

عناصر عملية الاتصال

تعتمد عملية الاتصال على مجموعة من العناصر المتصلة والمتداخلة والمتشابهة مع ظروف نفسية واجتماعية تؤثر في النهاية على انتقال الأفكار والمعلومات بين الأفراد والجماعات والأمم ، وللاتصال عناصر لا بد من توافرها حتى تتم عملية الاتصال ، وهي :

1- المرسل أو القائم بالاتصال أو المصدر : هو الشخص (المرسل قد يكون فردا أو جماعة أو مؤسسة أو جهة حكومية أو خاصة ...) الذي يبدأ الحوار بصياغة أفكاره في رموز تعبر عن المعنى الذي يقصده (هذه الرموز تكون الرسالة التي يوجهها القائم بالاتصال إلى جمهور معين)، فإذا نجح المرسل في اختيار الرموز المناسبة للتعبير عن فكره تعبيراً صحيحاً ودقيقاً و واضحاً ،ي كون بذلك قد وضع قدمه على الطريق الصحيح ، أما إذا عجز هذا المرسل عن صياغة أفكاره في رموز واضحة تعبر عما يقصده ، انهارت عملية الاتصال في مراحلها الأولى و تحولت إلى عبث قد يسبب الضرر بدلا من النفع.

2- الرسالة : الرسالة هي مضمون السلوك الاتصالي، فالإنسان يرسل و يستقبل كميات ضخمة و متنوعة من الرسائل، بعض هذه الرسائل يتم بالخصوصية (مثل : الحركة و الإيماءة و الإشارة و الابتسامة ...) و بعضها الآخر يتسم بالعمومية مثل الندوات و المحاضرات و المؤتمرات و رسائل الصحف و المجالات و الراديو و التلفزيون و السينما ، بعض الرسائل يتم نقلها بقصد، ورسائل أخرى يتم التعرض لها بالمصادفة ، وكلما كان هناك تفاعل وفهم مشترك بين المرسل و المتلقي، وكلما استطاع المتلقي أن يستوقف المرسل لمزيد من الفهم ، كلما اكتسبت الرسالة فعالية أكبر.

3-الوسائل (القنوات): يمكن أن تصل الرسائل للمتلقين عبر قنوات متعددة، فالرسائل الشخصية نستقبلها عن طريق الحواس مثل: السمع، و النظر، و الشم، و اللمس، و التذوق ... و الرسائل العامة نتلقاها عبر وسائل الاتصال الجماهيرية من صحف و مجلات و راديو و تلفزيون و سينما، وتتسم بعض الوسائل بكونها أكثر فعالية من وسائل أخرى، وتؤثر طبيعة اختيار الوسيلة الموصلة في الرسائل المنقولة بحيث تزيد أو تقلل من فعاليتها، و تشير التجارب إلى أن كل فرد لديه قنوات مفضلة في استقبال الرسائل عن القنوات الأخرى.

4-المتلقي أو المستقبل أو الجمهور: (المتلقي يكون فرد أو جماعة أو هيئة أو جمهور عريض...) كل ما ذكرناه عن المرسل ينطبق أيضا على المتلقي، فالفرد في بداية عملية الاتصال وفي نهايتها متمثلان إلى حد كبير، و أحيانا يكون المرسل و المتلقي شخصا واحدا كما هو الحال في الاتصال الذاتي، وفي الاتصال المواجهي يتحول المصدر كثيرا إلى متلقي، و الرسائل التي تصدر عنه سوف تحدد لها الرسائل التي يتلقاها، و القوى التي تؤثر عليه في هذه الحالة هي نفس القوى التي تؤثر على المتلقي.

5-الخبرة المشتركة: كل فرد منا يحمل نطاقا من الخبرات و العادات و التقاليد و المعارف و الاتجاهات و السلوكات التي تصاحبه أينما ذهب، وحين يكون الأفراد الذين نتصل بهم لديهم خبرة حياتية مشابهة لنا، فإن فرص التفاهم و تحقيق نجاح الاتصال يكون متاحا بطريقة فعالة، و على النقيض كلما تباعدت الخبرة الحياتية بين المرسل و المتلقي كلما صعب التفاعل و التفاهم بينهما، وكلما وجدا صعوبات في المشاركة في فهم المعاني.

6-التشويش: التشويش هو أي عائق يحول دون القدرة على الإرسال أو الاستقبال، و ينقسم التشويش إلى نوعين: -آلي -دلالي

7-رجع الصدى: يقصد بـرجع الصدى إعادة المعلومات للمرسل حتى يستطيع أن يقرر ما إذا كانت الرسالة حققت أهدافها من عدمه ، و هناك أربعة طرق للنظر إلى رجع الصدى هي:

أ-قد يكون رجع الصدى إيجابيا أو سلبيا.

ب-رجع الصدى قد يكون داخليا ينبع من إحساس المرسل بفاعلية الرسالة و تأثيرها، وقد يكون خارجيا ينبع من المتلقين.

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

د-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، و يستغرق ذلك وقتا أطول حتى يحقق أهدافه.

8-الأثر: الأثر هو نتيجة الاتصال، وهو يقع على المرسل و المتلقي على السواء، وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي ، و يتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار و المعلومات و الترفيه و الإقناع و تحسين الصورة الذهنية.

9-السياق (بيئة الاتصال): كل اتصال يحدث في مكان ما، لابد أن يعبر عن سياق ما، و أحيانا يكون السياق طبيعى لا نلاحظه ، وفي أحيان أخرى يتولد الانطباع بضرورة بذل الجهد لفهم و إدراك هذا السياق ... ولا يمكن فصل السياق الاجتماعي أو السياسي أو الثقافي عن عملية الاتصال .