

الفصل الأول

مدخل إلى الاتصال الإنساني

الدكتور / أحمد بن سيف الدين تركستاني

تمهيد

الهدف العام للفصل الأول :

يهدف هذا الفصل إلى شرح مفاهيم الاتصال الإنساني للطالب المتدرب، وتوضيح المسائل العامة التي تقرب إلى أذهان الطلاب عملية الاتصال من شرح عناصره ومكوناته و أنواعه ونماذجه وخصائصه وأغراضه. كما يهدف إلى توضيح بعض المفاهيم المغلوطة عنه، وكيفية الوصول إلى الكفاءة في الاتصال قدر الإمكان.

المهارات المكتسبة من تدريس الفصل الأول:

يتوقع بنهاية هذا الفصل أن يكون الطالب قادراً على:

- فهم عملية الاتصال وكيف تتم ؟
- التفريق بين أنواع الاتصال المختلفة.
- إدراك خصائص الاتصال الإنساني.
- معرفة أغراض الاتصال الإنساني.
- ادراك المفاهيم المغلوطة.

أولاً: تعريف الاتصال وطبيعته

Defining Communication and its Nature

الاتصال (communication) شيء نقوم به في كل زمان ومكان نلتقي فيه بأشخاص، أو نريد أن نوصل معلومة أو فكرة أو أمراً إليهم. إنه من أكثر الأنشطة التي يقوم بها الإنسان في حياته، وبطبيعة الحال أكثر من تناوله للطعام والشراب. ويحدث الاتصال بين الصغار والكبار والأصدقاء والأعداء والرجال والنساء مع بعضهم البعض ومع غيرهم من البشر.

فما هو الاتصال ؟ يمكننا - باختصار - أن نقول إنه عملية إنشاء المعاني ومشاركة الآخرين فيها من خلال استخدام الرموز. ويحدث الاتصال عندما يقوم الشخص بإرسال أو استقبال المعلومات والأفكار والمشاعر مع الآخرين. وهذا الأمر لا يشمل اللغة المنطوقة أو المكتوبة فحسب، ولكنه يشمل كذلك لغة الجسد، وأسلوب الشخص في طريقة تعبيره للآخرين.

يمكنك أن تتخيل صديقاً لك لم تره منذ مدة، فإذا هو يقابلك بابتسامة عريضة ويبدؤك بالتحية، ثم يسألك عن سبب زيادة وزنك، وعن سبب انقطاعك عن الاتصال به فتجيبه مع نظرات منك، وتخبره بأن وزنه هو الآخر قد زاد منذ أن رأيته آخر مرة. فتتبادلان الضحك وتدعوه للعشاء في اليوم التالي مع بعض أصدقائكما.

ثم تخيل حالة أخرى حيث يكون أحد الآباء بصحبة ابنته الصغيرة في أحد الأسواق، وعند مرورهما أمام محل للألعاب تسحب الطفلة يد أبيها للدخول إلى المحل لشراء لعبة رأتها في واجهة المحل. ينظر الأب لابنته نظرة استغراب ويشير لها بأنه مستعجل لشراء ما جاء من أجله، ويعزز قراره بعدم الشراء بسحب يدها للمضي قدماً دون توقف، مما يجعلها تنخرط في البكاء. كل هذا حصل دون أن ينطق أي منهما بكلمة واحدة.

ولك بعد هذا أن تتخيل ما حصل في إحدى المحاضرات العامة من نقاش بين المحاضر وشخص من الحضور لم يتفق مع ما طرحه المحاضر من الآراء والتوجهات ... قاطع الشخص المحاضر أكثر من مرة، وكان يصدر أصواتاً مزعجة، ويبدى تذمراً مما يطرح المحاضر مما اضطر المحاضر إلى أن يطلب من رجال الأمن الموجودين في القاعة إخراج هذا الشخص المزعج.

الأشخاص السبعة السابقون انخرطوا جميعاً في عملية اتصال (communication process) بغض النظر عن مراكزهم الاجتماعية وأعمارهم وتوافقهم أو اختلافهم مع بعضهم البعض.

إن تبادل المعلومات ولغة الجسد وإبداء المشاعر يجعل البشر - عند اتصالهم - ينخرطون في جملة من الأنشطة :

- ١- نشاط المخ حيث يتعين على المتحدث أو المعبر عن نفسه أن يتذكر ماذا قال له الشخص الآخر أو عبر له عنه،
- ٢- نشاط نفسي إذ يتعين على كل متصل أن يفهم معاني الكلمات أو الإيماءات وفهم نفسه ونفسيات الآخرين،
- ٣- نشاط اجتماعي حيث إن مجرد تبادل المعلومات يحدث في بيئة اجتماعية،
- ٤- نشاط ثقافي لأن هناك لغة تستعمل في تبادل المعلومات، واللغة عنصر مهم من عناصر الثقافة.

وتبدأ عملية الاتصال حينما يقرر شخص ما أن يستخدم رمزاً لغوياً (كلمة أو إيماءة أو إشارة أو أي شيء يعطى تفسيراً من أصحاب هذه اللغة) لإثارة معانٍ معينة لدى شخص أو أشخاص آخرين. ونقصد بالمعاني أي استجابات داخلية خاصة بالشخص من صور ذهنية أو تفسيرات أو مشاعر أو مفاهيم كالتالي

تثيرها فينا الكلمات التي نعرف دلالاتها. وتكتمل عملية الاتصال حينما تتوافق تلك الاستجابات الداخلية للمعاني الموجودة لدى مستقبل (الرسالة) إلى حد ما مع الذي قام بالاتصال (منشئ الرسالة).

ولعلنا بهذا الشرح قد وصلنا إلى بداية التعرف على مكونات الاتصال، التي يعرضها القسم التالي .

ثانياً : عناصر الاتصال ومكوناته Communication Elements and Components

من الأمور المهمة لفهم الاتصال أنه عملية مستمرة، فالناس لا يفكرون فيما كانوا يتصلون بشأنه بعد انتهائه فحسب، بل إنهم يفكرون حال القيام بالاتصال كذلك. فهناك الكلمات والملابس والبيئة (المكان والجو النفسي) الذي يتم فيه الاتصال، وهذه مهمة بالنسبة للمرسل والمستقبل. كما أن عملية الاتصال تتطور وتتغير بشكل لا يمكن أن تتوقع معه ما سيحدث في الخطوة التالية. فالإتصال إذن عملية ديناميكية (نشطة ومتحركة) حتى وإن كانت مجرد قراءة في صحيفة أو استماع إلى المذيع أو مشاهدة للتلفاز. كل حالة اتصال - مهما كانت فريدة - لا بد أن تشتمل على العناصر الآتية:

- ١- المرسل أو القائم بالاتصال أو الطرف الأول في الاتصال.
- ٢- الرسالة.
- ٣- التشويش على الرسالة.
- ٤- القناة أو الوسيلة.
- ٥- المستقبل أو الطرف الآخر في الاتصال.
- ٦- رجع الصدى أو التغذية الراجعة.
- ٧- بيئة الاتصال أو السياق الذي يتم فيه الاتصال.

ويمكن لنا أن نشرح كلاً من هذه العناصر على النحو التالي:

(١) المتصل أو القائم بالاتصال أو المرسل (Sender):

هو منشئ الرسالة، قد يكون شخصاً واحداً أو أكثر ممن يقوم بهذا الأمر في الوقت نفسه، كما أن المرسل قد يتحول إلى مستقبل والعكس كما يحصل في حالة التقاء الطالب مع الأستاذ. قد يبدأ الأستاذ بإرسال رسالة كإلقاء السلام على الطالب ولكن سرعان ما يتحول الطالب

إلى مرسل فيرد على الرسالة لفظياً أو بإشارة منه. (و بهذا يقوم المرسل بتقمص أربعة أدوار في عملية الاتصال: يقرر المعنى الذي يريد إيصاله إلى الطرف الآخر، ويرمّز المعنى في رسالة (يضع في كلمات أو إشارات تسمى رموزاً)، ويرسل الرسالة، ويتصور ويتفاعل مع استجابة المستقبل لهذه الرسالة).

وبطبيعة الحال فإن القائمين بالاتصال يوظفون مهاراتهم الاتصالية ومعرفتهم ومواقفهم وخلفياتهم الاجتماعية والثقافية التي تميزهم عن غيرهم. ولهذا تختلف قدرات كل متصل في استخدام الرموز (اللغة اللفظية وغير اللفظية) عن المتصلين الآخرين.

الترميز (Encoding): حينما يقرر المرسل ما يريد من رسالته كمجرد نقل خبر أو أمر، أو إبراز تأثيره بهذا الخبر أو نحو ذلك فإن عليه أن يضع المعنى المراد في شكل رموز (فيترجم المعنى بكلمات وأفكار وآراء وأصوات وتعبيرات جسدية) تؤلف جميعها الرسالة التي يرسلها إلى الطرف الآخر.

٢) الرسالة (Messag) :

الرسالة هي: مجموع الكلمات والقواعد اللغوية والأفكار، والشكل الظاهر للمتصل، وحركات الجسم والصوت، وجوانب الشخصية التي تبرز للطرف الآخر، كما أنها تشمل الانطباع والذي يعطيه الإنسان عن نفسه (واثق، خائف، متردد، ... الخ) وأسلوبه في التعبير.

وتشكل الرسالة في مجملها دافعاً يرسل للطرف الآخر ليستشير عنده استجابة معينة بناءً على طبيعة الرسالة وكيفية استقبالها. وتتشكل الرسالة أيضاً بطبيعة التشويش الذي يحصل لها والبيئة التي تتم فيها. فإذا قال الأب لابنه: اذهب إلى حيث تريد وهو مقطب الجبين فإن الرسالة لا تعني بالضرورة الموافقة على الذهاب، ولكنها ربما تعني التهديد أو عدم الرضا عن الذهاب، وهكذا.

وبالمناسبة فإن كل رسالة فريدة في ذاتها. فالرسالة الواحدة إذا ما أعيد إرسالها مرة أخرى أو مرات فإنها ستتغير في كل مرة لأنه لا يمكن لأي رسالة أن يعاد إرسالها أو استقبالها بطريقة متطابقة على الإطلاق.

(٣) التشويش على الرسالة (Noise or Interference) :

كل ما يغير المعنى المراد من أي رسالة يسمى تشويشاً عليها. وقد يكون مصدر التشويش خارجياً مادياً كأصوات أبواق السيارات أو صوت المذياع المرتفع. وهذا المصدر موجود بدرجة ما في كل بيئة اتصالية، فرائحة المكان غير المريحة، أو درجة حرارة الجو، أو رائحة العطر الفواحة، أو الأمور الملفتة للنظر في المتحدث كرائحة إبطيه أو تعثر كلماته أو درجة سرعة حديثه، أو ملابسه الأنيقة جداً، أو شكله الخارجي كلها مصادر خارجية للتشويش على الرسالة.

كما أن هناك مصدراً آخر للتشويش هو المصدر الداخلي والنفسي، فالأفكار التي تدور في رأس المتحدث تؤثر بلا شك في استقبال أو إرسال الرسالة، وكذلك فإن المتحدث بصوت منخفض جداً أو مرتفع جداً قد يحدث تشويشاً نفسياً بالغاً على المستمع. والأمر قد لا يقتصر على مجرد التشويش، بل قد يؤدي إلى تشويه الرسالة وسوء فهمها. وبذلك فإن التشويش هو كل ما يشوش أو يشوه وضوح الرسالة ودقتها ومعناها وفهمها وتذكرها.

(٤) الوسيلة أو القناة الحاملة للرسالة (Channel or Medium) :

الوسيلة هي الطريق الذي تمر من خلاله الرسالة بين المرسل والمستقبل. والقنوات الطبيعية لنقل الرسائل هي موجات الضوء والصوت التي تمكنا من رؤية الآخرين وسماعهم.

ولكن هناك وسائل عدة يستخدمها الناس في نقل رسائلهم كالكتب والصحف والمجلات والأفلام والبيث الإذاعي والتلفزيوني والأشرطة السمعية

والبصرية والصور والهواتف والحواسيب الآلية وغيرها. ويمكننا نقل رسائلنا واستقبالها من خلال الشم واللمس والذوق. وقد نأخذ الحواس الخمس على أنها مسلمات متاحة لكل منا. ولكن يمكننا تخيل وضعنا لو كنا لا نستطيع شم رائحة العود الزكية ولا الطعام الشهى الذي يقدم لنا، أو لا نستطيع الإحساس بما يوفره لنا لمس الأشياء ومعرفة درجة نعومتها أو حرارتها ... إلخ.

٥) المستقبل أو الطرف الآخر في الاتصال. (Receiver) :

يقوم المستقبل بتحليل الرسائل وتفسيرها وذلك بترجمتها إلى معان معينة. وقد يكون المستقبل فرداً أو جماعة أو حتى منظمة كبرى. والمستقبل - كما سبق التوضيح - قد يتحول إلى مرسل ومستقبل في آن واحد؛ ذلك أن مهمة المستقبل تتلخص في ثلاثة أمور: استقبال الرسالة، وفك رموز الرسالة وتحويلها إلى معان والاستجابة للرسالة. وهنا لا بد من شرح معنى فك الرموز في الرسائل من قبل المستقبلين لها.

فك الترميز (Decoding) : سبقت الإشارة إلى أن الرسالة تتضمن رموزاً لفظية أو غير لفظية لاستثارة معينة لدى المستقبل، وبما أن الرسائل لا يمكن تفسيرها دائماً بطريقة واحدة لدى كل المستقبلين فإن كل مستقبل سيقوم بمعالجة الرسالة في ذهنه ويقارنها بالرسائل والتجارب السابقة ليكتشف ماذا تعنى له. وتبعاً لخلفية المستقبل وتجاربه فإن تلك الرموز إذا لم يصاحبها توافق مع خبرات المرسل أو صاحبه التحيز فإن تفسير الرسالة قد يأتي بغير النتائج المرغوبة.

٦) رجع الصدى أو التغذية الراجعة (Feedback) :

رجع الصدى هو عنصر آخر مهم من عناصر الاتصال ويتمثل في الاستجابة التي يرسلها المستقبل إلى المصدر. وتتأكد أهمية رجع الصدى في إفادة المرسل عما إذا كانت الرسالة قد وصلت وفهمت كما أرادها هو. ولإعطاء

المعاني الصحيحة بدقة فإن على المرسل أن يصحح الرسائل غير المناسبة وسوء الفهم لدى المستقبل وأن يعيد إرسال ما لم يصل من الرسائل إليه. إن رجوع الصدى عملية آنية تتم من خلال إرسال المستقبل استجابات (رجع صدى) لجعل المرسل يعرف أثر رسالته ومدى وصول المعنى المطلوب منها إلى المستقبل. وهذا يعطينا قدرةً على التكيف مع بيئة الاتصال والتعرف على أنفسنا أكثر حينما نرسل رسائل إلى الآخرين مما يجعل الاتصال بحق عملية مشتركة بين المرسل والمستقبل. وكلما زادت الاستجابات (رجع الصدى أو التغذية الراجعة) كان ذلك أدعى لتعزيز المعلومات في الرسالة.

(٧) بيئة الاتصال والسياق الذي يتم فيه

(Communicational Environment and Context)

يعنى هذا الجو العام المتمثل في المحيط النفسي والمادي الذي يحدث فيه الاتصال. وتشمل البيئة المواقف والمشاعر والتصورات والعلاقات بين المتصلين وكذلك خصائص المكان مثل سعته، وألوانه، وترتيبه، ودرجة الحرارة فيه.

ولا شك في أن بيئة الاتصال تؤثر على طبيعة الاتصال ومدى جودته. فمثلاً يحتاج إلقاء درس علمي إلى بيئة هادئة مناسبة وليس إلى بيئة صاخبة مزعجة.

كما أن السياق الذي يتم فيه الاتصال (هل اتصّلنا بالآخرين رسمي أو عادي، هل هو ثنائي أو في مجموعة صغيرة أو كبيرة ... إلخ) يتطلب منا تحديد ما نقول وما نفعّل. فالحديث مع الوالدين يختلف عن الحديث والاتصال مع زملاء أو مع الغرباء، ... وهكذا.

ثالثاً: أنواع الاتصال Communication Types

يتحدد نوع الاتصال بناء على عدد الأشخاص الذين يشتركون فيه. وتبعاً لذلك فإن هناك خمسة أنواع من الاتصال: الاتصال الذاتي - والاتصال الشخصي - والاتصال الجمعي - والاتصال الجماهيري - والاتصال بين الثقافات. وسنشرحها فيما يلي:

(١) الاتصال الذاتي (Intrapersonal Communication) :

هذا النوع من الاتصال يحدث لكل منا حينما نتحدث مع أنفسنا. ويتعلق هذا بالأفكار والمشاعر والمظهر العام. كما نراه ونحس به. في ذواتنا. وبما أن الاتصال يتركز في داخل الإنسان وحده، فإنه هو المرسل والمستقبل في الوقت نفسه. وتتكون الرسالة من الأفكار والمشاعر، كما أن وسيلة الاتصال هي المخ الذي يترجم الأفكار والمشاعر ويفسرها، وهو نفسه الذي يصدر رجع الصدى عندما يقلّب المرء الأفكار والمشاعر فيقبل بعضها ويرفض البعض الآخر أو يستبدلها بغيرها.

ويتأثر الاتصال الذاتي بالاتصال مع الآخرين حيث يبدو المرء مطمئناً أو منزعجاً من علاقاته بالآخرين حسب حسن هذه العلاقات أو سوءها. ويترجم هذا من خلال الاتصال الذاتي بالتفكير فيما حدث من لحظات سعيدة أو مشكلات نتج عنها خصام أو توتر في العلاقة مع الآخرين.

(٢) الاتصال الشخصي (Interpersonal Communication) :

يحدث الاتصال الشخصي حينما يتصل اثنان أو أكثر مع بعضهم البعض عادة في جو غير رسمي، لتبادل المعلومات ولحل المشكلات ولتحديد التصورات عن النفس والآخرين. ويشمل الاتصال الشخصي نوعين رئيسيين هما: الاتصال الثنائي والاتصال في مجموعات صغيرة.

ويشمل الاتصال الثنائي (dyadic) عادة المحادثة بين شخصين كما يحصل بين الأصدقاء. و في هذا الإطار يرسل ويستقبل كل من الاثني رسائل من خلال اللغة اللفظية واللغة غير اللفظية معتمداً على الصوت والرؤية في نقل هذه الرسائل. وهنا يتحقق للمتصل أكبر قدر من التفاعل ورجع الصدى، كما يقل التشويش نظراً لمعرفة كل طرف منهما بظروف الاتصال ولديه الفرصة للتأكد من وصول الرسالة وفهمها كما يريد.

وفي الاتصال من خلال المجموعات الصغيرة التي لا تتعدى أفراداً قلائل تتحقق للمشاركة فرصة الاتصال والتفاعل مع أعضاء المجموعة. ونظراً لوجود مجموعة من المرسلين والمستقبلين في آن واحد، فإن عملية الاتصال تصبح أكثر تعقيداً من الاتصال الثنائي، كما تزيد فرصة الارتباك وعدم الوضوح وزيادة التشويش على الرسائل.

٣) الاتصال الجمعي (Group Communication) :

في الاتصال الجمعي تنتقل الرسالة من شخص واحد (متحدث) إلى عدد من الأفراد يستمعون، وهو ما نسميه بالمحاضرة أو الحديث العام أو الخطبة أو الكلمة العامة. ويحدث هذا عادة من خلال المحاضرات الدينية أو التوجيهية أو التجمعات الجماهيرية أو المظاهرات السياسية وكلمات الترحيب والتأبين، والحديث في الأماكن العامة إلى عدد قليل أو كثير من الناس.

وعادة ما يتميز الاتصال الجمعي بالصيغة الرسمية والالتزام بقواعد اللغة ووضوح الصوت. ولا يمكن غالباً للمستمعين أن يقاطعوا المتحدث، وإنما يمكنهم التعبير عن موافقتهم أو عدم موافقتهم (بالتصفيق أو هز الرأس، أو بالمقابل بالإعراض عنه أو إصدار أصوات تعبر عن عدم الرضا عن حديثه).

٤) الاتصال الجماهيري (Mass Media Communication) :

يحدث الاتصال الجماهيري من خلال الوسائل الإلكترونية كالإذاعة والتلفاز والأفلام والأشرطة المسموعة والإنترنت والصحف والمجلات والكتب. وتشمل وسائل الاتصال الجماهيري كذلك وسائط الاتصال المتعددة كالأقراص المضغوطة والأقراص المرئية ونحوها. وهذا يعني أن الرسالة يقصد بها الوصول إلى عدد غير محدود من الناس. ورغم كثرة استخدامنا لوسائل الاتصال الجماهيري إلا أن فرص التفاعل بين المرسل والمستقبل قليلة أو منعدمة في أكثر الأحيان.

ولقد مكنت الوسائل الإلكترونية الحديثة، مثل آلات التصوير الرقمية ووسائل البريد الإلكتروني والهاتف المرئي ونحوها، التواصل بين الناس على نطاق واسع متجاوزة الحدود الجغرافية والسياسية وموصلة بين الثقافات المختلفة.

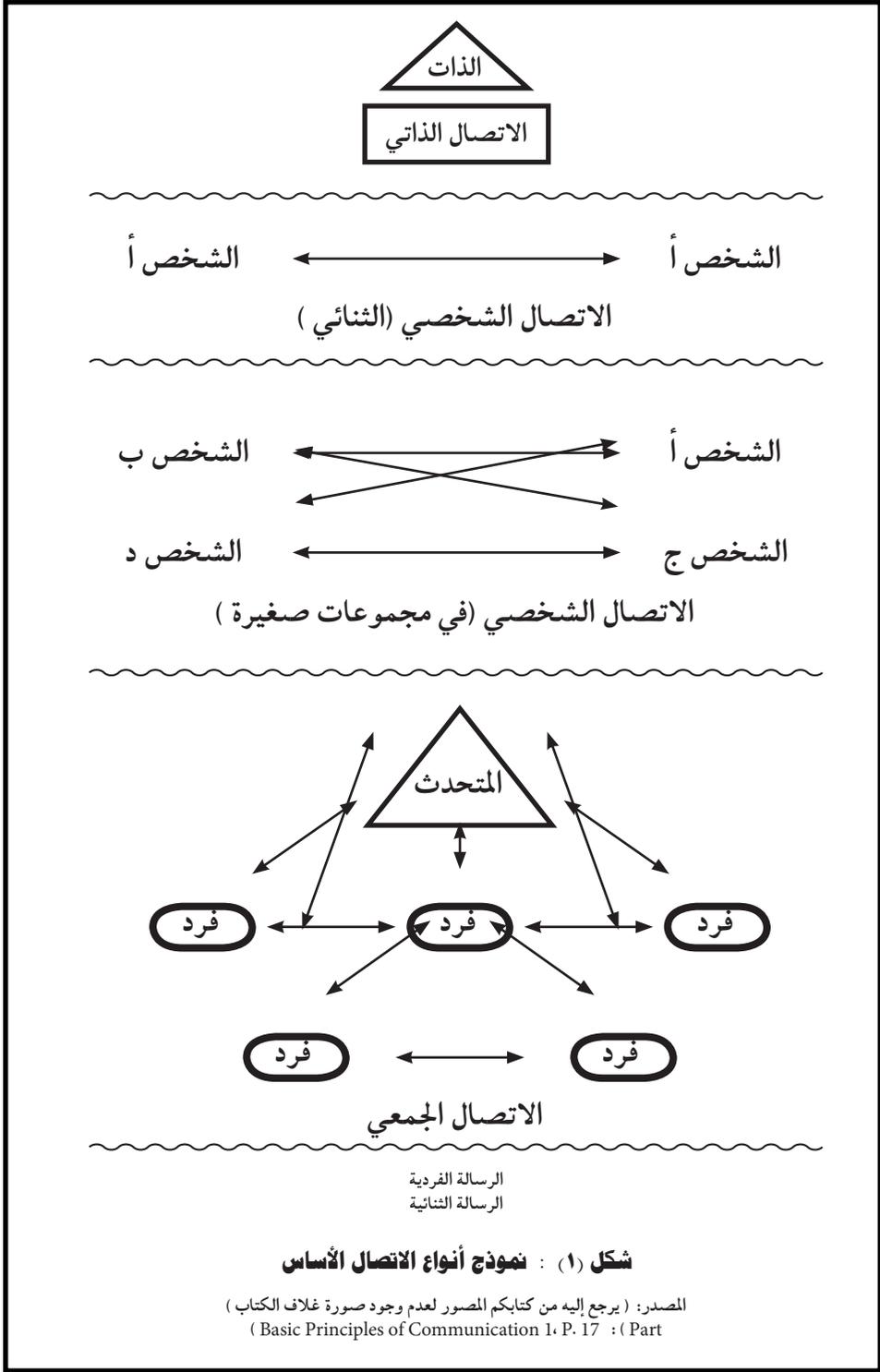
٥) الاتصال الثقافي (Intercultural Communication) :

الثقافة هي مجموع القيم والعادات والرموز اللفظية وغير اللفظية التي يشترك فيها جمع من الناس. وتتفاوت الثقافات فيما بينها في هذه القيم والعادات والرموز حسب تاريخ الشعوب وأوضاعها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، كما أن الثقافة الواحدة قد يكون بها أكثر من ثقافة صغرى. يشترك العرب مثلاً في ثقافة واحدة واسعة، ولكن كل بلد عربي له ثقافة مميزة، كما أن كل بلد قد يكون به أكثر من ثقافة صغرى تتميز بها عن بقية الثقافات الموجودة في ذلك البلد، وذلك رغم اشتراك هذه الثقافات في أمور جامعة ووجود اختلافات تكبر أو تصغر بينها.

ويحدث الاتصال الثقافي حينما يتصل شخص أو أكثر من ثقافة معينة بشخص أو أكثر من ثقافة أخرى. وحينئذ لابد أن يعي المتصل اختلاف العادات والقيم والأعراف وطرق التصرف المناسب. وإذا غاب هذا الوعي، فإنه سينتج عن الاتصال قدر من سوء الفهم. على سبيل المثال، لو أنك سرت في مكان عام

في الولايات المتحدة الأمريكية ممسكاً بيد صديقك فسيظن الغربيون أنكما من الجنس الثالث بينما لا يرى الناس في المملكة العربية السعودية ذلك عيباً، بل هو علامة على حميمية الصلة بينكما.

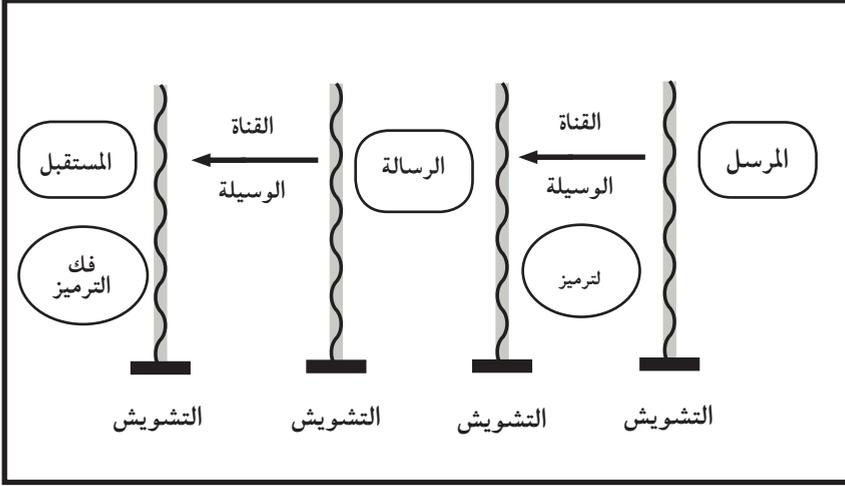
ويمثل الشكل التالي أنواع الاتصال الأربعة الأولى (الذاتي والشخصي والجمعي والجماهيري). أما الاتصال الثقافى فإنه قد يأتي على أي من هذه الأنواع.



رابعاً: نماذج الاتصال Communication Models

يمكننا وصف عملية الاتصال باستخدام النماذج التي تصور كيفية حدوث هذه العملية. والنموذج عبارة عن مبسط لعملية الاتصال يعرض على هيئة رسم أو شكل يبين عناصر الاتصال وتسلسلها والعلاقة بينها. والنماذج ذات فائدة كبرى لأنها تصور الموضوع المطروح بطريقة مرتبة توضح أبعاده بشكل مبسط. وفي هذا الإطار سنجد أن الباحثين قد طوروا ثلاثة نماذج رئيسة هي على النحو الآتي:

(أ) النموذج الخطي أو أحادي الاتجاه (Linear Model) :
قبل قرابة ستين عاماً نظر الباحثون إلى الاتصال على أنه أمر يفعله شخص لشخص آخر. وبهذا يشبه الاتصال إعطاء حقنة في الجسد: حيث يقوم المرسل بوضع أفكاره ومشاعره في رسالة، ثم يحقنها من خلال وسيلة معينة (حديث، رسم، كتابة ... إلخ) إلى مستقبل يقوم بنقل رموزها بطريقة تشبه ما أراده المرسل. وإذا ما قدر للرسالة أن تمضي من غير (تشويش) في خط واحد مستقيم فإنه قد كتب لها النجاح.
قد يبدو هذا النموذج يسيراً، ولكنه البداية لفهم عملية الاتصال. ويمكننا رؤية هذا النموذج من خلال الشكل التالي:



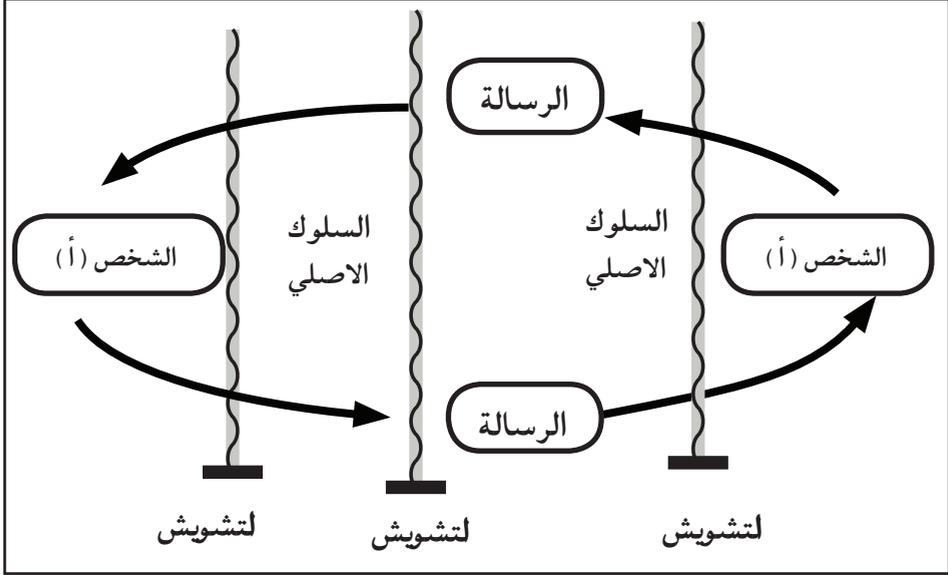
شكل ٢ نموذج الاتصال أحادي الاتجاه

المرسل قد يكون رجلاً أو امرأة، والمستقبل قد يكون أحدهما. وحينما يبدأ بالاتصال يختار رموزاً معينة (لغة لفظية مثل عبارة السلام عليكم، أو لغة غير لفظية مثل الإشارة باليد للتحية، وقد يكون بهما جميعاً، إضافة إلى ابتسامة من الوجه). هذه الرموز تمثل الرسالة التي ترسل للمستقبل الذي عليه أن يفك رموز الرسالة (يحللها ويفهمها) ليتحقق الاتصال. لاحظ أن هناك تشويشاً قد يحدث للرسالة، وهذا التشويش يشمل أموراً خارجية كأصوات لعب الأولاد أو مكيف الهواء أو رائحة الدخان في مكان مزدحم. هذا التشويش سيؤثر على الرسالة بكل تأكيد. ويشمل التشويش أموراً نفسية لكل من المرسل والمستقبل بحسب حاله من الرضا أو الغضب أو الموقع الاجتماعي الذي يفسر الرسالة على أنها من أعلى إلى أسفل أو العكس، وهكذا. ومن أنواع التشويش التشويش العضوي الذي يعني أن هناك عوامل بيولوجية تؤثر على الرسالة، مثل ضعف السمع أو المرض أو التعب البدني، وهكذا.

ب) النموذج التبادلي (أو ثنائي الاتجاه) (Interactive { Dual } Model)

النموذج ذو الاتجاه الواحد لتفسير عملية الاتصال سهل الفهم إلا أنه لا يعكس العملية الاتصالية بدقة. فمن ناحية لا يمكن القول بأن الاتصال يسير في اتجاه واحد (من المرسل إلى المستقبل)؛ إذ يسهل علينا أن نرى أن معظم حالات الاتصال - خاصة في الاتصال بين شخصين أو مجموعة صغيرة من الناس - تسير في اتجاهين. لقد كان النموذج السابق (ذو الاتجاه الواحد) يتجاهل رجوع الصدى ورد الفعل من المستقبل تجاه ما يستقبله من رسائل، ثم يقوم بإرسال رسائل، وهكذا يتحول من مستقبل إلى مرسل ثم إلى مستقبل في وقت قصير جداً، بل حتى في الوقت نفسه. يمكن لنا أن نتصور كيف يتفاعل شخص مع خبر عن زواج أحد أصدقائه، حيث يتفاعل المستقبل مع الخبر، وتظهر أسارير الفرح على وجهه حتى قبل إتمام الخبر، ثم يرسل رسالة لفظية مستفسراً عن وقت الزواج، فيأتيه الجواب سريعاً أنه كان ليلة البارحة، فيتحول الفرح إلى نوع من العتاب على عدم معرفته، وهكذا تتداخل الرسائل، ويصبح كل من الطرفين مرسلًا ومستقبلًا في آن واحد. بل حتى خلال استقبال الرسالة يقوم كل منا بتفسير الرسالة والتفكير بشأنها، وهذا ما يفسر اختلاف التفسيرات للرسالة الواحدة بين الناس.

ومن ناحية أخرى يفترض نموذج الاتجاه الواحد أن كل رسالة يجري ترميزها وفق رموزها، وأن هذه عملية تجري بوعي وعن قصد. ولكن الواقع أن كلاً من المرسل والمستقبل قد يرسلان رسائل دون وعي منهما، فلا يعيان ما يصدر عنهما من رموز غير لفظية كتعبيرات الوجه والإشارات ودرجة الصوت ونحوها، وقد يفوتهما فك الرموز (التفسير) للرسائل التي يرسلها المتحدث أو القائم بالاتصال. ومن هنا يكون من المناسب إبدال مسألة الترميز وفق الرموز بالسلوك الاتصالي الذي يشمل الأفعال القصدية وغير القصدية للاتصال.



شكل ٣- نموذج الاتصال التبادلي (في اتجاهين)

في هذا النموذج يقوم كل من الطرفين (الشخص أ والشخص ب) بالإرسال والاستقبال للرسائل. ولقد عبرنا عن قيامهما بالترميز وفك الرموز بالسلوك الاتصالي حيث يرسل الرسائل بقصد أو بدون قصد، ويفسر الرسائل ويفك رموزها وهو غير منتبه لها. وفي كلا الحالين نجد أن التشويش يصاحب مرحلة إرسال الرسائل واستقبالها مما يؤثر على كفاءة الاتصال وفعاليتها.

المصدر بتصرف يسير: Adler, Ronald B. and Lawrence B. Rosenfeld and Neil Towne. Interplay: the Process of

Interpersonal Communication. Harcourt Brace College Publishers. 1995. Sixth Edition. P. 11

و كذلك: Dimbleby, Richard and Graeme Burton. More Than Words: An Introduction to

Communication. Routledge. New York 1998. P. 34

ج) نموذج الاتصال التفاعلي (Interactive Model) :

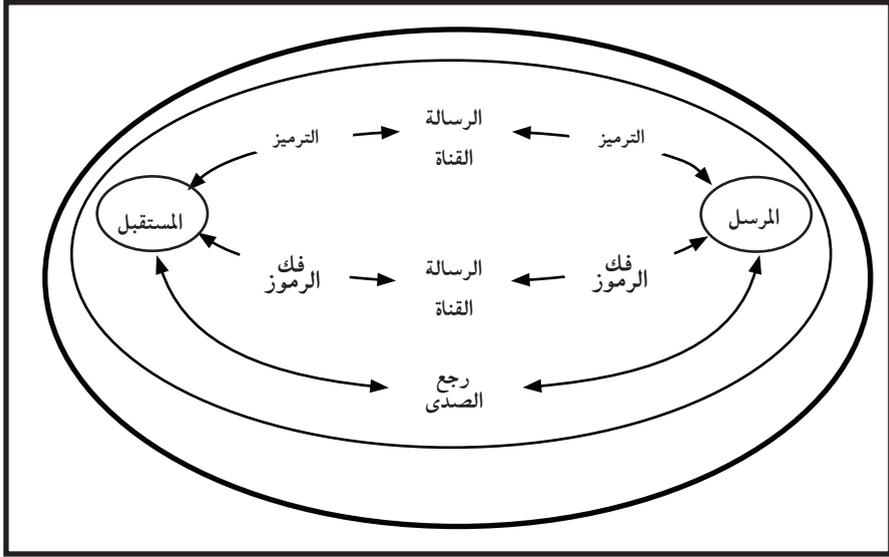
نظراً لأن عملية الاتصال معقدة أكثر مما نتصور فإن كلاً من النموذجين السابقين (ذي الاتجاه الواحد وذي الاتجاهين) يقصُر عن التفسير الكامل لهذه العملية. فالالاتصال يعتمد على البيئة التي يتم فيها سواء كانت بيئة مادية أو اجتماعية أو ثقافية. كما أنه يعتمد على العوامل النفسية والذاتية لكل من طرفي الاتصال.

ويحاول نموذج الاتصال التفاعلي أن يشمل كافة عناصر الاتصال الفاعلة كبيئة الاتصال، ورجع الصدى، وما سبق الاتصال، وما جاء بعده من سلوك اتصالي أو غيره. وهذه طبيعة العلاقات الاجتماعية، حيث إنها لا تنتهي، بل ينبني بعضها على بعض، فمدح أبيك لك على عمل قمت به هو نتاج أمور أخرى قمت بها وموقف إيجابي منك، وقد يكون العكس صحيحاً، وهكذا.

الطبيعة التفاعلية للاتصال تشرح لنا طبيعة التأثير المتبادل الذي يحدث عندما نتفاعل مع بعضنا البعض، لأن الاتصال ليس ما يفعله شخص لشخص ولكنه ما يفعله شخص مع شخص، فالالاتصال يعتمد على العلاقة مع الطرف الآخر، وكلما كان الطرف الآخر أكثر مهارة في الاتصال كانت فرص النجاح فيه أكبر.

ويشرح النموذج التالي هذه الطبيعة التفاعلية للاتصال التي تشمل التبادل بين

طرفي الاتصال والبيئة الاتصالية



شكل - ٤ نموذج الاتصال التفاعلي

خامساً: خصائص الاتصال Communication Characteristics

الاتصال عملية متشابكة العناصر حيث إنها تمتلئ بالرموز اللفظية وغير اللفظية التي يتبادلها المرسل (المرسلون) والمستقبل (المستقبلون) في ظل الخبرات الشخصية و الخلفيات والتصورات والثقافة السائدة لكل متصل. ولا يمكن أن يتطابق تفاعلان (خلال عملية الاتصال) تطابقاً تاماً لأن كل حالة اتصال فريدة ومستقلة بذاتها وظروفها وسياقها. ولذلك لا بد من معرفة خصائص الاتصال التي تعبر عن ديناميكيتها أو حركته النشطة التفاعلية الدائبة.

١- الاتصال عملية مستمرة (continuous process)

نظراً لأن الاتصال يشتمل على سلسلة من الأفعال التي ليس لها بداية أو نهاية محددة فإنها دائمة التغير والحركة. ولذلك يستحيل على المرء أن يمسك بأي اتصال ويوقفه ويقوم بدراسته، ولو أراد أن يفعل ذلك لتغير الاتصال. إن الاتصال لا يمكن إعادته تماماً كما هو لأنه مبني على علاقات متداخلة بين الناس وبيئات الاتصال والمهارات والمواقف والتجارب والمشاعر التي تعزز الاتصال في وقت محدد وبشكل محدد.

٢- الاتصال يشكل نظاماً متكاملأ (complete system)

يتكوّن الاتصال من وحدات متداخلة، وتعمل جميعاً حينما تتفاعل مع بعضها البعض من مرسل ومستقبل ورسائل ورجع صدى وبيئة اتصالية. وإذا ما غابت بعض العناصر أو لم تعمل بشكل جيد فإن الاتصال يتعطل أو يصبح بدون التأثير المطلوب.

٣- الاتصال تفاعلي وآني ومتغير : (interactive, timely and ever-changing)

الاتصال نشاط يبنى على التفاعل مع الآخرين حيث يقوم الشخص بالإرسال والاستقبال في الوقت نفسه. لا يمكن أن يتصل شخص بآخر ثم ينتظر الآخر حتى وصول الرسالة ثم يقوم بإرسال رسالة إليه أو يستجيب لرسالته. إننا عادة ما نرسل رسائل إلى الآخرين حتى قبل أن يكتمل إرسال رسائلهم إلينا. فمثلاً يحدثك شخص عن حصول حادث سير لصديق لكما، وإذا بك قبل أن يكمل قصة حدوث الحادث تظهر علامات الحزن عليك، وربما نزلت منك دموع ألم وهو مازال مستمراً في حديثه. وبالتالي يستجيب هو لتأثرك فيختصر القصة، وقد يبدأ بتطمينك عليه وأنه بخير. وهكذا تتداخل الرسائل وتتفاعل وتتغير بسرعة وأنية.

٤- الاتصال غير قابل للتراجع أو التبادلي غالباً (mostly irreversible)

إذا ما قدر لشخص أن يرغب في التراجع عن الاتصال بعد حدوثه، فإنه لا يمكنه ذلك. قد يستطيع التأسف أو الاعتذار أو إصلاح ما أفسده الاتصال أو حتى نسيان الاتصال. ولكن لا يمكن مسحه أو الظن بأنه لم يحدث. هناك بعض الاستثناءات مما يكون قد أعد للاتصال كرسالة كتبت، وقبل إرسالها إلى المرسل إليه يمكن إبقاؤها ولكن في حالات قليلة ومحدودة. وبما أن الاتصال لا يمكن التراجع عنه، فإنه يبنى على التفاعلات السابقة والتاريخ المشترك بين أطراف الاتصال. إذا اتصلت بأحد المطاعم عدة مرات للحصول على نوع معين من الطعام ولم تجده، فإنك غالباً لن تعيد الاتصال للغرض نفسه.

وكما أن التراجع عن الاتصال غير ممكن غالباً فإنه لا يمكن تباديه في كثير من الحالات خاصة في الاتصال الشخصي. إذا ما تبادى أحدنا الاتصال من جانب أصدقائه - مع رغبتهم فيه - فإن ذلك قد يؤدي إلى آثار سلبية على هذه الصداقة.

٥- الاتصال قد يكون قصدياً وقد لا يكون (Intentional or non-intentional)

هذا يتمثل في أربع حالات:

١- قد يرسل شخص إلى آخر رسالة بقصد ويستقبلها الآخر بقصد، وبالتالي فإن الاتصال يكون غالباً مؤثراً.

٢- وقد يرسل شخص رسالة بدون قصد لآخر يستقبلها عن قصد كمن يتتصت على محادثة خاصة بين اثنين.

٣- وقد يرسل شخص رسالة عن قصد إلى آخر غير منتهبه لها فلا يتفاعل معها.

٤- وقد يرسل شخصان رسائل ويستقبلانها دون قصد منهما بذلك، ويتمثل هذا بشكل كبير في الرسائل غير اللفظية كنوع ملابسنا ولونها ومظهرنا العام وملامحنا.

٦- الاتصال ذو أبعاد متعددة (multi-directional) :

برغم أن الإنسان يقوم بالاتصال بصفه مكثفة ويؤديه بعفوية إلا أن الاتصال له أهداف متعددة ومستويات متباينة من المعاني. قد تداعب أحد أصدقائك فتقول له: « يا أخي الحبيب لم أرك اليوم في المسجد. لا بد أنك أرهقت نفسك بالدراسة ليلة البارحة». في هذه الرسالة أكثر من هدف إذا أنك تريد أن تقول له إنك لم تصل مع الجماعة صلاة الفجر، كما أنك لست مجداً في دراستك ولا تسهر من أجلها، ولكنك توحى له بأنك تحبه بقولك: « يا أخي الحبيب».

كل الرسائل فيها على الأقل بعدان من المعاني: معنى ظاهر يبرز من خلال محتوى الرسالة، ومعنى باطن آخر تحدده طبيعة الصلة بين أطراف الاتصال كطريقة حديثك والتوكيد على بعض مقاطع الكلام وما يصاحب اللغة اللفظية من إيماءات وإشارات. فالاتصال يؤدي لنا وظائف متعددة، ونقوم به من أجل تحقيق أهداف نسعى إليها، فما هي أهداف الاتصال ومدى الحاجة إليه؟ هذا هو الموضوع التالي.

سادساً: أغراض الاتصال Communication Purposes

يحقق الناس مجموعة من الأغراض ويشبعون عدداً من الاحتياجات من خلال الاتصال، إلى جانب أن الاتصال بشكل فعال يوفر قدراً من المتعة والرضا عن النفس. وسواء كان الحديث مع شخص من بلد آخر أو مشاركة في مجموعة نقاش للبحث من حل مشكلة، أو كان محاولة إقناع الآخرين بعمل شيء معين من خلال خطبة مباشرة؛ فإن نجاح المرء في الاتصال يشعره بالسعادة والارتياح. ويتضح من خلال رصد أغراض الناس من الاتصال أنها تتركز حول تحقيق الذات والحاجات الشخصية وبناء العلاقات مع الآخرين. ويمكننا تقسيم المجالات الرئيسية لأهداف الناس في الاتصال إلى أربعة مجالات رئيسية:

١- الأغراض المتعلقة بالاستجابة للحاجات الشخصية (Self Needs Purposes):

وتشمل مجموعة من الأغراض على النحو الآتي:

(أ) البقاء والحفاظ على الحياة: (survival)

مهما كنا في مجتمع مستقر ينعم بالرخاء الاقتصادي فإن حاجتنا إلى الاتصال تتأكد للحفاظ على أبداننا وأرواحنا. إننا نتصل للحصول على الطعام والمسكن والدواء (عند الحاجة) وتجنب الأخطار المحدقة بنا. بل لقد أثبتت الدراسات الحديثة أن الاتصال مهم لصحة الإنسان وأن غيابها يؤثر سلباً على هذه الصحة. فالسجناء مثلاً يفعلون المستحيل للحديث مع النزلاء الآخرين لمشاركتهم والتعرف على أساليب التواؤم مع حياة السجن، وكذلك يفعل الجنود في الحرب ورجال الشرطة في مواجهاتهم مع المجرمين ومخالفي القانون.

إن بناء العلاقات الشخصية من خلال الاتصال يؤدي إلى الحفاظ على صحة حياة الإنسان، كما أن غياب الاتصال يؤدي إلى الأمراض البدنية والنفسية بفعل الضغط والقلق والوحدة والعزلة الاجتماعية.

(ب) الحاجة إلى الأمان والشعور بالأطمئنان (sense of security)

مهما كانت حاجة الإنسان مادية، فإن حاجاته الروحية توازيها إن لم يكن أكثر. كل إنسان يحتاج إلى الشعور بالأمن والاستقرار في ذاته وعلى نفسه. إننا نشعر بحاجتنا إلى تقدير الآخرين وأننا مرغوب فينا من الناس.

وإذا كانت المقولة الشهيرة (ليس بالخبز وحده يحيا الإنسان) صحيحة فإنها أكثر صحة في مجال الاتصال حيث لا غنى لنا عنه لإبداء مشاعرنا وعواطفنا وأفكارنا تجاه الآخرين ومعرفة ما يرونه فينا وما يقولونه عنا.

(ج) الحاجة إلى الإقناع (persuasion) :

إننا نتصل من أجل إقناع الآخرين حتى يفكروا ويتصرفوا بالطريقة التي نفكر بها ونتصرف. نهدف في أحيان كثيرة إلى تغيير آراء الناس ومواقفهم وحضهم على قول شيء أو فعله. خذ مثلاً أحد أصدقائك حينما يريد إقناعك بتسليفه مبلغاً من المال أو بسفرك معه إلى أحد البلدان. وفي الاتصال الإقناعي قد يكون هناك قدر من لئى الذراع والضغط للحصول على ما نريد. ويمكننا رؤية ما يريد أصحاب السلع والخدمات التجارية أن يقنعونا به من خلال الإعلان والدعاية المستمرة لما يبيعون.

(د) ممارسة القوة والسيطرة على الآخرين (control) :

ربما كان هذا الغرض شبيهاً بالغرض السابق (الإقناع) إلا أنه يختلف

عنه في أننا نريد إخضاع الآخرين لسلطتنا بحيث لا يستطيعون فعل شيء مخالف. وعادة ما يقوم بهذا النوع من الاتصال الأشخاص الذين يتمتعون بمكانة اجتماعية أو معرفة أكثر من الآخرين أو أن لديهم أدوات اتصال ليست لدى غيرهم. يستطيع إنسان يملك معلومة مهمة أن يبتز شخصاً آخر بإفشاء السر أو نشر المعلومة المؤثرة على حياته وأمواره، وقد يريد منه مالاً أو خدمة محددة مقابل عدم نشر المعلومات مما يعد ممارسة للقوة والسيطرة عليه.

وتمثل الدعاية (من خلال السيطرة على المعلومات ووسائل الإعلام) مثلاً واضحاً لهذا النوع من الاتصال مثل ما كانت تمارسه ألمانيا النازية أو الاتحاد السوفيتي سابقاً أو ما تمارسه الولايات المتحدة أو بريطانيا وبعض الدول الغربية اليوم.

هـ (الإعانة على اتخاذ القرار (decision-making) :

ينخرط بعض المتصلين في الاتصال مع الآخرين من أجل البحث عن القرار المناسب تجاه تبني شيء معين أو سلوك محدد ن فكر في القيام به. ما هي الكلية المناسبة للدراسة ؟ ومن الزوجة المطلوبة للمستقبل ؟ وما الوظيفة المناسبة ؟ أمثلة لما يمكن أن يبحث عنه الشخص باتصاله مع الآخرين حيث يعينونه على الاختيار الأنسب في هذه المجالات. وفي هذا الصدد نبحث عن المعلومات والآراء ومواقف الآخرين وردود أفعالهم وعواقب القرارات التي يمكن أن نتخذها.

و (الحاجة إلى التوكيد (confirmation) :

قد نتخذ قراراً معيناً، ولكننا لا ندري هل نستمر في تنفيذه أو نميل إلى التراجع والتوقف. وهذا يعني أن الحاجة قائمة إلى التوكيد والاستمرار أو عدم التوكيد والانقطاع .

قد تقرر الانضمام إلى قسم التربية الخاصة للدراسة، ولكن واجهتك

تحديات وجدّت أمور ومعلومات لم تكن موجودة أثناء اتخاذ القرار. ولذلك تسعى إلى الحصول على مزيد من المعلومات والآراء والاستشارات في شأن البقاء في القسم أو تغييره من خلال الاتصال.

٢- الأغراض المتعلقة بالجوانب الاجتماعية (Social Needs Purposes)

يشتمل هذا الجزء على مجموعة من الأغراض على النحو التالي:

(أ) التعاون مع الآخرين (cooperation) :

هذا المجال يتيح لنا الاتصال بقصد التعاون مع الآخرين من خلال تكوين مجموعات اجتماعية ننتمي إليها. نحن أفراد في أسر وأعضاء في مجموعة من زملاء العمل أو الهواية أو الجوار أو الدراسة ... إلخ. إن الاتصال للتعاون وتلبية احتياجاتنا الاجتماعية والوظيفية هي من أكثر أهداف الاتصال حدوثاً وأهمية.

(ب) الحفاظ على المؤسسات القائمة والمجتمع (social maintenance) :

إننا نتصل من أجل الحفاظ على الأسرة والحي والقبيلة والشركة أو المؤسسة التي نعمل بها أو ننتمي إليها. وبقدر ما نحافظ على ذاتنا ونفسياتنا من الداخل فإننا نسعى (من خلال الاتصال) إلى الاستفادة من الكيانات الاجتماعية التي توجد في مجتمعاتنا والمؤسسات التي نتعامل معها كالمدارس والجامعات والمستشفيات والمصارف والأسواق وغيرها مما نحتاج إليه ونحافظ على بقائه لخدمة أهدافنا المشتركة مع الآخرين.

٣ . الأغراض المتعلقة بالجوانب الاقتصادية (Economic Needs) : (purposes)

وفي هذا الجانب هناك هدفان محددان:

(أ) الحصول على المعلومات (information seeking) :

نحن نتبادل المعلومات والأخبار مع الآخرين بشكل دائم وآني. إننا نبحث عن المعلومة في كل جانب من جوانب الحياة، وربما كان التصنيف الاقتصادي لهذا الغرض هو من أجل تحقيق المنافع لنا ودفع المضار عنا. نسأل موظف الخطوط الجوية عن موعد إقلاع الطائرة، ونستفسر عن مكان بيع الطعام الجيد، وهكذا. كما أننا نقرأ ونستمع إلى الأخبار في الصحافة والإذاعة ونشاهدها على التلفاز لأننا نريد أن نعرف ماذا يحصل من حولنا وما يحدث لغيرنا.

(ب) فهم العالم من حولنا (understanding our world) :

إننا نتصل من أجل أن نتلمس موقعنا في البيئة من حولنا وفهم العالم الذي نعيش فيه وكيف سيتفاعل مع أمور أربعة مهمة: ما نحمله من معتقدات، كيف ننظر إلى أنفسنا، طبيعة علاقاتنا بالآخرين، وما نظنه حقيقة وواقعاً. وهذه الأمور تحدد لنا الخريطة المادية والاجتماعية لما هو حولنا والعالم الداخلي في نفوسنا. يسأل الطفل الصغير عن مدى العلاقة الأسرية بينه وبين جدته لأمه، فهو إذن يريد فهم هذه الصلة والقرباة معها وكيف كانت أمه حلقة الوصل بينه وبين جدته. كما أننا نحاول أن نفهم الطبيعة الجغرافية للمملكة العربية السعودية وسبب اختلاف درجات الحرارة في بعض مناطقها. كما أننا نريد أن نفهم أمور ديننا وعلاقتنا بما يحدث في بعض بلاد العالم الإسلامي وواجبنا نحوها، أو لماذا تنصب دولة إسرائيل لنا العدا وتقتل وتدمر الأفراد والمنازل والممتلكات في فلسطين ولبنان وغيرها.

٤- الأغراض المتعلقة بجوانب التعبير عن النفس (Self Expressio Needs) :

هناك غرض واحد بارز تحت هذا التصنيف وهو أن الناس يقومون بالاتصال بقصد التعبير عن أمانيتهم ورؤيتهم للآخرين بطريقة مبدعة سواء أكان بالكلمات أو بالصور أو الأصوات أو أي صيغة أخرى. ويشمل هذا كثيراً من الأعمال الفنية والفنون التعبيرية من الشعر والقصص والرواية والخطابة والرسم والأعمال التشكيلية والتمثيلية.

كما يحصل التعبير عن الذات بطريقة لبس ملابس معينة والتصرف بشكل معين يعبر عن التعلق بشيء أو رأي أو رفضه بالمقابل. ويظهر ذلك لدى الشباب مثلاً في وضع قمصان تكتب عليها عبارات معينة أو من خلال تقليد موضحة سائدة في مكان آخر من العالم.

ومن خلال التعبير عن النفس قد نحقق في الخيال ما نعجز عنه في الواقع، وقد نعبر عن آمالنا وأمانينا وإحباطاتنا من خلال هذا المجال الاتصالي الحيوي في حياة الأفراد والمجتمعات والأمم.

سابعاً: بعض المفاهيم المغلوطة عن الاتصال Communication Misconceptions

هناك عدد من المفاهيم المغلوطة عن الاتصال مما يحول دون النظر بجدية إلى كيفية اتصالنا بالآخرين. فالإنسان لديه توجه طبيعي عندما يجد مشكلات تتعلق بنفسه (كالاتصال) أن يبحث عن الأخطاء لدى الآخرين دون أن ينظر إلى نفسه. وعندما يعي الواحد منا بوجود هذه الأفكار المغلوطة وأنها حقيقية فإن الفرصة كبيرة لدراسة الاتصال وتطوير مهارتنا الاتصالية وبنائها على أسس سليمة. والآن إلى هذه المفاهيم المغلوطة:

(١) الاتصال سيحل كافة المشكلات (communication will solve all problems)

يظن بعض الناس أن الاتصال هو الحل السحري لكل المشكلات. إن كثيراً من رجال الأعمال والسياسيين والدعاة والمصلحين والمستشارين وغيرهم يظنون أن جمع الأطراف المتخاصمة مثلاً وإنشاء الاتصال بينهم سيحل المشكلات. ومثال ذلك مشكلة الصراع الإسلامي الإسرائيلي في فلسطين المحتلة، حيث يظن كثير من السياسيين أن جمع الأطراف ليجلسوا على طاولة المفاوضات ويناقشوا المشكلة سيكون كافياً لحلها، أو أنه إذا كان هناك خصام بين زوجين فإن الاتصال سوف يحل الإشكال!

إن الاتصال هو قيام شخص بعملية إثارة فكرة في ذهن شخص آخر لحل مشكلة، وبناءً على ذلك فإن نجاح هذه العملية أو إيجادها مشكلة أخرى إنما يعتمد على الفكرة نفسها. ومثال ذلك أن تقول الأم لخادمتها إنها خادمة سيئة لا تحسن ترتيب أمور البيت، وفي ظلها أن هذا سيحل مشكلة سوء أداء الخادمة. ترى هل تم بذلك حل هذه المشكلة أم زادها تعقيداً؟ وهكذا نجد أن الاتصال وحده ليس حلاً للمشكلات دائماً، بل قد يكون سبباً في إيجاد مشكلات أخرى.

(٢) الكثير من الاتصال أفضل من القليل منه (more communication is better)

كلما زاد حديث الشخص نظر إليه الناس على أنه قام بأمر إيجابي. الناس ينظرون إلى الذين يتحدثون أكثر على أنهم أكثر كفاءة وقدرة على كسب الآخرين وأكثر جذباً وقوة وقيادة من غيرهم. ورغم أن الكثير منا قد لا يعترفون بهذا إلا أن الدراسات والملاحظات ما تزال تثبت هذا الفهم المغلوط. والسبب أن الناس قد يختلط عليهم الكم والكيف في الاتصال. مزيد من الاتصال السلبي يعني مزيداً من النتائج السلبية، فالمهم إذن هو محتوى الاتصال وليس كميته.

(٣) الاتصال شيء إيجابي دائماً (communication is always positive)

لو سألت مائة شخص عن قيمة الاتصال فسيقول لك ٩٩٪ منهم إنه أمر إيجابي، وهذا شيء شائع في المجتمعات المعاصرة. لا يمكن أن يقال إن الاتصال إيجابي أو سلبي ابتداءً. إنه مجرد وسيلة للتعبير والتفاهم من أجل مسايرة الأوضاع والمتغيرات في بيئتنا. يمكننا أن نأخذ السكن كمثل ، فهي آلة ووسيلة. إنها في يد المجرم وسيلة للشر قد يستخدمها للقتل، ولكنها أيضاً يمكن أن تكون آلة لتقطيع الطعام لإعداد وجبة شهية. الوسيلة هي الوسيلة، ولكن الأمر يتعلق بطريقة استخدامها سواء للأمر الحسن أو الأمور السيئة، والاتصال مجرد وسيلة لا ينبغي أن تأخذ أكثر من حقها من التقدير.

(٤) الكلمات التي نستخدمها تحمل معاني الاتصال (words carry meanings)

أكبر فهم مغلوط في الاتصال هو أن المعاني هي في الكلمات فقط. إذا فعلنا ذلك فسنقل من احتمال نجاحنا في الاتصال. قول الشيء لا يعني أن ذلك مساوٍ للاتصال بشأنه. وبالتالي فإننا إذا أرسلنا رسالة لفظية نظن أننا قد حملنا المعنى المقصود إلى مستقبل الرسالة. إن المعاني لا توجد في رؤوسنا، ولكن في رؤوس المستقبلين، وأقصى ما نفعله هو استثارة هذه المعاني لديهم. قدرتنا على استعمال الكلمات المناسبة إلى جانب الرموز غير اللفظية كتعبيرات الوجه وحركات الجسم والإشارات والإيماءات هو ما يميز الاتصال الإنساني. الكلمات ليست

هي التي تحمل المعاني، ولكن الناس هم الذين يحملونها. ولذلك تجد الشيء الواحد يعني أشياء متعددة بعدد الأشخاص الذين يعبرون عنه. إن نجاح الاتصال يعتمد على درجة المعنى المشترك للرموز اللفظية (الكلمات) والرموز غير اللفظية. الكلمات المستعملة في ثقافة معينة قد تحمل معاني متقاربة، ولكن لا يمكن أن يتفق اثنان حول معنى واحد تماماً لكل الكلمات لأن لكل شخص خلفيته وخبراته الخاصة. وينبغي لدى انتقائنا الكلمات في خطابنا للآخرين (وكذلك الرموز غير اللفظية) أن نركز على معناها عند المتلقين، وليس كما نظنه نحن.

(٥) الاتصال قدرة طبيعية (communication is a natural ability)

من أكثر المفاهيم المغلوطة عن الاتصال أنه قدرة تأتي إلينا طبيعياً « أي تولد معنا ». ويبدو أثر هذا الفهم المغلوط في ظاهرة ضعف القدرات والمهارات الاتصالية لدى طلابنا خصوصاً وأفراد مجتمعنا عموماً. ومن عجب أن مدارسنا وجامعاتنا ومراكزنا التدريبية لا تعير. في الجملة - هذا الأمر ما يستحق من العناية والتدريب. قد تحوي مناهجنا مواد كالتعبير والقراءة وأحياناً الخطابة وفن الإلقاء، ولكن فهم عملية الاتصال يبقى أمراً غائباً. الاتصال مهارة لا تولد معنا، ولكنها تكتسب بالتعلم والمران المستمر متى ما كان لدينا القدرات الأساس للاتصال.

ثامناً: كفاءة الاتصال Communication Proficiency

مع اقتراب نهاية هذا الفصل يبرز السؤال المهم: كيف أستطيع أن أكون متصلاً بكفاءة وفعالية؟ وللإجابة عن هذا السؤال لا بد أن نفهم أهمية الاتصال ومكانته في حياتنا إلى جانب فهم عملية الاتصال وأنواعه وخصائصه. الكفاءة في الاتصال من أكبر الأمور التي شغلت الباحثين والعلماء في مجال الاتصال. وبحق فليس هناك إجابة محددة، ولكن هناك قدراً مهماً من المعلومات عن هذا الأمر:

أولها: أن الاتصال الماهر يرفع من درجة النجاح والرضا الذي يقوم به (Good communication will raise level of satisfaction). فمثلاً وجدت الدراسات أن نجاح الطلاب في الدراسة يرتبط إيجاباً بقدرتهم على الاتصال بكفاءة كما أن المتصل الجيد يترك انطباعاً حسناً لدى الآخرين.

ثانيها: ليس هناك أسلوب واحد مثالي أو فعال للاتصال.
(There is no effective way of communication)

من واقع خبرات الكثيرين منا سنجد أن بعض المتصلين الناجحين يستعملون النكتة ببراعة، كما أن بعضهم جاد بشكل واضح، وأن البعض يستخدم الكلمات بكثرة وبصوت مرتفع، بينما يفضل آخرون الأسلوب الهادئ المختصر. وهناك من يتخذ أسلوباً مباشراً في مقابل آخرين يفضلون الأسلوب الدبلوماسي في الخطاب. فهناك حاجة للمرونة في الاتصال لاتخاذ الأسلوب المناسب للحالة الاتصالية والجمهور المستهدف.

ثالثها: أن الكفاءة تعتمد في كل مرة على الطرف الاتصالي

(Proficiency of communication depends on context every time)

ولذلك تجد اختلافاً في الأسلوب المناسب من حال إلى حال. الاتصال الجيد ليس صفة لازمة ثابتة للشخص، ولكنه قدرة على التكيف مع الطرف واستخدام الأسلوب المناسب بما يتطلبه الحال. ولهذا قد نجد أشخاصاً ذوي كفاءة جيدة في مجالات محددة دون مجالات أخرى. وحتى هذا الشخص الكفاء في مجال معين يختلف أدائه من حالة إلى حالة.

رابعها: يحدث الاتصال الناجح حينما يرضى كافة أطرافه.

(Good communication takes place when all sides are satisfied)

حينما تقول ما تريد وتترك الطرف الآخر غير سعيد فإن هذا سيقبل من نجاحك. إذا رفضت طلباً من صديقك عند تقدمه لاستعارة سيارتك فإن صديقك سيعد ذلك إساءة إليه أو عدم تقدير له، وإن كان هذا الرفض سيحقق لك ما تريد. إذن هناك بعد اجتماعي متجدد في العلاقات الاجتماعية في الاتصال يؤثر على مدى كفاءة الاتصال عند مراعاة هذه العلاقات .

وعلى أي حال فلا ينبغي أن ننساق وراء النجاح الدائم الذي لا يتخلف حتى لا يصيبنا الإحباط. فليست كفاءة الاتصال تأتي بالضرورة بالنجاح. قد لا ينجح أكثر الأساليب مهارة في الاتصال بكفاءة، ويكفي المرء أن يحاول - بقدر ما يستطيع - إرضاء الآخرين وإشباع رغبتهم في الاتصال كما يرضى نفسه أيضاً.

تاسعاً: تمارينات على الاتصال الجيد Drills on Good communication

في نهاية هذا الفصل وبعد استعراض مكانة الاتصال وعناصره، وأنواعه، وخصائصه وأغراضه، ونماذجه، وكيفية الحصول على الكفاءة فيه، يحسن بنا أن ننظر إلى أنفسنا ونتلمس طريقة النجاح في مهارات الاتصال. إذا نجحت في الاتصال وشعرت بأن الطرف المستقبل قد فهم رسالتك كما أردت فهذا يدل على أنك قد وفقت في الاتصال. وإذا ما برزت لك مشكلات في فهم الرسالة مثلاً فعليك أن تسأل:

- ١- ما المشكلة في محتوى الرسالة اللفظية وغير اللفظية؟
- ٢- هل كانت الوسيلة المستخدمة هي الأفضل؟
- ٣- ماذا عن التشويش: هل حصل؟ وما مصدره؟

أكثر الناس لديهم قدر مناسب من مهارات الاتصال. لقد كنا وما نزال نقوم بالاتصال لفظياً وبغير ألفاظ طوال حياتنا، وربما مرت بنا حالات لم نكن فيها أكفاء في الاتصال. وباعتبارك مبتدئاً في دراسة الاتصال ننصحك بأن تسأل نفسك الأسئلة الأربعة الآتية:

- ١- ما هي المهارات الاتصالية التي أظن أنني أحتاج إليها؟

(What communication skills do I need ?)

عليك أن تسأل: ماذا أريد أن أفعل في حياتي؟ وماذا أحتاج من مهارات الاتصال لكي تساعدني؟ ما هي المهارات التي تظن أن عمك المستقبلية يتطلبها؟ هل هي الخطابة أم الكتابة أم إلقاء المحاضرات أم الاتصال الشخصي الثنائي أو في المجموعات الصغرى أم في مجال الإعلام الجماهيري (عبر الإذاعة أو التلفاز)؟

٢- ما هي المهارات الاتصالية التي تتقني ؟

(? What communication skills I am not good at)

ما هي أصعب المهارات بالنسبة لي ؟ هل هي الاتصال الشخصي ؟ الاتصال الجمعي ؟ أم الاتصال الجماهيري ؟ ماذا عن الاتصال الثقافى (مع آخرين من ثقافة أخرى) : هل تظن أنك لا تجرؤ على القيام به والنجاح فيه ؟ وماذا عليك أن تفعل قبل أن تتجح في هذه المجالات التي تتقنك ؟

٣- كيف أتدرب على المهارات الاتصالية ؟

(?How do I get trained in communication skills)

هل هناك مراكز للتدريب ؟ أو مواد أخرى في الجامعة يمكن أن أسجل فيها للحصول على مزيد من التدريب في الفصل الدراسي ؟

٤- ماذا عن الجدول الزمني المناسب لحصولي على هذه المهارات

(?What is the appropriate schedule for me to get these skills)

ماذا علي أن أفعل لتقدير المدة المعقولة للتدريب ؟ (تذكر أن العادات القديمة تموت ببطء، كما أن تعلم مهارات جديدة يأخذ وقتاً مناسباً [عدة أشهر أو ربما سنوات]، وهذا كله يعتمد على رغبتك وسرعة تعلمك). فالأمر كله يتوقف على استعدادك ورغبتك وجهدك ووقتك، فكلما كان نصيبك من هذه الأمور ووفيراً كان نجاحك المتوقع كبيراً وسريعاً. دعاًؤنا لك بالتوفيق والسداد.

المراجع References

- Adler, Ronald B. and Lawrence B. Rosenfeld and Neil Towne. Interplay: the Process of Interpersonal Communication. USA: Harcourt Brace College Publishers, Sixth Edition, 1995.
- Bethami, A. Dobkin and Roger C. Pace. Communication in a Changing World . USA: Mc Graw Hill Higher Education, 2006 Edition.
- Dimpleby, Richard and Graeme Burton. More Than Words: An Introduction to Communication. New York: Routledge, Third Edition,1998.
- DeFleur, Melvin L. and Everette E. Dennis. Understanding Mass Communication. USA: Houghton and Mifflin Company, 1981.
- Mc Croskey, James C. and Lawrance R. Wheelless. Introduction to Human Communication. Bston,USA: Allyn and Bacon,Inc. , 1976.
- Seiler, William J. and Melissa L. Beall. Communication Making Connection. USA: Pearson Education Inc., Sixth Edition, 2005.