

المحاضرة 05 :

5- عناصر العملية الاتصالية:

بعد استعراضنا في المحور الاول لمفهوم الاتصال وخصائصه واهدافه، وكذا المفاهيم المشابهة له، والمتمثلة في: الاعلام، الدعاية، الاشاعة والاعلان، بالإضافة الى تناول ما المقصود بمفهوم علوم الاعلام والاتصال، نستعرض في هذا العنصر من المحور الثاني عناصر العملية الاتصالية وذلك بهدف تحليلها واستبيان الشروط التي يجب ان تتوفر في كل عنصر منها، لان عناصر العملية الاتصالية متكاملة ولا يجب ان يكتف احدھا عيب والا حدث تشويش يصبح بمثابة عائق اتصالي.

ان الاتصال كما اشرنا في ذلك سابقا ظاهرة انسانية نشأت وتطورت مع نشأة الحياة الانسانية وتطورھا، فمنذ ان وجد الانسان على ظهر المعمورة مارس الاتصال مع زميله او جاره او زوجته او اولاده وغيرهم من افراد الاسرة او القبيلة او المجتمع الذي يوجد فيه. ولقد ذهب بعض المتخصصين في الاتصال الانساني الى ان التطور الانساني والحضارة بصفة عامة يرجع الى عاملين اساسيين:

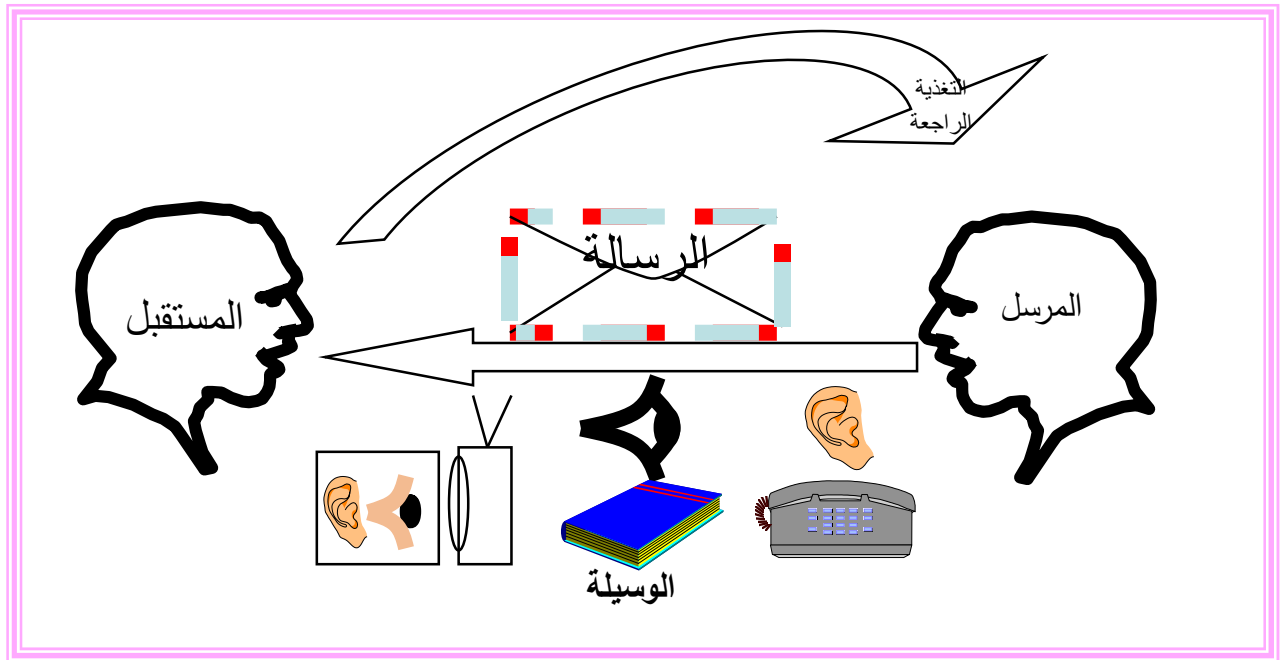
* تطوير مهارات الاتصال.

* قدرة الانسان على التنظيم.

ونتناول فيما يلي وبالتحليل عناصر عملية الاتصال الاساسية وهي خمسة: المرسل، المستقبل، الرسالة، الوسيلة، الاثر او رجع الصدى، وهذا بحسب ما اورده عالم الاتصال الامريكي هارولد لاسويل والذي قام بتعريف عملية الاتصال من خلال الصياغة الشهيرة التي قدمها في العام 1948 والتي تضمنت عناصر الاتصال في شكل خمسة اسئلة، واتخذھا ايضا اساسا لتصنيف البحوث الخاصة بعلوم الاعلام والاتصال، وهذه الاسئلة هي: من؟ يقول ماذا؟ بأي وسيلة؟ **Who? say what? In which channel? to whom? With what تأثير؟.؟ effect?**

ان الاجابات المتعلقة بهذه الاسئلة تقدم تحديدا واضحا لعناصر عملية الاتصال التي يجب توافرها في كل عمليات الاتصال مهما كان شكلها ومستوياتها، ولو حاولنا تحليل هذه الاسئلة نجد أن عناصر الاتصال هي: 1- من ؟ :القائم بالاتصال، 2-يقول ماذا؟ :الرسالة، 3-لمن؟ :المتلقي، 4-بأي وسيلة؟: الوسيلة. 5-بأي أثر؟: رجع الصدى.

والآن دعونا نتحدث عن هذه العناصر بشيء من التفصيل



الشكل رقم (1) يوضح عناصر العملية الاتصالية

5-1- المرسل او القائم بالاتصال: وهو المقصود بالسؤال من؟

ويعني كل فرد او مجموعة من الافراد يشاركون في انتاج رسائل اعلامية او اتصالية معدة للنشر العام، بواسطة احدى وسائل الاتصال، فقد يكون متحدثا للإذاعة او التلفزيون او محررا في صحيفة، كما قد يكون شخصا عادي يتحدث اليك حديثا مباشرا وتكون مشاركة الافراد هؤلاء في اعداد الرسالة اما بالابداع او الاختبار او بالرقابة.

ويعرف المرسل ايضا على انه: الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بارسال الفكرة او الراي او المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم باعدادها.

وقد يكون هذا الشخص هو مصدر الفكرة او الراي او المعلومات، وقد لا يكون مصدرها، ويكون المصدر فردا اخر كما يظهر واضحا في حركة عملية الاتصال من خلال المؤسسات الاعلامية التي يقوم افرادها -القائم بالاتصال- بالاتصال بالمصدر للحصول على المعلومات او الاخبار حتى يقوم بصياغتها او اعدادها للنشر او الاذاعة وارسالها مرة اخرى الى جمهور المتلقين.

على المرسل ان ينتبه الى بعض المعوقات المتعلقة به سواء كانت نفسية او اجتماعية، وهذه المعوقات تكون حائلا دون وصول الرسالة في شكلها المتوخى او حتى البسيط، ومن ابرز هذه المعوقات نذكر :

* قصور القدرة على الصياغة الواضحة للرسالة، بسبب عدم وضوح الإرسال.
* التحيز والاحكام المسبقة تجاه المستمع، مثل: التحيزات القبلية او العشوائية او المذهبية او الاقليمية او العرقية او العقائدية او المصلحية، فضلا عن التحيزات الانفعالية.
* قصور تخطيط الاتصال، ذلك ان الاتصال يهدف اساسا الى التأثير على المتلقي سواء بأخذ موافقته او تغيير رأيه او اقناعه بتبني مسألة ما و تزويده بمعلومات يقبلها.. و حتى يمكن التأثير لابد من تخطيط عملية الاتصال، ومن ابرز عناصرها: اختيار افضل توقيت لإرسال الرسالة، ويعرفه المنافذ المناسبة للإقناع.
وقد عرفت الدراسات المتعلقة بالقائم بالاتصال بدراسات حارس البوابة، وهو مصطلح استخدمه في العام 1947 الباحث كورت لوين.

5-2- الرسالة:

التي تحتوي على عدد من المعاني او الافكار ينقلها المرسل او القائم بالاتصال الى الطرف الاخر المستقبل، ويتم التعبير عن هذه المعاني او الافكار من خلال الرموز اللغوية او اللفظية او من خلال الرموز غير اللفظية او من خلالهما معا.
ويعرفها برنارد برلسون بأنها: **كافة المعاني التي يتم التعبير عنها في صورة رموز معينة لفظية موسيقية بصرية...**
اما جورج جرينر فيعرفها بقوله: **المضمون عبارة عن رسالة تعبر عن حدث ثقافي بطريقة واضحة.**

ومن هنا يمكننا القول ان الرسالة هي: **النتاج المادي والفعلي للمصدر الذي يضع فكره في كود، فحينما نتحدث فالحديث هو الرسالة، وحينما نكتب فالكتابة هي الرسالة، وحينما نرقص فحركات الجسد هي الرسالة، وحينما نرسم فالصورة هي الرسالة، وحينما نلوح فحركة ذراعنا هي الرسالة، وحينما نخجل فاحمرار الوجنتين هي الرسالة.**
فالرسالة اذا هي الشكل والمضمون الذين هما مادة الاتصال، كأن تكون برنامجا اذاعيا مسموعا او مسموعا مرئيا او فيلما سينمائيا او خبرا او تعليقا في صحيفة ما او اي مضمون اخر رمزي او لفظي وهي بذلك قلب عملية الاتصال ومن الامور التي يجب مراعاتها في الرسالة نذكر: كود الرسالة، مضمون الرسالة، ومعالجة الرسالة اي الطريقة التي تقدم بها الرسالة.
ويقسم ميلفين ديفلر محتوى الرسالة الاعلامية الى ثلاثة اقسام هي: **مضمون الذوق الهابط، المضمون الذي لا يثير الجدل، مضمون الذوق الراقى.**

5-3- الوسيلة:

وهي الاداة او القناة التي عن طريقها يتم نقل الرسالة ذاتها سواء كانت مقروءة او مسموعة او مرئية او مباشرة وجها لوجه بين المرسل والمستقبل، وهذه الوسيلة تختلف خصائصها

وامكانياتها باختلاف الموقف الاتصالي، وحجم المتلقين وانتشارهم وحدود المسافة بين المرسل والمستقبل.

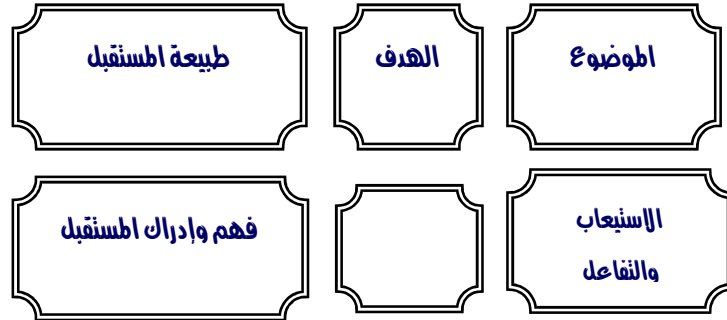
وقد تكتنف وسيلة الاتصال بعض العوائق التي تحول دون وصول الرسالة بشكل لائق كأن تكون القناة غير كافية او مشوشة او غير ملائمة، ففي بعض المواقف الاتصالية قد تكون القناة غير كافية كتعطل اوتقادم او انعدام الخطوط الهاتفية.

اما على المستوى الفردي فقد تكون القناة المستخدمة غير كافية ولذا وجب الاستعانة بقنوات اخرى توضيحية، فمثلا قد لا تكون المذكرة المكتوبة واضحة مما يستدعي مكالمة هاتفية لتوضيحها وازالة الغموض الذي يكتنفها، او قد لا تكون التعليمات المكتوبة لا تفي وحدها بالعرض بل لا بد من الحاقها باجتماع توضيحي (قناة شفوية وجها لوجه).

وفي مواقف اخرى قد تكون القناة مشوشة كحشو الافكار بالجمل الاعترافية والاستطرادات، وبالتالي تغرق المعلومات الاساسية موضوع الاتصال في سيل من التفاصيل الثانوية او الجانبية مما يعرقل وضوح الرسالة.

في نوع اخر من المواقف الاتصالية قد تكون القناة غير ملائمة، فما يمكن قوله بالهاتف لشخص لا يمكن الا ان يقال شفويا لغيره في لقاء وجها لوجه، وان ما يصلح الاتصال والكلام الشفهي لنقله لا يلائم معلومات من نوع اخر لا بد لها ان تكون مكتوبة بدقة ووضوح. وبشكل عام فان الاتصال سيفشل اذا عجز المرسل عن استخدام القناة الملائمة لنقل رسالة من نوع محدد الى جمهور معين.

وعموما يتوقف اختيار الوسيلة على عوامل عدة منها:



الشكل رقم (2) شكل يوضح عوامل اختيار الوسيلة الاعلامية

4-5- المتلقي:

وهو الشخص الذي يستقبل الرسالة ويقوم بتفسير الرموز وادراك المعنى في اطار العمليات العقلية التي يقوم بها خلال عملية الاتصال.

و قد يكون المتلقي فردا او عدة افراد في مجموعة او مجموعات او قد يكون جماهير وطن
باكمله مثل: مستمعي الراديو او مشاهدي التلفزيون، وهو في النهاية هدف عملية الاتصال.
يمكن ان تكون هناك عوائق ذاتية وموضوعية تتعلق بالمتلقي قد تعيق الاستيعاب والفهم او
التفاعل مادامت العملية الاتصالية ثنائية لا تستقيم الا بتفاعل المتحدث او المستمع على حد
سواء وبرز هذه العوائق هي:

*سوء النقاط الرسائل كعدم التروي للوصول الى كل المعطيات اللازمة لاستكمال الصورة
ووضوح الهدف، وهو ما يعرف بالتسرع في تأويل المقصود بالحديث.
*ادراك انتقائي مفرط يقوم على اثره المتلقي بالتركيز على عناصر منتقاة سلفا من حديث المرسل
او كتابه مما يؤدي الى سوء تفسير المقصود بالرسالة.
*التحيز و الاحكام المسبقة تجاه المرسل، وهي من اخطر ما يهدد الاتصال فالمستمع او القارئ
قد يقف موقفا مسبقا من المرسل بعد ان صنفه بشكل ما واسقط عليه نوايا من نوع معين.

5-5- رجع الصدى:

هو رد الفعل الذي يكون نتيجة استقبال الرسالة الاتصالية ذاتها، كأن تكون غير مفهومة او
غير واضحة او تثار حولها استفسارات معينة، ورجع الصدى ليس عنصرا دائما في العملية
الاتصالية، وانما يحضر او يغيب بحسب الموقف الاتصالي، وتكون الاستجابة من خلال رجع
الصدى على شكلين رئيسيين هما :

*الاستجابة العقلية.

*الاستجابة الجسدية.

وهناك أربعة طرق للنظر إلى رجع الصدى وهي:

-قد يكون رجع الصدى ايجابيا ويشجع رجع الصدى الايجابي المصدر على الاستمرار في تقديم
رسائل مشابهة فهو يقوي ويدعم السلوك بشكل مطرد ، أما رجع الصدى السلبي فهو لا يشجع
المصدر على توجيه رسائل مشابهة.

-رجع الصدى قد يكون داخليا ينبع من إحساس المرسل بفاعلية الرسالة وتأثيرها وقد يكون
خارجيا ينبع من المتلقين.

-قد يكون رجع الصدى فوريا كما هو الحال في الاتصال المواجهي أو مؤجلا كما هو الحال
في وسائل الاتصال الجماهيرية.

-رجع الصدى يمكن أن يكون حرا يصل من المتلقي إلى المرسل مباشرة وبدون عوائق أو تنقية
وقد يكون مقيدا بضرورة المرور على حراس البوابة الإعلامية.