون او همغږۍ پيغام هم وركوي، زموږ خور پيغمبر محمد (ص) فرمايلي: "راستوونكې خبرې د زړه د صداقت نښه ده؛ دا نښي چې د پيغام ارزښت يوازې د هغه محتوا نه، بلكې د رښتينولۍ او صداقت په اساس هم دی." قران كريم د خلكو تر منځ د محبت او رحمت پيغام په خپرولو باندې تاكيد كوي، چې دا زموږ د اړيکو د پياوړتيا او د ټولنې د يووالي لپاره ښكاره ثبوت دی. "په هره ټولنه کې ارتباطات د انسانانو ترمنځ د اړيکو يوه اساسي برخه ده. د اړيکو جوړول، پياوړي کول او حتی ساتل په ډېرو عواملو پورې اړه لري، چې په دې کې پيغام يوه بنسټيزه ونډه لري. پيغام په ساده ډول هغه پيغامونه، نښې او سمبولونه دي چې د يوې ډلې يا فرد لخوا پرېکړه کېږي، ترڅو د نظرياتو، احساساتو او معلوماتو تبادله ترسره کړي. د ارتباطاتو علم د بشري تعاملاتو بنسټيزه برخه ده، چې په کې پيغامونه د تبادلې مهم عنصر دي. هر ډول اړيکه، که هغه شخصي وي، تجارتي وي يا هم مسلکي، د مؤثره پيغام رسونې له لارې ترسره کېږي. له همدې امله، د پيغام ارزښت او رول په ارتباطاتو کې يوه مهمه موضوع ده. په نهايت کې، د ارتباطاتو په برخه کې د پيغام ارزښت نه يوازې د اړخونو د تبادلې په اړه وضاحت وركوي، بلكې د بشر د تعاملاتو د مسايلو او د اړيکو د پياوړتيا لپاره هم بنسټيزه اهميت لري. د پيغام د مؤثریت د ترلاسه کولو لپاره اړينه ده چې د لېږدونکي او ترلاسه کوونکي د نظر او احساساتو درک وکړو ترڅو مثبت او اغېزمن ارتباطات رامينځته شي.

موخې

د پيغام ارزښت په ارتباطاتو کې څو مهمې موخې لري چې د خلكو ترمنځ اړيکو ته وده وركوي، چې د مقالې له ليكلو څخه مې اصلي موخې عبارت دي له:

۱- درک: د پيغام ارزښت دا دی چې د اړيکو په ترڅ کې مرسته وکړي چې خلک يو بل سم وپېژني او د دوی نظريات او احساسات په سمه توگه درک کړي.

۲- داخلي اړیکو ښه کول: پیغام د افرادو ترمنځ اړیکې پیاوړې کوي، ځکه چې د خلکو ترمنځ د اعتبار احساس رامنځته کوي.

۳- تناقض کمول: د پیغام ارزښت په ارتباطاتو کې دا دی چې د ناسمه پوهه او تناقض کم کړي او اړیکې همغږې کړي.

۴- موخو ته رسیدل: د ارتباطاتو موخې په اغېزمن ډول ترلاسه کول، ځکه چې ښه پیغام د خلکو هڅونې او تشویق لپاره مهم دی.

۵- احساسات او تاثیر: پیغام کولای شي د احساساتو څرګندولو لپاره یو مهم ابزار وي، له دې لارې خلک کولی شي خپل احساسات او تاثیر شریک کړي.

۶- تبادله: ارتباطات د مختلفو نظرونو او معلوماتو تبادله کوي، چې پیغام د دې پروسې لپاره یوه اساسي وسیله ده.

۷- فرهنګي تبادله: د پیغامونو له لارې مختلف کلتورونه او ارزښتونه یو له بل سره شریک کېږي، چې دا فرهنګي تبادله د تفاهم او اړیکو ټینګولو لپاره مهمه ده.

۸- وخت او ځای ته پاملرنه: د پیغام د ارزښت یوه مهم اړخ دا دی چې کلتور، مذهب او عمر ته پاملرنه وشي او په مختلفو وختونو او ځایونو کې له ارتباطاتو د اړتیاوو سره سمون وخوري.

په ټوله کې، د پیغام ارزښت په ارتباطاتو کې هغه بنسټ دی چې د سالمو او مؤثرو اړیکو لپاره لازم دی.

د کار مېتود

دا څېړنه د کتابتوني څېړنې د میتودلوژۍ پر اساس تر سره شوې ده او د مختلفو تیوريکي او علمي سرچینو په مرسته په ارتباطاتو کې د پیغام ارزښت تحلیلوي. په دې څېړنه کې د علمي کتابونو، څېړنیزو مقالو، ژورنالونو، مختلفو ویب سایټونو او د ارتباطاتو یا (Communication) په اړه د بېلابېلو متخصصینو نظریات او راپورونه مطالعه شوي دي او ترڅنګ یې د معلوماتو د راټولولو لپاره هغه سرچینې انتخاب شوې دي، چې د ارتباطاتو او پیغام رسونې د ټیکنالوژیکي وسایلو په اړه د اعتبار لرونکو او پېژندل شویو څېړونکو او متخصصینو له لوري لیکل شوي. سربېره پر دې د نننۍ ټیکنالوژۍ پرمختګ د پیغام رسونې مهم څېړنیز کتابونه هم په پام کې نیول شوي دي.

د څېړنې ارزښت

په ارتباطاتو کې د پیغام د ارزښت په اړه ددې څېړنې ارزښت په مختلفو برخو کې څرګندېږي، چې لاندې ځینې مهمې نقطې په ګوته کولای شو:

- ۱- فهم او تفسير: د پيغام د ارزښت څېړنه د دې لامل گرځي چې پوه شو پيغام څنگه درک او تفسير کېږي. دا پوهه موږ ته اجازه راکوي چې د ارتباطاتو پروسه ښه کړو.
 - ۲- اغېزناک ارتباط: د پيغام په ارزښت کې اغېزناک ارتباط يوه مهمه موضوع ده چې د اړيکو موثره تگلاره رامنځته کولی شي. کله چې موږ دا درک کړو چې څه ډول پيغامونه ارزښت لري، نو کولای شو د خپلې خبرې اغېزمنتوب زيات کړو.
 - ۳- فرهنگي توپيرونه: مختلف فرهنگي چاپيريالونه مختلف ارزښتونه لري. د پيغام د ارزښت په اړه څېړنه کولی شي دا توپيرونه درک کړي او د بين الثقافتي اړيکو لپاره يوه زمينه برابره کړي.
 - ۴- تصميم نيونه: پيغامونه د معاشرتي، اقتصادي او سياسي پرېکړو په جوړولو کې مهم رول لري. د پيغام د ارزښت معلومول کولی شي د مؤثره پرېکړو په نيولو کې مرسته وکړي.
 - ۵- اجتماعي انډول: د ارتباطاتو په نړيواله کچه د پيغام د ارزښت مطالعه کولی شي د ټولنيزو او نړيوالو اړيکو په جوړښت کې مرسته وکړي.
 - ۶- برخه اخيسته او گډون: د پيغام د ارزښت تحليل کولی شي د خلکو د گډون او فعاليتونو په غوره توب کې مرسته وکړي. کله چې خلک پوه شي چې څه پيغامونه دوی ته غږ کوي، هغوی په هغو کې برخه اخلي.
- دا ټول ټکي د دې لپاره مهم دي چې په يوه متنوعه او متداوله نړۍ کې د ارتباطاتو اړتياوو ته ځواب ووايو او د پيغامونو اغېزمنتوب لوړ کړو.

ارتباطات

ارتباطات (Communication) هغه پروسه ده چې د خلکو، ډلو يا سازمانونو ترمنځ د معلوماتو، افکارو او احساساتو تبادله کولو ته وايي. ارتباطات د مختلفو شکلونو له لارې ترسره کېدلی شي، لکه خبرې اترې، ليکنې، بدن ژبه، بصري او ټکنالوژيکي وسايل. د پيغام ارزښت په دې کې دی چې پيغام د انسانانو ترمنځ د تفاهم لاره پرانيزي. کله چې خلک ځانونه د يوه پيغام يا نښې له لارې څرگندوي، نو هغه بل کس ته د دوی احساسات او نظريات رسوي. امريکايي ژورناليست (والټر) وايي: د هر انسان په ذهن کې خيالونه او سوچونه په تصويري شکل موجود وي، کله چې د يوه شخص د ذهن تصوير د بل شخص د ذهن له تصوير سره همغږی کېږي، نو د اړيکو عمل پيدا کېږي، چې دې ته ارتباط (اړيکه) وايي (نيازی، ۱۳۹۷).

ارتباطات دوه مهمې برخې لري:

ليږدوونکی: هغه څوک چې پيغام وړاندې کوي (منبع Sender).

اخیستونکي: هغه څوک چې پیغام ترلاسه کوي. (Receiver)

د ارتباطاتو موخه د معلوماتو تبادله، همغږي، مفاهمه او اړیکې ټینګول دي. ارتباطات کولی شي رسمي یا غیر رسمي وي او په مختلفو مسایلو پورې اړه لري، لکه کورنۍ، ښوونځي، کاري ځای او ټولنه. همدارنګه غوره او ښو اړیکو درلودلو پایله هم ډېره غوره او خوږه اغېزه لري او په اسلامي ټولنه کې دا د اخلاقو یو بهترين اړخ دی (پسرلی، ۱۳۸۶).

د ارتباطاتو ډولونه

عموماً ارتباطات یا اړیکې په شفاهي او غیر شفاهي تقسمېري، دا چې د ارتباطاتو ډولونه مختلف دي او هر یو یې خپلې ځانګړتیاوې لري، چې لاندې د ارتباطاتو څو پراخ ډولونه وړاندې کوو:

شخصي اړیکې

د دوستانو او کورنۍ ترمنځ اړیکې، احساساتي او ټولنیزې اړیکې چې په نږدې اړیکو کې واقع کېږي.

مسلكي اړیکې

دکار ځای په چاپیریال کې د همکارانو او مدیریت ترمنځ، د پروژو پر بنسټ اړیکې چې د کار په موخې او دندې پورې تړاو لري.

رسمي اړیکې

د دولت او ادارو ترمنځ، لکه د قوانینو، پالیسیو، او نورو رسمي موادو تبادله، د ښوونځیو یا پوهنتونونو ترمنځ اړیکې.

غیر رسمي اړیکې

هغه اړیکې چې رسمي جوړښتونه او پروسیجرونه نه تعقیبوي، د خلکو ترمنځ په ورځني ژوند کې رامنځته کېږي (نیازی، ۱۳۹۷).

لیکلي اړیکې

د ایمیلونو، لیکونو، او نورو لیکلي موادو له لارې، د معلوماتو تبادله د لیکل شوي متن له لارې.

شفاهي اړیکې

د خبرو اترو سره سم په ویدېو کال، ټلوېزیوني خبرو کې، یا په شخصي توګه، د معلوماتو او نظریاتو شراکت له لارې.

غږیز او بصري اړیکې

د غږیز موادو (لکه راډیو یا پوډکاسټ) او بصري موادو (لکه ټلوېزیون یا انټرنیټ ویدېو) له لارې د تاثر او پیغام رسولو لپاره کارول کېږي.

ډيجيټل اړيکي

د ټولنيزو رسنيو، ويب پاڼو او نورو انټرنېټي پليټ فارمونو له لارې، د معلوماتو او تجربو تبادله په انلاين فضا کې.

د ارتباطاتو هر ډول د مختلفو اړتياوو او هدفونو په اساس کاروي او د دې اړيکو د مؤثره مدیریت لپاره اړينه ده، چې د هر ډول ځانگړتياوو په اړه خبرتيا ولرو (Lasswell, 2024).

خپل منځي اړيکي

دا هغه اړيکي دي چې دوه يا له ددو څخه ډېر خلک يې په خپل منځ کې ټينگوي، چې دا هم د اړيکو يوه په زړه پورې بڼه ده چې رابښکېل خلک پکې د يو بل نظرونه ښه او په اسانۍ سره درک کولی شي. په دغه ډول اړيکو کې يوه ښه ځانگړتيا غبرگون دی چې نېغ په نېغه د شخص له خوا رامنځ ته کېږي او په دغه ډول اړيکو کې د اړيکو ماډل ټولې برخې، اړين رول تر سره کوي (حسين، ۲۰۱۵).

د ارتباطاتو ارزښت او اړتيا

انسان د الله ج يو ټولنيز مخلوق دی، چې تل ټولنيز ژوند خوښوي او همېش د ځان ښېگړه د بل د ژوند په بقا کې گوري او کله کله داسې هم پېښېږي، چې يو انسان د بل انسان د ژوند د بقا لپاره ځان قربان کړي، مختلف کړاونه گالي، څو وکولی شي نورو ملگرو او دوستانو ته يې خیر ورسېږي او د پيغمبر (ص) د دې قول منونکي شي، چې [خير الناس من يفع الناس] بهتر د خلکو هغه څوک دی، چې خلکو ته يې نفع ورسېږي (نيازی، ۱۳۹۷).

د ارتباطاتو ارزښت او اړتيا په مختلفو برخو کې په ځانگړي ډول د پيغام رسونې په برخه کې ډېره مهمه ده. هغه که د شخصي اړيکو، مسلکي اړيکو، يا د توليدو په برخه کې وي، ارتباطات د راتلونکو برياليتوبونو لپاره بنسټيز ټکي دي، چې د مقالې په دې برخه کې د ارتباطاتو ځينې مهمې نقطې راوړم:

- معلوماتو تبادله: د ارتباطاتو له لارې انسانان کولی شي خپل او د نورو معلومات شريک کړي. دا معلومات د زده کړې، پوهې او تجربو تبادله کولو کې مرسته کوي.
- روغتيا او رواني ټينگښت: ارتباطات د انسانانو ترمنځ روحي او احساسې اړيکې جوړوي، چې له لارې يې خلک احساس کوي چې يوازې نه دي او ملاتړ لري.
- د ستونزو حل: په مسلکي او شخصي ژوند کې، مؤثره ارتباطات کولی شي د ستونزو حل کې مرسته وکړي او د شخړو په حل کې مرسته وکړي.

- تیم جوړونه: په کاري چاپیریال کې، ښه ارتباطات د تیم کار کولو او ګډو فعالیتونو لپاره مهم دي. دا د همکارۍ، انعطاف او اړیکو جوړولو لپاره بنسټیزه ده.
- پرمختګ او وده: د قوي ارتباطاتو له لارې، خلک کولی شي نوي فرصتونه پیدا کړي، نظر تبادله کړي او خپله نظریه پراخه کړي، چې دا د پرمختګ لپاره مهم دی.
- د نوښت او خلاقیت هڅونه: کله چې افراد د خپلو نظریاتو او افکارو د شریکولو لپاره یو مناسب او غوره چاپیریال ولري، نو دا د نوښت او خلاقیت هڅونه کوي.
- تل پاتې اړیکې: د دوستانه او مخلصانه اړیکو جوړول د ښه او سالم راتلونکي لپاره اړین دي. دا ارتباطات خلکو ته د ملاتړ او مرستې احساس ورکوي.
- په نهایت کې، د ارتباطاتو اړتیا د بشر د ژوند یوه مهمه برخه ده او د دې قوي روابطو درلودل په هره برخه کې د بریالیتوب لپاره اړین دي (Lasswell H. , 1948).

پیغام

پیغام یوه معلوماتي واحد دی چې د یوې سرچینې (لکه فرد، ډله، یا سازمان) له خوا لېږل کېږي ترڅو بلې سرچینې ته ځانګړي معلومات، نظریات، احساسات یا غوښتنې ورسوي. پیغامونه مختلف شکلونه او ښه لري، چې عبارت دي له:

- لیکلي پیغامونه: لکه ایمېل، متن، نامه یا په ټولنیزو رسنیو کې شریک شوي متون.
- شفاهي پیغامونه: لکه خبرې ګپ شپ یا مذاکرات، چې په مستقیم ډول د وینا له لارې تبادله کېږي.
- غږیز یا بصری پیغامونه: لکه تلیفوني اړیکې، ویډیو کنفرانسون، یا د ټلويزیوني اعلانونو او ګرافیکونو له لارې.
- احساسی پیغامونه: کوم چې د احساساتو او عقایدو څرګندولو ته ځانګړي شوي وي.
- د بدن ژبه: لکه د چهرې څرګندونې، د سر ټکول یا لاسونه او حرکات، چې هم پیغامونه لېږدوي.

پیغام د ارتباط پروسې یوه برخه ده، او د پیغام لیرونکي (فرستنده) باید په دقت سره د خپل پیغام د ترتیب، منځپانګې او لېږدولو طریقه انتخاب کړي، ترڅو مفهوم او نیت یې روښانه وي. له پیغام څخه موخه د ماخذ په ذهن کې هغه خیالونه دي چې د الفاظو یا د تصویر په ښه د ماخذ له لوري وړاندې کېږي او بیا

د یوې وسیلې پر مټ تر نورو رسېږي. همدارنګه، د پیغام اخیستونکي هم باید د پیغام د ترلاسه کولو، تحلیل کولو او په سمه توګه درک کولو توان ولري (افروز، ۱۳۷۶).

د پیغام ارزښت او اغېز

د پیغام ارزښت په بېلابېلو برخو کې څرګندېږي:

الف. تفاهم او همغږي

پیغام د انسانانو ترمنځ د تفاهم لاره پرانیزي. کله چې خلک ځانونه د یوه پیغام یا نښې له لارې څرګندوي، نو هغه بل کس ته د دوی احساسات او نظریات رسوي.

ب. فرهنګي تبادله

پیغام د مختلفو ثقافتونو ترمنځ د اړیکو د جوړولو لپاره مهمه وسیله ده. مختلف فرهنګونه مختلفې نښې او سمبولونه لري چې د هغو له لارې کولی شي د یوه بل کلتور په اړه پوه شي.

ج. د پرمختګ او نوښت لامل

په نړۍ کې د پیغام د نوښت امکانات زیات دي. نوې ټکنالوژي، د شبکې اړیکې او د ټولنیزو رسنیو پراختیا د پیغام نوو بڼو ته لاره هواروي، چې دا د اړیکو د پیاوړتیا او د افکارو د تبادلې یوه انقلابي مرحله ده. د نوو ټکنالوژيو اغېزه

په دې وروستیو کې د ټکنالوژۍ پراختیا د پیغام په مفهوم او کارونې کې بدلون راوستی دی. د انټرنیټ، ټولنیزو رسنیو، او آنلاین ارتباطاتو له لارې، پیغام د ګړندیو اړیکو او د معلوماتو د تبادلې لپاره نوي معیارونه رامینځته کوي، ټکنالوژي د ارتباطاتو په برخه کې انسانانو ته د اړیکو ټینګولو او د پیغام رسولو لپاره زمینه برابروي (Wood, 2019).

د پیغام اساسي هدف او مقصد همدا دی چې پیغام اخیستونکي تر خپل اغېز لاندې راولي او خپل هدف (مطلوبه ټولنه) په نظریاتو، مالوماتو او افکارو کې تبدیلی او بدلون راولي. نو ځکه د هر پیغام په رسیدو سره مطلوبه ټولنه یا وګړي د پیغام په مقابل کې عمل کوي (پیغام مني او یا غبرګون ښيي) چې منل او ردول د پیغام اغېز ښيي، که پیغام ومنې او عمل ته چمتو شي نو زموږ د پیغام اغېز مثبت دی او که یې رد کړ، نو زموږ د پیغام اغېز منفي دی، چې دا کار له ډېرو پلټنو، تحقیق او څېړنو وروسته لاس ته راځي، ډېر وخت ته ضرورت لري چې د ټولنې عامه افکار د پیغام د منلو لپاره چمتو او بیا پیغام ورته ولېږو. دیادولو وړ ده چې د پیغام د منلو لپاره د ټولنې چمتو کول ډېر پیچلی کار دی، پوره مهارت، تجربې، پوهې او ډېرو مصارفو ته ضرورت لري، چې هر سړی، اداره او ارګان یې نه شي تر سره کولی (McEwen, 2006).

وړاندیزونه

- ۱- د پیغام د محتوا اهمیت: د پیغام محتوا باید روښانه، دقیقه او اړونده وي. ځانګړې ټکي باید خپلو هدفونو ته خامخا اشاره وکړي.
- ۲- د مخاطب پېژندنه: له دې مخکې چې پیغام ولیږئ، مهمه ده چې د مخاطب اړتیاوې، لیدلوری او کلتور وپېژنئ.
- ۳- ژور تحلیل: د پیغام د لېږد پروسې او د هغې د تاثیر په اړه ژور تحلیل وکړئ، ترڅو د راتلونکي لپاره بهرته تګلاره وټاکل شي.
- ۴- د بصري عناصرو کارول: د پیغام په وړاندې کولو کې بصري عناصرو لکه انځورونه، د ګرافیکونو کارول او ویدیوګانې د اشخاصو په جذبولو او د اړیکو په ټینګولو کې موثر تمامیدای شي.

پایله

پیغام د ارتباطاتو په ډګر کې یوه مهمه وسیله ده چې د انسانانو ترمنځ د اړیکو د جوړولو او پیاوړې کولو لپاره ژور اغېز لري. په کلتوري، ټولنیز او اقتصادي اړخونو کې د پیغام ارزښت د وخت په تېریدو سره نه یوازې زیات شوی، بلکې د نوو ټکنالوژیو په مرسته یې نوې او نوښتګرې بڼې هم رامنځته کړې دي. په دې توګه، د پیغام ارزښت نه یوازې په پخوانیو مناسباتو کې، بلکې د معاصرې نړۍ په پرمختګونو کې هم څرګند دی. ځکه چې پیغام د اړیکو بنسټیزه برخه ده چې د معلوماتو، احساساتو او افکارو تبادله کوي. پیغام نه یوازې معلومات وړاندې کوي، بلکه احساسات هم انتقالوي. د پیغام د تګلاره، ژبه او ستایل د مخاطب احساسات اغېزمن کوي او دا مهمه ده چې د اړیکو جوړونې لپاره دا عناصر په پام کې ونیول شي. ځکه چې د موثره پیغام رسولو توان د اړیکو کیفیت لوړوي. د ښه او غوره پیغام لخوا چمتو شوي اړیکې د خلکو ترمنځ د باور، تفاهم او همکارۍ فضا رامنځته کوي. نو دې پایلې ته رسیږو چې په ارتباطاتو کې د پیغام ارزښت خورا لوړ دی چې کولی شي چې د مخاطب په ذهانت او سوچ کې بدلون راولي او د خپل اغېز په اساس د خلکو ترمنځ د تصمیم نیونې پروسه اغېزمنه کړي. دا په ځانګړې ډول په کاروبار کې مهمه ده، چیرې چې د پیغام ځواک د سوداګریزو موخو لپاره حیاتي دی. ددې ترڅنګ دا چې پیغام د مختلفو کلتورونو او پس منظرونو درناوی کوي ځکه پیغام په ذریعه د کلتورونو ترمنځ توپيرونه کولی شي د پیغام ارزښت بدل کړي، نو دا اړینه ده چې د مخاطب کلتوري زمینه په پام کې ونیول شي. په لنډه توګه ددې علمي مقالې چې په ارتباطاتو کې د پیغام په ارزښت لیکل شوی، مونږ په ارتباطاتو کې د پیغام ارزښت، رول، اړتیا او اهمیت په ګوته کړل او په خلص ډول مو د پیغام د ارزښت مهمو نقطو ته اشاره وکړه او د دې علمي مقالې پایله دا ده چې د پیغام ارزښت د اړیکو په جوړولو،

احساساتو په انتقالولو او د ثبات او هدف په ترلاسه کولو کې ټاکنې رول لري. د دې ارزښت د پوهیدو له لارې، خلک کولی شي خپل ارتباطات لا ښه کړي او د اړیکو کیفیت لوړ کړي.

مأخذونه

- Lasswell, H. (1948). The structure and function of communication of society. New York : University of Illinois Press.
- Lasswell, H. D. (2024, 12 28). Pumble. Retrieved from pumble.com: <https://pumble.com/learn/communication/communication-models/>
- McEwen, W. J. (2006). The Effects of Message Intensity on Receiver Evaluations of Source, Message and Topic. journal of Communication , 340.
- Wood, J. (2019). Interpersonal Communication: Everyday Encounters. North Calorina : Cengage Learning.

القران، التوبه. ۱۱۹

- فروز، غ. م. (۱۳۷۶). (روان شناسی شایعه و روشهای مقابله. کابل: دفتر نشر.
- پسرلی، ا. (۱۳۸۶). (ان لاین ژورنالیزم. جرمني: د افغانستان د کتلوري ودې ټولنه .
- حسین، ا. م. (۲۰۱۵). (کمونیکشن سټیډیز. لاهور: لیت پبلکشن .
- نیازی، م. خ. (۱۳۹۷). (د اړیکو اساسات. خوست: میرویس کاروان مطبعه .

Value of message in Communication

Assistant Prof. Assadullah Tanay, School of Communication and Public Relations, Public Relations Department

Email: assad.t.wj@gmail.com

Abstract

In this article we examine the value of the message in communication. The message is not only the basis of communication, but it also facilitates the exchange of ideas and understanding between people. We will analyze different aspects of the value of the message, its effects, and its value in the light of new technologies.

The value of the message in communication refers to the information, concepts and feelings that are expressed in the message and have an important role in the process of accommodation, communication and understanding. The value of the message is not only limited to the content of the text, but also has an effect on the way it is presented, the mode of communication and the culture and experiences of the addressee. The message should be clear and in simple language, so that the addressee can understand it easily and have the information that will benefit the addressee and match their needs.

In addition to this, the important research books on the communication of today's technology permit are also considered, because the value of the message is an important topic in the science of communication, which is about the content of the message, its form and the way of receiving it. is discussing Message value is important in various fields, especially in social communication, business, and information technology.

It should be noted that the emergence of the Internet in the 20th century gave a new form to the value and concept of the message, that information is now spread at an unprecedented level and speed. Able to increase the quality of communication and give more interest to the interlocutor and make the communication process more powerful. The overall value of the message is the key points in the sincerity, clarity and effectiveness of the communication and its main purpose is that communication helps in the process of exchanging different ideas and information, and the message is

also a basic tool for this process. The other is that the message has been known to humans for a long time, with the development of human communication and communication, the message has also changed over time and cultural changes. The history of the message is expressed through language, artistic symbols and non-verbal communication, which has an important role in the development of human civilization.

As a result, it can be said that the value of the message in communication is the key element of communication effectiveness and communication success. If the message is appropriate and effective, it helps to achieve the desired results and develop the relationship, while inaccurate or unclear messages may cause confusion and bad relationships.

Keywords: Communications, Relations, Message, Technology, Audience and Information