

المحاضرة السادسة: مراحل العملية الاتصالية

تمهيد:

تمر عملية الفعل الاتصالي المقصود والهادف بعدة مراحل ترتبط أساس بعناصر الاتصال وأهدافه وكذا سياقه النفسي والاجتماعي بثمانية مراحل تتسم بالترتيب والتناسق لتصل في النهاية إلى تحقيق الهدف من الاتصال، سنقوم بشرحها بشكل مبسط مدعمين اهم النظريات المركزة على كل مرحلة من المراحل كما يلي:

أولاً: مرحلة تكوين الرسالة : نظرية التصميم الاستراتيجي للرسالة (Strategic Message Design Theory)

يعتمد تشكيل الرسالة على الهدف منه وينبني على خصوصيات السياق ووضعية المستقبل وهذه المرحلة مهمة جدا في منظور جميع علماء الاتصال الحديث لاسيما نظرية التصميم الاستراتيجي للرسالة التي تفترض أن فعالية الرسالة تعتمد على التهيئة الاستراتيجية لمحتواها، أي أن المرسل يجب أن يخطط مسبقاً للرسالة بحيث تتوافق مع أهداف الاتصال والجمهور المستهدف. يكون المرسل على دراية بأساليب التأثير مثل الإقناع أو التوجيه ويعتمد على تكوين الرسالة وفقاً للغايات مما يزيد من فاعلية الرسالة. مثال: عند إعداد حملة إعلامية مثلاً للتوعية بالصحة النفسية، يحدد المرسل مسبقاً العبارات والصور الأكثر تأثيراً على الجمهور بناءً على الدراسات الاجتماعية حول ردود أفعالهم.

ثانياً: مرحلة التشفير - النظرية السيميائية (Semiotics Theory)

يتميز الاتصال العلمي الفعال عن غيره من الاتصالات التقليدية بتقنية التشفير المقصود والدقيق لمحتوى الرسالة وتعد النظرية السيميائية من أهم الأسس العلمية لفهم كيفية تحويل الأفكار إلى رموز ولغة (تشفير). تقوم النظرية السيميائية على دراسة "الإشارات مثل الكلمات والصور والأصوات وكيفية استخدام هذه الرموز لنقل المعنى. يؤكد العالم فرديناند دي سوسور أن المعنى في الاتصال يتم إنشاؤه من خلال علامات تربط "المدلول" (المفهوم) و"الدال" (الرمز أو الكلمة).

مثال: يستخدم خبراء الأشهار الرموز والصور المناسبة للسياق الثقافي ليتأكدوا أن الرسالة تصل بشكل صحيح إلى الجمهور المستهدف. مثال على ذلك هو استخدام ألوان دافئة في حملات الشتاء لإيصال شعور بالدفء، كما يستخدم السياسيون الأطفال لتبليغ رسائل التطمين والتهنئة .

ثالثاً: مرحلة اختيار الوسيلة - نظرية ثراء الوسيلة (Media Richness Theory)

اختيار الوسيلة مهم جدا في إيصال الرسالة بشكل واضح فاللقاءات تختلف عن النصوص وتختلف أيضا عن الصور ولذلك طور دافت ولينجل (Robert engel and Richard Daft) ، هذه النظرية التي تفترض أن وسائل الاتصال تختلف من حيث "ثرائها" أو قدرتها على نقل المعلومات المعقدة فالوسائل الأكثر ثراءً كاجتماعات وجهاً لوجه توفر إشارات متعددة مثل اللغة اللفظية والتعبيرات الوجيهة، بينما تكون الوسائل الأقل ثراءً (كالرسائل النصية أكثر ملاءمة للمعلومات البسيطة).

مثال: في بيئات العمل، تُستخدم المكالمات الهاتفية لمتابعة الأمور العادية، في حين تعقد الاجتماعات الشخصية لطرح الموضوعات الحساسة أو المعقدة.

رابعاً: مرحلة الإرسال - نموذج شانون ويفر للاتصال

Shannon and Weaver's Communication Model

عملية الإرسال تتحدد في شكل خطي وحيد الاتجاه أو في شكل ارجاعي كما سنتكلم عليه في المرحلة السابعة ولكن من وجهة نظر شانون وويفر فإنه يتم في شكل خطي وهذا خلال تطويره دراسة الاتصالات الهاتفية حيث عبر عن الاتصال كعملية خطية، فيتم إرسال الرسالة عبر قناة من المرسل إلى المستقبل. وقد ضمنا في نموذجهما مفهوم "التشويش"، الذي يمكن أن يشوه الرسالة أثناء الإرسال، سواء كان تشويشاً فيزيائياً (مثل الضوضاء) أو نفسياً (مثل تشتت الانتباه).

مثال عند إلقاء خطاب في مكان مزدحم تؤثر الضوضاء على جودة الإرسال ويحتاج المرسل لتكثيف صوته أو استخدام مكبر صوت للتغلب على التشويش.

خامساً: مرحلة الاستقبال - نظرية الانتباه (Attention Theory)

طريقة استقبال الرسائل تعتمد على الاهتمام والحاجة وهما أمران يمكن استغلالهما غالباً ولكن يصعب صناعتها في غالب الحالات ولذلك تقترح هذه النظرية أن انتباه المستقبل للرسالة يعتمد على عدة عوامل، منها مدى ارتباط الرسالة باهتماماته الشخصية وحالته العاطفية وقت الاستقبال. وتفترض النظرية أن مستوى الانتباه يحدد مدى استيعاب المستقبل للرسالة.

مثال: عند عرض إعلان تلفزيوني أثناء مباراة رياضية يكون انتباه الجمهور مشتتاً، ولذلك يجب أن يكون الإعلان قوياً وجذاباً لجذب الانتباه وتوصيل الرسالة في وقت قصير.

سادساً: مرحلة فك التشفير - نظرية التلقي (Reception Theory)

في المرحلة السابقة والتي تتكلم عن الاستقبال تتحكم بشكل مباشر في كيفية تفسير الرسالة من طرف المستقبل يسمى هذا التمثل لمحتوى الرسالة بفك التشفير وتذهب نظرية التلقي التي طورت في أبحاث الإعلام والاتصال إلى أن المتلقي يلعب دوراً كبيراً في تفسير الرسالة بناءً على خلفيته الثقافية وتجربته الشخصية. ووفقاً لهذه النظرية، يُعد المتلقي أكثر من مجرد مستلم فهو "مفسر" نشط للرسالة، وقد يخرج بمعنى مختلف عما قصده المرسل.

مثال: في التسويق الدولي، قد تفسر رموز معينة مثل الألوان أو الأشكال بطرق مختلفة بين الثقافات. فمثلاً اللون الأبيض يدل على الحداد في بعض الثقافات بينما يعني النقاء والسلام في أخرى.

سابعاً: مرحلة التغذية الراجعة - نظرية الاتصال ثنائي الاتجاه (Two-Way Communication Theory)

هذه النظرية تقترح أن الاتصال الفعال يتطلب من المرسل والمستقبل تبادل الأدوار بفعالية، التغذية الراجعة

تتيح للمرسل أن يعرف ردود فعل المستقبل، ويعدل رسالته إذا لزم الأمر. وبدونها، يصبح الاتصال أحادي الاتجاه مما يقلل من إمكانية تحسين الرسالة وتجنب سوء الفهم.

مثال: في هذه المحاضرة تعد التغذية الراجعة (مثل أسئلتكم وتفاعلكم) جزءاً حيوياً من العملية التعليمية. حيث تمكني من تعديل وتوضيح المعلومات بناءً على استيعابكم.

ثامناً: مرحلة التقييم والتأثير - نظرية التأثير الطويل الأمد (Long-Term Influence Theory) تستند هذه النظرية إلى أن بعض الرسائل لا تؤثر على المستقبل فوراً، بل تمتد آثارها على المدى البعيد، هذه النظرية مهمة بشكل خاص في مجالات الاتصال التي تهدف إلى تغيير السلوكيات أو الاتجاهات بمرور الوقت. نظرية التأثير طويل الأمد في العلاج النفسي تركز نظرية التأثير طويل الأمد على أن التغيرات العميقة في السلوك والمعتقدات تستغرق وقتاً طويلاً لتظهر بشكل فعال. وتعتمد على التكرار والاستمرارية في العلاج لتحقيق نتائج مستدامة.