المبحث الخامس: الاتصالات

في حقل العمل –كما هو الحال في معظم حقول الحياة– يمكن للفكرة الأفضل على وجه الأرض أن تخفق، إذا لم يتم إيصالها بنجاح. فمقدار وضوحك وإقناعك عندما تستعرض معلوماتك أو تدلي بتوصياتك، إنما يتوقف بالدرجة الأولى على مقدار مهارتك في تحليل بياناتك، وعلى مدى الحساسية التي تتمتع بها عندما تلخص سيرورة أفعالك وتوصلها للآخرين.

والمنظمة وحدة فنية اجتماعية تتكون من مجموعة من الأدوار المتداخلة التي يلزم أداؤها لبلوغ أهداف محددة. والدور عبارة عن مجموعة من التوقعات التي يحملها الآخرون تجاه لاعب الدور، بالإضافة إلى توقعات الفرد عن نفسه. والتوقعات يتم تبادلها بين الأفراد بواسطة قنوات معينة، رسمية وغير رسمية. وتوجد شبكة معقدة من الاتصالات بين الأفراد بعضهم بعضا، وبينهم وبين رؤسائهم ومرؤوسيهم. وقد ينفق المديرون والأفراد أكثر من ثلثي وقتهم في الاتصالات مع الآخرين. فالاتصالات إذن؟

مفهوم الاتصالات:

إن عملية الاتصال تعني "نقل معلومات أو بيانات أو حقائق أو أفكار أو آراء أو استفسارات أو شكاوى أو رغبات أو مواقف أو اتجاهات أو وجهات نظر أو أوامر أو تعليمات، من شخص (مصدر الرسالة) إلى شخص آخر (مستقبل الرسالة)، أو مجموعة أشخاص، باستخدام وسيلة معينة للاتصال[1]"، ويعرّفها الدكتور علي عبد الوهاب، بأنها عبارة عن "رسالة من شخص (المرسل) أو مجموعة أشخاص، إلى شخص (المستقبل) أو أشخاص آخرين، وتحتوي هذه الرسالة على بيانات معينة (خبر، أمر، حكاية، شكوى، إحصائي، ...)، ويقابل الرسالة ردّ يتضمن إجابة المستقبل أو المستلم لهذه الرسالة[2]".

ويعرفه هوفلاند بأنه "العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد القائم بالاتصال (مثيرات) رموز لغوية في الغالب بهدف تعديل سلوك الآخرين مستقبلي الرسالة[3]"

---

[1] د. القحطاني، محمد بن دليم. مرجع سابق، ص230

[2] د. عبد الوهاب، علي. (2000). استراتيجيات التحفيز الفعال، دار التوزيع والنشر الإسلامية، مصر، ص105

[3] د. عكاشة، محمود فتحي. (1997). مدخل إلى علم النفس الاجتماعي، مطبعة بل برنت للطباعة والتصوير، القاهرة، ص257

ويمكننا تعريف الاتصال باختصار، بأنه عملية "التبادلات الهادفة للمعلومات والبيانات بين طرفين"

عناصر الاتصال[4]:

يرسل المصدر في عملية الاتصال رسالة إلى المستقبل، أو إلى جمهوره المستهدف، مثيرا بذلك رداً من المستقبل أو الجمهور. وبناء على هذا النموذج نجد أن هناك سبعة عناصر لعملية الاتصال، وهي:

أولا: المصدر: المرسل الذي يبادر بالاتصال، ويجب أن يكون ذا مصداقية.

ثانيا: الجمهور: أو المستقبل الذي سيتلقى الرسالة، ويجب هنا أن نحدد الجمهور ونتبين خصائصه بدقة قبل البدء بعملية الاتصال.

ثالثا: الهدف: ما ينبغي أن يكون واضحاً منذ البداية، وهو النتيجة التي نتطلع للوصول إليها.

رابعا: السياق أو البيئة: يحدث الاتصال في بيئة محددة، فكما يمكن له أن يتضمن جهدا يستهدف الوصول إلى شخص واحد بعينه، يمكنه أيضاً وبعملية مماثلة أن يستهدف الوصول للملايين، وبالتالي فإن عملية الاتصال قد تعني العمل ضمن بيئة ذات معايير ثقافية وتراثية محددة ومشتركة، سواء أكان المستهدف بعملية الاتصال فرد أو مجموعة.

خامسا: الرسالة: آخذاً بعين الاعتبار كمية المعلومات التي يحتاجها، ما هي الرسالة التي ستُحقق من خلالها هدفك مع جمهورك المحدد.

سادسا: الوسائط: إنه لأمر على قدر هام من الحساسية أن تختار واسطة إيصال رسالتك، وبتعبير آخر، أي واسطة من وسائط الاتصال ستحمل رسالتك لكل شريحة من الشرائح الهامة لجمهورك؟ وما هو الشكل الأكثر فعالية؟

ففي كثير من الأحيان تكون واسطة الاتصال هي الرسالة فمثلا: إرسال مذكرة إلى صاحب مكتب قد يعني إحجاما عن التحدّث معه وجها لوجه.

[4] سللي، ميشيل وماكجينت، ليندا. (2000). الاتصال والاتصال الإداري، ط1، دار الرضا للنشر، دمشق، ص63

سابعا: التغذية المرتجعة: إن الاتصال ليس مجرد فعل، بل إنه عملية. والرسالة الموجهة للمتلقي تثير رداً عنده يُدعى بالتغذية الراجعة، والتغذية الراجعة قد تتطلب رسالة أخرى من المرسل، إذ أنها تمكنه من معرفة أفضل لآلية تفكير جمهوره المستهدف، وبالتالي تطوير رسالته، وإدخال تعديلات عليها بما يناسب هذا الجمهور، ومن ثم معاودة إرسالها إليه بشكلها المعدل الجديد.

All Rights Reserved © Arab British Academy for Higher Education