

عناصر عملية الاتصال

ان النظر الى الاتصال كعملية مشاركة ، يعني ان الاتصال لا ينتهي بمجرد ان تصل الرسالة من المصدر (المرسل) الى المتلقي (المستقبل) ، كما يعني ان هناك العديد من العوامل الوسيطة بين الرسالة والمتلقي ، بما يحدد تأثير الاتصال ، من جهة اخرى فأن كلا من المرسل والمتلقي يتحدث عن موضوع معين او موضوعات معينة فيما يعرف بالرسالة او الرسائل ، ويعكس هذا الحديث ليس مدى معرفة كل منها بالموضوع أو الرسالة ، ولكن ايضا يتأثر بما لديه من قيم ومعتقدات ، وكذلك بانتماؤه الاجتماعية والثقافية ، مما يثير لديه ردود فعل معينة تجاه ما يتلقاه من معلومات وآراء ، ويحدد ايضاً مدى تأثره بهذه المعلومات والآراء.

فقط في هذا الاطار المركز تطورت النماذج التي تشرح وتفسر عملية الاتصال بعناصرها المختلفة ، حيث ظهر في البداية النموذج الخطي أو المباشر الذي يرى ان تلك العناصر هي : المرسل والرسالة والمستقبل ، ولكن الدراسات التي اجريت منذ الاربعينيات من القرن الماضي ، بينت مدى قصور ذلك النموذج لقد ظهرت العديد من النماذج والتي تطورت من الطبيعة الثنائية الى الطبيعة الدائرية ، والتي على ضوئها تتكون عملية الاتصال من ستة عناصر أساسية وهي :

١. المصدر (المرسل)

٢. الرسالة.

٣. الوسيلة.

٤. المتلقي (المستقبل)

٥. رجع الصدى التغذية المرتدة)

٦. التأثير

وفيما يلي نبذة موجزة عن هذه العناصر :

١. المصدر (المرسل) :

يتولى المصدر الجماهيري a sources صياغة الرسالة التي يضمنها الافكار والمعاني والمعلومات التي يسعى الى ان يشاركه الاخرون فيها ، ثم يتولى ارسالها، لذا يسمى قائماً بالاتصال الجماهيري Mass Communication اي مرسلأ Sender او صائغاً للرموز او محرراً اتصالياً Actor .

ويكون المصدر الاتصالي الجماهيري منظمة اتصالية مثل دور الصحف، نشر الكتب ، وهيئات الاذاعة ، وهيئات التلفزيون ، واستوديوهات انتاج الافلام السينمائية. ومن اللازم ان تتوفر لدى المصدر الاتصالي الجماهيري مهارات الترميز بحيث تكتسب الرسالة اعق تأثير ممكن في الجمهور ، كما من اللازم ان يحظى المصدر بثقة جمهوره ، وان تتوفر له قدرة وضع المعاني والمشاعر والمعلومات في رسائل قابلة للنقل عبر الوسيلة الاتصالية المتاحة. ويدفع المصدر الاتصالي الى ارسال رسائله الى الجمهور امران : اولهما تحقيق اهداف تتمثل فيما يريده لجمهوره ، وثانيه ما تحقيق دوافع تتمثل فيما يريد انجازه لنفسه وحطمت النظرية القائلة بأن لوسائل الاعلام تأثيراً مباشراً على الجمهور.

غير ان ما يجدر التنويه اليه أن المصدر ليس بالضرورة يكون هو القائم بالاتصال ، فمندوب التلفزيون قد يحصل على خبر معين من موقع الحدث ، ثم يتولى المحرر صياغته وتحريره ، ويقدمه قارئ النشرة الاخبارية الى الجمهور ، في هذه الحالة وجدنا بعض دراسات الاتصال يذهب الى أن كل من المندوب والمحرر وقارئ النشرة بمثابة قائم بالاتصال ، وان اختلف الدور، بينما يذهب نوع آخر من الدراسات الى ان القائم بالاتصال هو قارئ النشرة فقط ، أي انه بينما يوسع البعض مفهوم القائم بالاتصال ليشمل كل من يشارك في الرسالة بصورة او بأخرى ، فإن البعض الآخر يضيق المفهوم قاصراً إياه على من يقوم بالدور الواضح للمتلقي.

٢. الرسالة الجماهيرية :

سبقت الاشارة الى ان المصدر يضع المعاني التي يريد ان يشاركه الآخرون فيها في بناء يمكن نقله اليهم ، اي ان تلك المعاني توضع في رموز كالكلمات او الصور أو الرسوم او الاصوات او غيرها من الرموز فيما يسمى باللغة اللفظية واللغة غير اللفظية ، والبناء الذي ينتهي المصدر الى صياغته وارساله الى ، هو ما يسمى بالرسالة Message وعلى هذا يكون للرسالة مضمون وشكل قابل للنقل عبر وسيلة اتصال وتتضمن المعاني والافكار والآراء التي تتعلق بموضوعات معينة ، يتم التعبير عنها رمزياً سواء باللغة المنطوقة وغير المنطوقة ، وتتوقف فعالية الاتصال على الفهم المشترك للموضوع واللغة التي يقدم بها ، فالمصطلحات العلمية والمعادلات الرياضية المعقدة الخاصة بالكيمياء الحيوية مثلاً تكون مفهومة بين اسناذ الكيمياء وطلابه ، اما اذا تحدث نفس الاستاذ عن الموضوع مع طلاب الاعلام والاتصال لا يكون الامر كذلك ، فهناك فجوة او عدم وجود مجال مشترك للفهم بين المرسل والمستقبل ، والمنطق نفسه اذا كان الاستاذ يلقي محاضرة بلغة لا يفهمها أو لا يعرفها الحاضرون ، او اذا استخدم ايماءات وإشارات ذات دلالة مختلفة لهم.

هناك عدة مطالب يستلزم ان تتوفر في الرسالة يحددها ولبرشرام في :

١. أن تصمم وترسل الى المستقبل في صيغة تثير انتباهه ، وان تصل اليه في الوقت ومكان مناسبين ، وان تحمل من العناصر ما يجعلها جذابة له.
 ٢. ان تستخدم فيها رموز مشتركة بين المرسل والمستقبل ، بحيث يستطيع المستقبل فك تلك الرموز.
 ٣. ان تثير الرسالة الحاجات الشخصية للمستقبل ، وان تقترح بعض الطرق لمقابلة تلك الحاجات وان يراعى في وضع الرسالة موقع المستقبل من الجماعة او الجماعات التي ينتمي اليها او يتصل بها ، نظراً لما لتلك الجماعات من أثر في سلوك الفرد الاتصالي.
- من جهة اخرى تتوقف فاعلية الاتصال على الحجم الاجمالي للمعلومات في الرسالة ، ومستوى هذه المعلومات من حيث البساطة والتعقيد المتضمنة حيث ان المعلومات اذا كانت قليلة فأنها قد لا تجيب على تساؤلات المتلقي ، ولا تحيطه علماً كافياً بموضوع الرسالة ، الأمر الذي يجعلها عرضة للتشويه ، اما المعلومات الكثيرة فقد يصعب على المتلقي استيعابها ولا يقدر جهازه الإدراكي على الربط بينها.