

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

مقياس الاتصال

محاضرتين يقدمها د. سمير قريد أستاذ محاضر -أ- إلى طلبة السنة الأولى ماستر علم اجتماع الصحة

- المحاضرة رقم 06: عوامل نجاح عملية الاتصال

نص المحاضرة

لكي ينجح الاتصال لابد أن يكون الهدف ملائماً، ذلك أن المعرفة لن تترجم إلى عمل إلا إذا توفر الواقع، وهو أمر يصعب فهمه إلا في ضوء المجال الاجتماعي، ويضاف إلى ذلك مجموعة من الأسس التي تجعل من عملية الاتصال مثمرة في المجتمع، ويمكن إيجازها فيما يلي:

- يجب أن تكون لغة الاتصال مفهومة لجمهور المستمعين، فاستعمال اللغة الفصحى مثلاً مع جماعة الفلاحين قد يجد استجابة للصوت وموسيقيته، وليس لمعانيه بينما الحديث العادي الذي يستخدم لغتهم الدارجة يصل بالمعاني إليهم (منال طلعت محمود، 2001: 81).

أما بالنسبة لأهداف اللغة فإنها تتشكل حسب المعلومات وحاجة المستقبل لها، فضلاً عن أهمية مصادرها ودرجة تأثيرهم لدى من تتوجه إليهم، كما تدرك غايات اللغة عندما يفسر المستقبل الرسالة بالطريقة التي يقصدها المرسل، ويجب أن يراعى فيها الخلفيات الفكرية والأخلاقية لمن تتوجه إليهم، كما يجب توظيف العبارات بالشكل الذي يضمن التركيبية الأساسية للمستهدفين (ر.ح.ع.الملا، 2009: 322).

- لابد أن يبنى الاتصال على الخبرة السابقة للمرسل إليه أو المستقبل.

- يحسن الاستعانة بالرسالة السمعية البصرية في تبسيط الصورة وتيسير توصيل المعلومات.

- إن العواطف المتقدمة قد تحول دون التواصل الفعال بين المرسل والمرسل إليهم، فالحب الشديد والكراهية الشديدة والتعصب القوي كلها تحول دون التواصل الفعال (منال طلعت محمود، 2001: 81-82).

كما يتوقف نجاح عملية الاتصال على نجاح كل عناصره في أداء الدور المطلوب منها، ويمكن تفسير هذه العوامل إلى كل من:

1- عوامل تتصل بالمرسل (المصدر):

يعد المرسل العنصر الأول والأساسي في عملية الاتصال، ويسمى أحيانا المصدر أو مصدر المعلومات، والمرسل هو منشئ الرسالة الذي يتوجب عليه أن يسعى إلى النجاح في مهمته المتمثلة في توصيل الرسالة إلى المستقبل أو الجمهور، ولكي ينجح في عملية الاتصال لابد من توافر عدد من الصفات التي تتلخص في القدرة اللغوية والبلاغة في سرد المعلومات، والمنطق المؤثر والقدرة على الإقناع والتأثير، وكذا القدرة على التعبير بوضوح عن وجهة النظر والأفكار والمعلومات المراد إرسالها حيث يسهم في استيعاب الرسالة من قبل المستقبل، إضافة إلى المعلومات الكافية عن موضوع الرسالة، حيث يجب على المرسل أن يعرف ما يقوله ويكتبه، ولديه من المعلومات ما يكفي للحديث والمناقشة، كما يجب على المرسل أن يمتلك القدرة على التفاعل مع المستقبل أو الجمهور لضمان نجاح عملية الاتصال (ر.م. عليان وع.م. الطوباسي، 2005: 45-46).

والجدير بالذكر في هذا السياق، أن المرسل يمارس الإخبار بالمعلومات أو غيرها إلى متلقين بهدف إحاطتهم علما بتلك المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات وغيرها، وقد يكون لديه هدف آخر من وراء هذا النشاط الاتصالي مثل المناقشة أو الاستفسار أو التأكيد أو التعجب وما إلى ذلك من أهداف لذا كان على المرسل إدراك مفهوم الاتصال وعناصره جيدا والهدف منه، كما يجب عليه تفهم الظروف المحيطة بالمتلقي (أ.ف.ع. الحسين الربيعي، 2014: 127-128).

2- عوامل تتصل بالرسالة

تعد الرسالة لب العملية الاتصالية وجوهرها لأنها تحتوي على المعاني والأفكار والمشاعر والاتجاهات والمعارف التي يريد المرسل نقلها وتوصيلها إلى المتلقين، ويأخذ التعبير عن هذه المعاني أشكالا عديدة، فقد يكون لفظيا شفهيا أو كتابة أو جسديا، وفي أحيان كثيرة يتم التعبير بهذين الشكلين معا (اللفظي وغير اللفظي) (حلمي خضر ساري، 2014: 39).

وتعد الرسالة من حيث التصميم والمحتوى وتوقيت إرسالها عنصرا من عناصر الاتصال الفعال، وينبغي صوغها وفق حاجات ورغبات المُستقبل بحيث تثير انتباهه واهتمامه ورغباته، ولذلك يجب أن تكون الرسالة مفهومة من قبل المرسل ذاته، وإلا فقدت أهميتها، كما ينبغي أن تتضمن الرسالة أفكارا معينة تحتاج إلى من يقدر على تكوينها وصوغها بطريقة سليمة، وأيضا ترميزها ونقل هذه الرموز ليكون المستلم قادرا على فهمها (حميد الطائي وبشير العلق، 2019: 26-29).

وبالمجمل يمكن القول إن هناك مجموعة من العوامل والاعتبارات التي تؤثر في فاعلية الرسالة بدرجة كبيرة تتمثل فيما يلي:

- أهمية دراسة الجمهور باعتباره أساس تحليل عملية الاتصال.
- كمية المعلومات والبيانات التي تتضمنها الرسالة.
- التأكد من مدى قيام الرسالة باستثارة مخاوف الجمهور.
- الحرص على مسألة التناغم ف الرسالة بدلا من التنافر.
- أهمية تضمين الرسالة الحجج المنطقية والعقلية والعاطفية (ع.ر.الدليمي، 2017: 29).

3- عوامل تتصل بالمستقبل

المستقبل هو الشخص أو الجهة التي توجه إليها الرسالة، ويجب على المستقبل أن يقوم بفك رموز الرسالة بغية تفسير محتوياتها وفهم معناها، وينعكس ذلك في أنماط السلوك المختلفة التي يقوم بها المستقبل، ولذلك يجب ألا يقاس نجاح عملية الاتصال بما يقدمه المرسل، ولكن بما يقوم به المستقبل من سلوكيات تدل على نجاح الاتصال وتحديد الهدف (ر.م.ع.وعليان.م.الطوباسي، 2005: 57).

وفي أدبيات الإعلام والاتصال يصطلح على تسمية المستقبل بالمتلقي الذي يتلقى الرسالة الإعلامية ويتفاعل معها سلبا أو إيجابا، " كما أن المتلقي من تتوجه إليه لغة الخطاب الإعلامي التي تعبر عن مقاصد المخاطب، لذا تتحقق الوظيفة الإفهامية من خلال إفهامه ما يرومه المخاطب شرط أن يراعى في المتلقي منزلته الاجتماعية وثقافته ومعتقداته ومستواه وعلاقة المخاطب به، ويكون المتلقي حاضرا في ذهن المخاطب عند إنتاج الخطاب، سواء كان حضورا عينيا أو استحضارا في الذهن ما يسهم في حركية الخطاب (ر.ع.ع.ر.يونس، 2012: 53).

وفي مجال وسائل الإعلام ركزت العديد من الدراسات على الأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام في المتلقي، ويمكن الحديث عن اتجاهين حاولا تحديد الأثر خلال الفترة من 1940 إلى 1960. ركز الاتجاه الأول (الإمبريقي) على مفهوم الفعالية للرسائل على المدى القريب دون محاولة متابعة هذا الأثر والسعي إلى فهم السياق السياسي والاقتصادي والثقافي الذي يتقاطع مع المتلقي، أما الاتجاه الثاني (النقدي) فركز على مفهوم التلاعب وحدده في الأثر المباشر والقوي لوسائل الإعلام على الجمهور (مخلوف بوكروح، 2009: 12-13).

والواقع أن المتلقي بالمفهوم المعاصر ليس مجرد شخص سلبي يتلقى رسالة إعلامية ويتأثر بمضمونها دون أن يتفاعل معها أو ينتقدها، بل العكس هو شخص إيجابي نشط يتفاعل مع الوسائط الإعلامية المختلفة يحاول أن يترك بصمته حيث يقوم بعملية تنقيح وتنقية لمضامينها حسب سماته الاجتماعية والنفسية ومستواه التعليمي، وتبعاً لذلك لا بد أن تتناسب الرسالة الإعلامية مع مكونات شخصية الفرد وقيمه واتجاهاته حتى تحدث الاستجابة، ويمكن تلخيص العوامل المؤثرة في المستقبل للرسالة الإعلامية كما يلي:

- 1- التناغم والمشاركة في الخبرات والصور لدى كل من المرسل والمستقبل بما يكفل فهم الرموز ومعرفتها والاستجابة لها.
- 2- استثارة انتباه المستقبل واستعمال رموز مفهومة.
- 3- ربط الرسالة الإعلامية بحاجات المستقبل واتجاهاته ومنظومته القيمية والفكرية.
- 4- مراعاة الحالة النفسية للمستقبل، ومراعاة الدقة في اختيار الوقت المناسب والمكان الملائم والوسيلة المجدية حسب قدرة المستقبل.
- 5- الاهتمام باستعمال الألفاظ وتقديم الصور التي يستطيع المستقبل فهمها والاستجابة لها حسب إطاره المرجعي وخلفيته الاجتماعية والثقافية.
- 6- التخلص من عوامل التشويش التي تقف في سبيل التفاهم بين المرسل والمستقبل (خليل البناء، 2013: 64).

المراجع

1. الطائي حميد وبشير العلاق (2019). أساسيات الاتصال: نماذج ومهارات. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

2. البنا خليل (2013). الإعلام الاجتماعي ركيزة أساسية في مرحلة البناء والتنمية. عمان: أمواج للطباعة والنشر والتوزيع.
3. الدليمي عبد الرزاق (2017). الإعلام في ظل التطورات العالمية. عمان: دار اليازوري العلمية.
4. أكرم فرج عبد الحسين الربيعي (2014). " كفاية الاتصال والاستعمال اللغوي في تحرير الرسالة الصحفية، دراسة تقييمية للمهارات الاتصالية عند المحررين الصحفيين - جريدة المدى أنموذجاً- " مجلة الباحث الإعلامي (العراق)، العددان 24-25.
5. بوكروح مخلوف (2009). " أثر تكنولوجيا الاتصال في تلقي الخطاب الفني. " مجلة فكر ومجتمع (الجزائر)، العدد الثاني، أفريل.
6. رائد حسين عباس الملا (2009). " مهارات الاتصال الجماهيري من خلال لغة الخطاب (القنوات الفضائية العربية أنموذجاً. " مجلة كلية التربية الأساسية (العراق)، العدد 58.
7. رامي عزمي عبد الرحمان يونس (2012). تحليل لغة الخبر السياسي في الخطاب الإعلامي المكتوب. عمان: دار المعتز للطباعة والنشر والتوزيع.
8. ربحي مصطفى عليان وعدنان محمود الطوباسي (2005). الاتصال والعلاقات العامة. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
9. ساري حلمي خضر (2014). التواصل الاجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات. عمان: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.
10. منال طلعت محمود (2001). مدخل إلى علم الاتصال. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
- 11.