

## (( الفصل الرابع ))

### الإدراك

## Perception

### (( المحاضرة السابعة ))

#### 1- مقدمة:

يمر النظام المتكامل للسلوك الإنساني بعدة مراحل من العمليات النفسية والتي يأتي في مقدمتها عملية الإدراك. عن طريق الإدراك نستقبل المعلومات حول المثيرات المختلفة (أشياء/ أفراد/ أحداث) في البيئة المحيطة بنا وذلك من خلال الرؤية والاستماع والتذوق والشم. وتتأثر العملية الإدراكية لدى الفرد بمجموعة من العوامل أهمها الأشياء أو الأحداث التي يتم استقبالها، وبالفرد نفسه الذي يقوم بالإدراك، وكذلك بالموقف أو البيئة التي تشتمل على الشيء أو الحدث الذي يتم إدراكه. ومن هنا يتفاوت الناس في إدراكهم لنفس الشيء أو الحدث. كما قد يختلف إدراك الفرد نفسه للأشياء أو الأحداث.

إن دراسة وتفهم الإدراك الإنساني يعتبر أمراً ضرورياً لدراسة وتفسير السلوك الإنساني بصفة عامة. كما أن العملية الإدراكية لها تطبيقاتها ودلالاتها الهامة في مجال السلوك التنظيمي بغرض فهم وتفسير سلوك العاملين بالمنظمة. وعلى هذا فإن هذا الفصل يهدف إلى تعريف القارئ بالإدراك وخصائصه وعناصره، ودوره في نموذج السلوك الإنساني عامة. وكذلك إظهار أهمية دراسة وفهم الإدراك في تفسير السلوك التنظيمي.

يناقش هذا الفصل مفهوم وخصائص الإدراك وعناصره. كما يتضمن الفصل أهم المبادئ التي تحكم عملية الإدراك الإنسانية، وأخيراً يناقش الفصل التطبيقات العملية للإدراك في مجال السلوك التنظيمي، وإدراك الفرد والتنوع في القوى العاملة، ومقالات الاختيار، وتقييم الأداء.

#### 2- مفهوم وخصائص عملية الإدراك:

يمثل الإدراك المرحلة الأولى من مراحل التكوين النفسي لنظام السلوك الإنساني. ويعرف البعض<sup>(1)</sup> الإدراك على أنه "تلك العملية الخاصة بتفسير الرسائل التي يتم استقبالها من خلال الحواس المختلفة حول المثيرات في البيئة المحيطة لتصبح مرتبة وذلك معنى .....

***Perception is the process of interpreting the messages of our senses to provide order and meaning to the environment.***

ويرى البعض الآخر<sup>(2)</sup> أن الإدراك هو "العملية التي من خلالها يحافظ الفرد على الاتصال والعلاقة بالبيئة وأي مكان آخر، ووفقاً لهذه العملية يستقبل الفرد المثيرات من خلال الحواس المختلفة ويتولى تفسيرها.....

<sup>(1)</sup> Gary. J., op. cit, p. 81.

<sup>(2)</sup> Aaker, D. and Myers, J., Advertising Management, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, 1987, New Jersey, p. 219.

***Perception is the process by which an individual maintains contact with his environment and elsewhere as "the process whereby an individual receives stimuli through the various senses and interprets them".***

ويتفق التعريف الأول والثاني للإدراك على أنه عملية، وعلى أنه يتعلق باستقبال وتفسير الرسائل الواردة حول المثيرات الخارجية، إلا أن التعريف الثاني لم يقصر العملية الإدراكية على المثيرات الخارجية في البيئة المحيطة، بل وذكر كلمة "وأى مكان آخر". ولعل هذا ما أكدته التعريف التالي للإدراك<sup>(3)</sup>.

الإدراك هو نقطة البداية في السلوك الإنساني لأنه يمثل تلك العملية التي من خلالها يقوم الفرد باستقبال وتقييم المثيرات التي تنشأ من داخل أو خارج الكائن الحي.....

***Perception is the starting point of human behavior because it is the process by which an individual perceives and evaluates stimuli originating from within and outside of the organism".***

إن من بين التعبيرات الأساسية التي وردت في كل تعريف للإدراك ذلك التعبير الذي ينص على "تفسير" Interpreting. ويظهر هذا التعبير في الواقع أهمية عملية الإدراك في السلوك الإنساني. فالناس – بصفة عامة- يعتمدون في تصرفاتهم وسلوكهم على تفسيرهم للواقع المحيط أو للمثيرات التي تأتي من داخلهم وذلك من خلال نظامهم الإدراكي الخاص بهم وذلك بدلاً من اعتمادهم على الواقع نفسه أو المثير الداخلي نفسه. فإذا شعر أحد الأفراد بالبرد فإن تفسيره لهذا الحدث يجعله يتجه إلى ارتداء ملابس ثقيلة. وإذا أدرك أحد العاملين بالمنظمة أن ما يحصل عليه من أجر (مرتّب) يعتبر منخفض جداً فإنه ربما يبحث عن العمل في منظمة أخرى وهكذا<sup>(4)</sup>.

ويعرف Wagner and Hollenbek<sup>(5)</sup> الإدراك بأنه "تلك العملية التي من خلالها يقوم الأفراد باختيار، وتنظيم، وتخزين، واسترجاع المعلومات....

***"Pereption is the process by which individuals select, organize, store, and retrieve information".***

ومن التعريفات السابقة وغيرها للإدراك فإننا يمكن أن نتصور عملية الإدراك من خلال المراحل التالية:

- تعرض الفرد لمثيرات خارجية (من البيئة المحيطة) داخلياً.
- استقبال الفرد لبعض هذه المثيرات من خلال الحواس الخمسة الإنسانية وهي الرؤية والسمع والتذوق والشعور.

<sup>(3)</sup> Duncan, W., p. 96.

<sup>(4)</sup> Gary, J. op. cit., p. 82.

<sup>(5)</sup> Wagner, J. and Hollenbeak, J., op. cit., p. 50.

- قيام الفرد بمقارنة ما تم استقباله من رسائل حول مثيرات معينة (وتمثل وسائل جديدة) بما يخزنه في ذاكرته من معلومات ومعاني.
- يقوم الفرد بعد ذلك بتقييم وتفسير الرسائل الجديدة في ضوء ما سبق، حيث تصبح ذات معنى ودلالة معينة، ثم يتم تصنيفها بالشكل المناسب. وبصفة عامة هناك ثلاث خصائص أساسية للإدارة وهي:<sup>(6)</sup>

### 1/3 الاختيار Selection:

ليس هناك فرد يرى أو يسمع كل ما يمكن رؤيته أو سماعه، ولكن الفرد يميل إلى أن ينتقي أو يختار تلك الأشياء أو الأحداث في البيئة التي تتصل وتأيّد أو تدعم أهدافه الشخصية واهتماماته. ويوضح الشكل رقم (1/4) حقيقة أن الإدراك عملية اختيارية حيث يختار (أو ينتقي) الفرد ما يرغب في إدراكه من المثيرات التي يتعرض إليها. وبالنظر إلى الصورة التي بالشكل ربما يدرك البعض أنها صورة امرأة عجوز، بينما ربما يدرك البعض الآخر أنها صورة فتاة جميلة! كما يؤكد هذا أيضاً تفاوت الإدراك من فرد لآخر.

يتفاوت الأفراد من حيث الأشياء أو الأحداث التي يقومون بإدراكها. ففي الطريق ربما تدرك أحد الأمهات طفلاً صغيراً وهو يجري وتقترب منه السيارة منذراً بوقوع حادث مؤلم، وفي نفس الوقت ربما يكون هناك فرداً آخر ماراً بجوار هذه السيدة ولا يدرك نفس الحدث. وقد يكون هناك شخصين يجلسا معاً ويشاهدان برنامجاً معيناً في الشاشة الصغيرة، وأثناء ذلك يدرك أحدهما أن التي تقدم البرنامج تتمتع بوجه حسن وجميل جداً، بينما يدرك الشخص الثاني أنها تتحدث العربية بطلاقة ولديها قوة التعبير والعرض. وهكذا فالناس يرون أشياء مختلفة، وربما يرون نفس الشيء الواحد بطرق مختلفة وذلك بسبب تفاوتهم في الخبرات وفي التكوين البيولوجي وفي الاهتمامات.

<sup>(6)</sup> Duncan, W., op. cit., pp. 96-98.

## شكل رقم (1/4)

هل الإدراك عملية اختيارية؟



وإذا كان هناك اتفاقاً عاماً بين علماء النفس بأن الإدراك يتم بطريقة اختيارية فربما يكون هناك أيضاً نوعاً من الإدراك الإجباري والذي يحدث عندما يجبر الفرد على سماع أو رؤية شيء معين. ففي هذه الحالة لا يحدد أو لا يختار الفرد بنفسه الأشياء أو الأحداث التي يدركها. فعندما يجلس بعض الطلاب أمام المحاضر ويستمعون وينظرون له فهذا نوعاً من الإدراك الاختياري لأن كل فرد اختار المثير الذي يقوم بإدراكه ويتفق مع اهتماماته وأهدافه. كما أن معظم الطلاب تجاهلوا المثيرات المحيطة بهم مثل صوت النافذة في القاعة، أو أصوات بعض الأفراد داخل أو خارج القاعة... وهكذا. ولكن ربما يحدث شيئاً فجائياً أو هاماً يشد انتباه جميع الحاضرين ويجبرهم على هذا الشيء (المثير الآخر) على إدراكه، كأن يصدر صوتاً غريباً ومرتفعاً من داخل القاعة... وهذا هو الإدراك الإجباري.

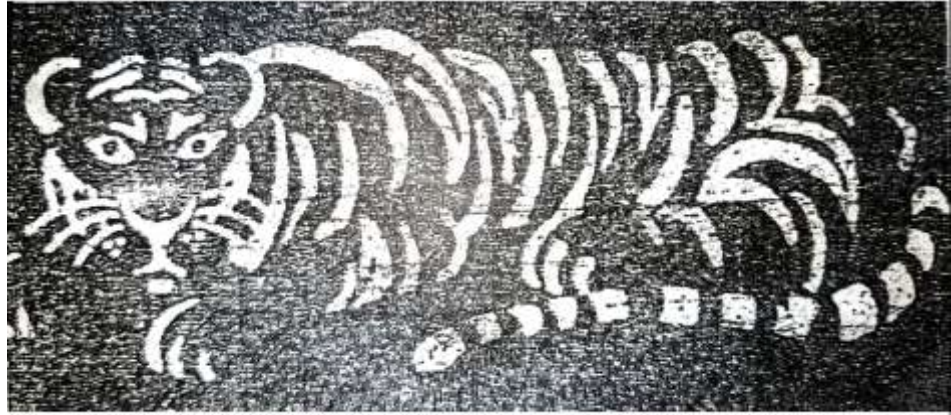
## 2/3 الحدود المغلقة Closure:

وبالرغم من الحقيقة التي مؤداها أن الإدراك اختياريًا، فإن الناس يميلون ليعرفوا كل ما يمكن معرفته حول موقف معين ويعتمدون في تصرفاتهم على هذا الافتراض. ووفقاً لخاصية الحدود المغلقة أو المجال المحدد للإدراك فإن الفرد يستقبل عدد محدود من المثيرات وذلك حتى يتمكن من تفسيرها إلى معاني ذات دلالة. وهناك العديد من الأخطاء للعملية الإدراكية بسبب الإدراك الاختياري للمثيرات ومحاولة التحكم فيها في حدود المجال الإدراكي. وعلى سبيل المثال فإن الناس عادةً يكونون انطباعاً معيناً حول الآخرين عن طريق تقييمهم على أساس خاصية واحدة مثل النوع ويستبعدون الخصائص الأخرى. فالعديد من الرجال ينظر إلى النساء على أنهن أمهات بالمفهوم التقليدي بدلاً من كونهن سيدات معاصرات ولهن خصائص مميزة.

كما تشير هذه الخاصية للإدراك إلى تلك النزعة لدى الأفراد لاستكمال شيء ذو أجزاء ناقصة، أي وضع حدود لهذا الشكل ليمثل المجال الإدراكي<sup>(7)</sup>. والشكل رقم (2/4) يصور هذا المعنى للحدود المغلقة للإدراك. انظر إلى هذا الشكل واسأل نفسك هل تشعر أنك في حاجة إلى استكمال صورة النمر؟

### شكل رقم (2/4)

الحدود المغلقة (المجال الإدراكي)



### 3/3 الإطار المحيط: Context:

إن جميع أشكال الإدراك تحدث في وضع معين أو في ظل إطار محدد، حيث تتفاعل فيه عدة عوامل مادية مثل الإضاءة والألوان، وعوامل أخرى تتعلق بمشاعر الفرد. إن مثل هذا العوامل تؤثر على كون الإدراك اختيارياً.

فعلى سبيل المثال قد تكون اتجاهات أحد الأفراد هو أن يتمنى أن يستقبل أشياء معينة (كأن يسمع صوتاً معيناً) ولكن مثل هذا الإدراك الاختياري قد يتأثر بالعوامل التي ينطوي عليها الإطار المحيط بالشيء موضع الإدراك مثل الضوضاء أو بُعد المسافة أو كثافة الصوت وغيرها.

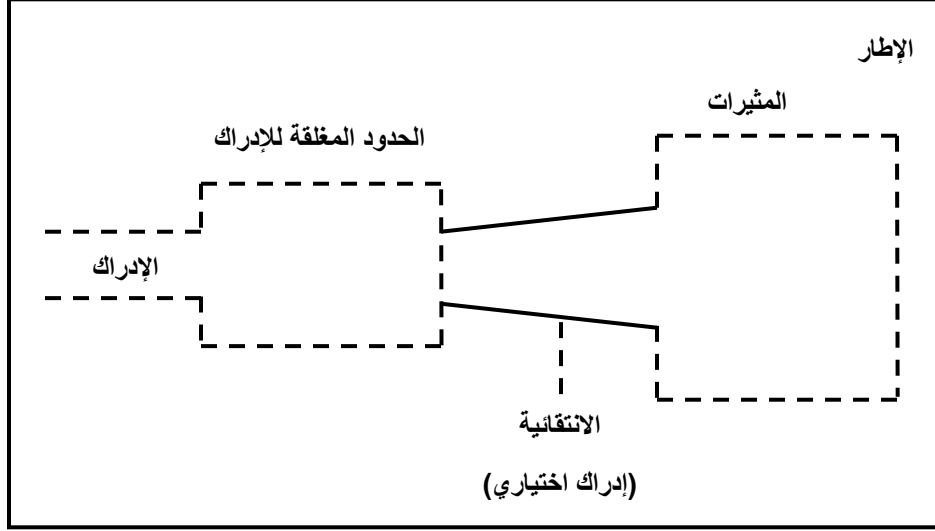
ويوضح الشكل رقم (3/4) الخصائص الأساسية للإدراك والتي تم مناقشتها من قبل. ويجب أن تلاحظ بوضوح أن الذي نستقبله كأفراد أثناء عملية الإدراك ما هو إلا جزء صغير من الواقع المحيط بنا<sup>(8)</sup>.

### شكل رقم (3/4)

<sup>(7)</sup> Gibson, J., et. al., p. 70.

<sup>(8)</sup> Duncan, W., op. cit., p. 98.

## خصائص عملية الإدراك



### 4- عناصر الإدراك:

إن الأحداث Events التي يتم إدراكها بواسطة الأفراد في حياتهم اليومية يمكن تحليلها إلى ثلاثة عناصر أساسية وهي (انظر الشكل رقم 4/4): الفرد نفسه.

### شكل رقم (4/4)

### العوامل المؤثرة في الإدراك



والذي يستقبل Receiver الأحداث، والشئ أو المثير المستهدف أو الذي يتم استقبله بواسطة حواس الفرد، وأخيراً الإطار الموقف Situational context الذي يحدث فيه الإدراك. ويلاحظ أن كل من هذه العناصر الثلاثة يؤثر على الطريقة التي يفسر بها الشئ المستهدف أو الذي تم استقبله<sup>(9)</sup>.

### 1/4 الفرد المستقبل The receiver:

إن الفرد الذي يقوم باستقبال المثيرات يتأثر في إدراكه بعدة عوامل أساسية تضم خبرته الماضية والمختزنة، ودوافعه، ومشاعره.

<sup>(9)</sup> Gary, J., op. cit., pp. 82-85.

## 1/1/4 الخبرة Experience:

إن كل فرد منا يختزن في ذاكرته معلومات ومعاني ودلالات تمثل في مجموعها خبرته الماضية. إن مثل هذه الخبرة المختزنة عادةً تقودنا إلى تكوين توقعات Expectations، وتؤثر غالباً هذه التوقعات على إدراكنا الحالي للأشياء. فمثلاً من خبرتنا المختزنة أنه عند سماع صراخ نتوقع حدوث أشياء غير سارة ومؤلمة (مثل وقوع حادث أو حالة وفاة أو شجار)، ويؤثر بالتالي هذا على إدراكنا للموقف. وربما يتفاوت إدراكنا من واحد لآخر، فالبعض قد يدرك أن هناك حالة وفاة ويفزع مسرعاً ليتأكد (سلوك) والبعض الآخر قد يدرك أن مجرد شجار قد وقع عند الجيران ويعقب على ذلك بأنه سلوك غير متحضر (سلوك)... وهكذا. وإذا طبقاً نفس عامل الخبرة في مجال الإشارة، فنجد أيضاً أن خبرة المديرين أو العاملين المختزنة تقودهم إلى تكوين توقعات معينة والتي تؤثر على إدراكهم للأحداث، فمثلاً ربما يبلغ أحد العمال المشرف بوقوع إصابة في العمل لأحد زملائه. ومن الخبرة السابقة للمشرف فإنه يتوقع أن هذا الحادث هو نتيجة عدم اتباع تعليمات الأمن الصناعي، أو عدم فهم بعض العاملين لهذه التعليمات. وعندئذ فإنه يدرك هذه الحادثة بأنها أمراً خطيراً وله نتائج السئية عليه، في نفس الوقت ربما يكون إدراك العمال بأنها مجرد حادث عمل في ضوء خبرتهم المختزنة.

## 2/1/4 حالة الدافعية Motivational State:

بالإضافة إلى الخبرة السابقة فإن من الخصائص الرئيسية للفرد أن يستقبل المثيرات والتي تؤثر على إدراكه نحو دوافعه. وحالة الدافعية لدى المستقبل يقصد بها حاجات needs الفرد الخاصة به والتي يشعر بها في أي وقت. وهذه الحاجات ربما تكون ذات طبيعة فسيولوجية مثل الحاجة إلى الطعام أو الماء أو ربما تكون ذات طبيعة نفسية واجتماعية مثل الحاجة إلى الحب، والأمان، والانتماء، وتحقيق الذات... الخ. وغالباً ما يكون للدافعية تأثير كبير وغير محسوس على إدراكنا، حيث إنها تجعلنا نستقبل من المثيرات ما نتمنى استقباله. مثال ذلك الشخص الذي يشعر بالحاجة إلى الأكل لأنه جائع فإنه يدرك بطريقة أكثر وضوحاً الطعام بالمقارنة بغيره الذي لا يشعر بالجوع. وكذلك الشخص الذي يشعر بالوحدة فإنه يدرك الأشياء التي تشيع الوحدة مثل الصداقة والعشرة أكثر من غيره.

وفي المجال الإداري فإن الفرد الذي لديه حالة عالية من الدافعية الخاصة بالتقدير وتحقيق الذات فإنه يدرك بدرجة عالية الأحداث والأشياء التي تشبع هذه الحاجة مثل تقدير رئيسه له من خلال بعض الكلمات التي تنطوي على الإعجاب أو التشجيع، وطبيعة العمل المسند إليه والذي يعطي له الفرصة لتحقيق ذاته... وهكذا والعكس عندما نجد أحد مندوبي البيع في شركة ما والذي تغلب على دوافعه في العمل المكافأة المادية (عمولات وأجر إضافي) فإن مثل هذه الحالة من الدافعية لمندوب المبيعات تؤثر على إدراكه للمشاكل البيعية والعمل البيعي في الشركة وحتى للعلاقات مع الرؤساء والزملاء.

## 3/1/4 الحالة العاطفية Emotional State:

وتتعلق الحالة العاطفية بعواطف ومشاعر الفرد من فترة زمنية لأخرى. ومن أمثلة الحالة العاطفية الغضب، والسعادة، والخوف والتي تؤثر على إدراكه للأشياء والأحداث. ولعل من أكثر الأمثلة المألوفة لنا جميعاً في هذا الصدد هو سوء استقبالننا (إدراكنا) لتعليق ما من جانب أحد الزملاء أو الأصدقاء عندما نكون في حالة من الغضب أو الضيق. ومن الأمثلة الأخرى التي تفسر تأثير الحالة العاطفية للفرد المستقبل للمثيرات على إدراكه نجد ذلك الفرد الذي يشعر بالضيق لعدم حصوله على الترقية المتوقعة، ثم يسيء

استقبال ما يتلقاه من مشاركة من مشاعر زملائه في العمل ويدركها على أنها نوعاً من المواساة. كما ربما يكون الخوف أيضاً عاملاً مؤثراً على إدراك الفرد عند سماع صوت باب نافذة الحجرة بالليل وربما يفسر شيئاً آخر!.

#### **4/1/4 صفات الفرد الشخصية :Personal Characteristics**

إن إدراك الفرد لا يتأثر فقط بخبرته وحاجاته وحالته العاطفية بل وأيضاً بصفاته الشخصية التي تميزه والتي منها النوع (ذكر أو أنثى)، والسن، والحالة الاجتماعية، الدخل وقدراته العقلية. وإدراك الرجل لبعض الجوانب في شيء ما قد يختلف عن إدراك المرأة لنفس الشيء. كما أن الإدراك لنفس الشيء يختلف باختلاف العمر ومستوى الدخل. كما أن القدرات العقلية مثل القدرة على الاستيعاب والذكاء وغيرها تؤثر على الإدراك.

#### **5/1/4 القيم :Values**

يتأثر أيضاً الإدراك بما لدى الفرد من قيم والتي تعكس معتقداته وثقافته وحضارته وعاداته. فعند مشاهدة أحد الإعلانات على الشاشة الصغيرة قد يدرك أحد المشاهدين أن هذا الإعلان لا يتفق وأخلاقيات المجتمع المصري والقيم الدينية، بينما يدرك نفس الإعلان مشاهداً آخر ولا يميل إلى مثل هذا التفسير، كما قد يختلف الزوج والزوجة في إدراكهما لشيء معين بسبب اختلاف القيم لكل منهما. فالزوج مثلاً له قيم الريف بينما الزوجة لديها قيم المدينة والتحضر.

#### **2/4 الشيء المستهدف The Target**

وبالإضافة إلى خصائص المستقبل من خبرة ودافعية وحالة عاطفية وغيرها، فإن الإدراك يتأثر أيضاً بخصائص الشيء المستهدف أو محل الإدراك. وفي الواقع أن خصائص الشيء موضع الإدراك عديدة ومنها ما يلي:

#### **1/2/4 الكثافة Intensity**

حيث يتأثر إدراك الفرد بكثافة الشيء أو الحدث موضع الإدراك. وتتعلق الكثافة في الشيء باللون الظاهر أو شدة الصوت، أو كثافة الرائحة هكذا. فالفرد يدرك مثلاً اللون الأحمر أسهل من الألوان الأخرى، ويدرك الفرد الصوت العالي أسهل من الصوت المنخفض وهكذا.

#### **2/2/4 الحجم :Size**

يؤثر حجم الشيء المثير في إدراك الفرد، حيث إنه كلما كان هذا الشيء يتمتع بحجم أكبر كلما ساعد ذلك على الإدراك. وهذه الخاصية يستخدمها بدرجة ملحوظة مصممي الإعلانات في الصحف والمجلات والطرق والتلفزيون. فقد نجد أحياناً إعلاناً لسيارة ما في صفحة كاملة في جريدة الأهرام. كما قد يتم كتابة سنة الموديل بالحجم الكبير.

#### **3/2/4 التكرار :Repetition**



كما أن تكرار الشيء يزيد من احتمال إدراكه من جانب الفرد، لأن التكرار يعني إعطاء الفرد لمستقبل أكثر من فرصة لإدراك الشيء، وهذا بالفعل ما يركز عليه المعلنين عن السلع والخدمات.

#### **4/2/4 الحداثة Novelty:**

وكلما كان الشيء أو لحدث يتسم بالحدثة كلما ساعد ذلك على سرعة إدراكه من جانب الفرد المستقبل.

#### **5/2/4 التضاد Contrast:**

كما يلعب التضاد في الألوان أو في غيرها من المؤثرات دوراً هاماً في تسهيل الإدراك وسرعته. ومن هنا كثيراً ما يستخدم التضاد في الإعلانات المطبوعة والمرئية عن السلع والخدمات.

#### **6/2/4 البعد/ القرب للشيء Distance:**

ومن الخصائص الأخرى للأشياء محل الإدراك والتي تؤثر في إدراك الفرد لها هو مدى قربها أو بعدها بالنسبة للفرد المستقبل، فبلا شك كلما كان الشيء أقرب للفرد كلما سهل إدراكه من خلال البصر أو السمع أو الشم.

#### **7/2/4 الشذوذ Unfamiliarity:**

ونقصد بهذه الخاصية مدى ما يتميز به الشيء موضوع الإدراك من خصائص تجعله شاذ عما هو مألوف للناس. مثال ذلك إحدى الفتيات التي ترتدي مني جيب وتسير في أحد الطرق في حي شعبي، أو سيدة تقود سيارة تاكسي في القاهرة، أو مبنى مرتفع جداً بين مباني منخفضة، أو سيارة رولزوريس تسير في شوارع مدينة صغيرة مثل شبين الكوم وهكذا.

#### **3/4 الموقف The Situation:**

لا تقتصر عناصر عملية الإدراك على المستقبل والمثير أو الشيء محل الإدراك، بل تشتمل على الإطار الموقف الذي يتم فيه الإدراك. ويؤثر الموقف أيضاً على ما يتم استقباله. ومن أكثر الآثار أهمية هنا نجد إضافة المعلومات حول الشيء المستهدف لعملية الإدراك. وبلغة أخرى فإذا كان الإدراك هو عملية تمثيل وإضافة معاني للشيء محل الإدراك (المثيرات)، فإن الموقف يؤثر على هذا التفسير وتلك الإضافة للمعاني. فربما ندرك أشياء كثيرة اليوم لم ندركها من قبل بالرغم من أن هذه الأشياء (المثيرات) لم تتغير، وأنت كمستقبل لم تتغير.

ويرى في هذا الصدد Reitz أن البيئة المحيطة بالحدث أو الشيء الذي يتم إدراكه يمكن أن يكون لها أثر كبير في الطريقة التي يتم بها استقبال المعلومات. فكل من البيئة المادية Physical والبيئة الاجتماعية Social تلعب دوراً هاماً في عملية الإدراك<sup>(10)</sup>.

فبالنسبة للبيئة الاجتماعية فإن لها تأثيرها على الإدراك أيضاً، فعندما ينتقد أحد المديرين بشكل بناء أحد مرؤوسيه في حضور زملائه ربما يترتب عليه عدم استقبال رسالته من جانب المرؤوس الذي تشتت

<sup>(10)</sup> Reitz, H., "Behavior in Organizations", IRWIN, Homewood, (1987). Illinois, pp. 104-105.

انتباهه بشيء آخر أكثر من استقباله لرسالة رئيسيه وهو إدراكه لرد فعل زملائه ونظرتهم إليه. وربما نفس الرسالة قد تتم في مكتب الرئيس مع المرووس وتحدث أثراً إيجابية واستجابة من جانب المرووس.