

د. السعيد بومعيزة

أستاذ محاضر

قسم علوم الإعلام والاتصال

جامعة الجزائر

لقد تزايدت أهمية الاتصال إلى حد اعتباره الوسيلة المثلى والأبجع لحل المشاكل وفض الترامات عن طريق الإقناع من أجل تحقيق التفاهم والانسجام فيما بين الناس. كما أصبح الاتصال أداة تسيير بدون منازع في الماناجمنت الحديث وتسيير المجتمع أيضا. وفي الوقت الذي تطورت فيه تكنولوجيات الاتصال الحديثة كمّا وكيفاً بشكل لم يسبق له مثيل وما توفره من إمكانات الاتصال ونشر المعلومات والمعارف، تمت إعادة اكتشاف أهمية الاتصال الشخصي والدور الذي يلعبه في الحياة الاجتماعية بصفة عامة وتسيير الموارد البشرية بصفة خاصة. وبالتالي، أصبحت معظم المؤسسات الحديثة المختلفة تخصص مكانة لائقة للاتصال في منظماتها أو مقررات للتعليم والتدريب، وهذا وعيا منها بأهمية الاتصال ودوره في تفعيل مختلف النشاطات من خلال ربح الوقت واقتصاد الجهد والأموال.

والاتصال، أساسا، هو عملية تفاعل وتبادل للرموز بين فرد وآخر أو آخرين. فهو الإقناع، وإقناع هو استعمال الحجة والمصادقية والإغراء والمظهر الجذاب وتوظيف أدوات تقنية وبلاغية، والإقناع هو التأثير، والتأثير هو تغيير

الآراء والاتجاهات والسلوكيات، وهذا يعني ممارسة السلطة على الناس. كما أن الاتصال هو لعبة و دراما⁽¹⁾ يمارسهما الفرد يوميا في تفاعلاته الاجتماعية.

ومن بين الميادين الرئيسة للاتصال هو ميدان الاتصال الشخصي الذي يتم في ووضعية الوجه لوجه (face à face)، ويشكل المرجعية الأساس في الدراسات حول الاتصال، والرموز التي يتم التفاعل بها في وضعية الاتصال الشخصي قد تكون رقمية (signes digitaux) وقد تكون تناظرية (signes analogiques).

ويقضي الشخص حوالي 70% من وقته في الاتصال، تارة مرسلا، وتارة أخرى متلقي. ويتحدث الإنسان العادي من 10 إلى 11 دقيقة في اليوم وأن الجملة العادية تحتاج إلى 25 ثانية، لكن هذا في المجتمعات الغربية، و لكن قد يختلف الأمر في مجتمعات أخرى، خاصة تلك التي تعتمد أكثر على اللغة غير اللفظية في اتصالاتها، مثل حال الجزائر في عمومها. وأن أكثر من 65% من الاتصال يتم بدون كلام، أي بلغة غير لفظية. والقناة الصامتة تستعمل للتعبير عن الاتجاهات الداخلية وتعوض في بعض الحالات الرسائل الكلامية. ولقد قسم الباحثون التأثير الكلي للرسالة إلى حوالي 7% ناطق (معاني الكلمات فقط) و38% صوتي (أي نغمة الصوت وارتفاعه وانخفاضه وأصوات أخرى) و55% صامت (حركات الجسم) - انظر مقال د. مخلوف بوكرواح في هذا العدد. وأن الجزء الكلامي من محادثة مواجهة يساوي أقل من 35%.

وينقسم الاتصال الشخصي إلى قسمين:

- الاتصال اللفظي (communication verbale) الذي يعتمد على اللغة المنطوقة واللغة المكتوبة؛

إن جميع الاتصالات اليومية سواء في الحياة الشخصية أو في الحياة المهنية تتم في سياقات محددة، بعضها يكون مواتيا وبالتالي ينجح الاتصال، وبعضها الآخر يكون غير موات ويتسبب في فشل الاتصال. إذن من المفيد أن نوضح المقصود بالسياق في مجال الاتصال، والذي يعتبر حقيقة إشكالية معقدة يصعب تفكيكها أحيانا.

ومصطلح السياق مستعمل كثيرا ويوظف استعماله وفق طريقتين رئيسيتين: أولا، يمكن أن يشير إلى الخصائص المباشرة والآتية للمحيط أو الوضعية الاجتماعية التي تحيط تفاعلا محددًا أو تبادلا اتصاليا؛ ثانيا، وبمعنى أكثر شمولية، يمكن استعماله لوصف تلك الظروف والشروط الاجتماعية والسياسية والتاريخية التي يتم، بداخلها، تعيين بعض الأفعال والعمليات والأحداث ويُضفى عليها المعنى.⁽³⁾

ويوظف مصطلح السياق، في كلتي الحالتين، لكي يوجه الانتباه إلى القوى غير المرئية بالضرورة، ورغم ذلك فهي حاسمة في تشكيل الحياة الاجتماعية وتنظيمها. من هذه الزاوية، يعرف (Benoit) السياق على أنه: "وضعية الاتصال التي يتفاعل فيها فرد أو عدة أفراد وتشمل لقطات التبادل وشبكات المعلومات. أو تحديدا، كمجموعة من الظروف التي تندرج فيها واقعة".⁽⁴⁾

إذن، فمجموعة الظروف هذه (السياق) هي التي ينبغي أن نكون واعين بها ونفهمها، لأن كل خاصية من خصائص السياق تؤثر على الاتصال. على سبيل المثال، لا نستطيع فهم سلوكيات فرد معين بالاعتماد على شخصيته

- والاتصال غير اللفظي (communication non verbale)، ويشمل عدة مجالات: المحاكاة (la mimique) والحركات (la kénisique) والحوارية (la proxémique) والشمية (l'olfactive) واللمس (la tactile) والهيئة (l'artefactuel) وصفات الشخص الفيزيائية (la caracterologie).

وفي الاتصال اليومي لا يوجد معنى دقيق في أية رسالة، فما يعنيه المرسل قد لا يكون نفس المعنى الذي يفهمه المتلقي، لأننا ننشئ المعاني وفق تجاربنا الشخصية وفهمنا الخاص. وفي الكثير من الأحيان المرسل يريد أن يقول شيئا (لفظيا أو غير لفظي أو كتابة) والمتلقي يفهم شيئا آخر، وهذا لا يعني أن الرسالة خاطئة أو تجانب الصواب، وإنما الحاصل هو أن المتلقي لم يفهمها، أو أساء فهمها، أو أولها في الاتجاه الذي لم يقصده المرسل.⁽²⁾ في كل هذه الحالات يفشل الاتصال، ولهذا يقال أن الرسالة متعددة المعاني؛ و تعددية معاني الرسالة يعتبر من الحواجز الهامة التي تقف في سبيل فهم الرسالة، وبالتالي فشل الاتصال، ولكن الرسالة ليست الحاجر الوحيد.

لأن فشل الاتصال يرجع أساسا إلى خلل في أحد عناصر العملية الاتصالية أو إلى السياق الذي يحدث فيه الاتصال. وإحدى الطرائق لتخطي هذه الحواجز وتحقيق الاتصال الفعال، تتمثل في محاولة فهم هذه الحواجز أولا، ثم محاولة تخطيها. وعليه، سنحاول التعرض في هذه الورقة إلى شرح المقصود بالسياق، الذي يعتبر من بين أهم حواجز الاتصال؛ ثم نتناول الحواجز التي يمكن أن تكون ناتجة عن كل عنصر من عناصر العملية الاتصالية، والتي هي: المرسل والرسالة والوسيلة والمتلقي.

وحسب، وإنما من الضروري دراسة وسطه والنسق الذي يضبط سلوكياته (التفاعلات والأسرة والمؤسسات والجماعات والمجتمع والثقافة) وهو السبيل الوحيد لفهم هذا الفرد فهما لا ثقا.

لكن فهم السياق يعتبر مسألة معقدة، كما سبقت الإشارة، ويحتاج إلى مهارات محددة لتخطي الحواجز التي يضعها أمام الاتصال، ويشمل ما يلي:

- **إطار المرجعية:** الذي يمثل نسق الأفكار والآراء والمعارف والمعايير والقيم والمهارات التي يشير إليها كل من المرسل والمتلقي.⁽⁵⁾ ويبدو إطار المرجعية مسلما به بالنسبة للمرسل كما للذين لهم نفس إطار المرجعية، لكن كلما اختلف إطار المرجعية بالنسبة للمشاركين في عملية الاتصال، إلا وشكل هذا الاختلاف حاجزا أمام الاتصال، وبالتالي فشله.

لأن الفكرة لا تشير بالضرورة إلى مرجعية متماثلة لكل من المرسل والمتلقي؛ فهذا يتوقف على التجربة ونسق القيم الذي يرجع إليه الأفراد. فنفس الكلمة يمكن أن تثير مشاعر مختلفة جدا تبعا للسن والمهنة والإقامة والأصل الاجتماعي والمستوى التعليمي لكل واحد.

- **المعايير:** المعيار هو قاعدة اجتماعية لاشعورية مقبولة من طرف الجماعة. وهو يحدد كفاءات إصدار الأحكام والقيام بأفعال. وتساهم كل الجماعات الاجتماعية، من خلال التبادلات التي تحدث بين الأعضاء، في تحديد قواعد الحياة المشتركة. وما يميز المعايير، أيضا، هو أن كل فرد يتبع هذه المعايير لكي لا يجلب إلى نفسه سخط الجماعة. وهي تمثل نسق مرجعية مشترك والذي يتدخل في جميع اتصالات أعضاء الجماعة وجعلها متطابقة.⁽⁶⁾

والمعيار الاجتماعي ليس بالضرورة الفعل الفعلي والسلوك المعياري، وليس فقط ذلك النمط من السلوك الأكثر حدوثا. لأن المصطلح يشير إلى

التوقع الاجتماعي حول السلوك "اللائق" و"الصحيح". فالمعايير تتضمن حضور الشرعية والقبول والعرف، وتكتسب المعايير عن طريق الاستدماج والتنشئة. وهي مفهوم أساس في النظام الاجتماعي.⁽⁷⁾

- **المقولات:** و تشير إلى التصنيف الاجتماعي للجماعات أو أناس معينين برموز هي في الغالب مبسطة ومعممة، التي تمثل، صراحة أو بصفة ضمنية، القيم والأحكام و الافتراضات المتعلقة بسلوكياتهم و خصائصهم و تاريخهم. وهي طريقة فرض بنية واستخلاص المعنى من الأحداث والأشياء و التجربة؛ وتركز على بعض الخصائص التحديدية المتماثلة أو السمات التمييزية، مقابل اختلافات عديدة أخرى. على العموم، تميل المقولات (stereotypes) إلى تحديد الناس، أو جماعات معينة، كمتشابهين في بعض النواحي: كملتزمين ببعض القيم ومدفوعين ببعض الأهداف المتشابهة ولهم شخصية مشتركة.⁽⁸⁾

وتمثل المقولات حواجز في سبيل الاتصال ويصعب تخطيها، في الكثير من الأحيان، وتحتاج إلى مهارات اتصالية خاصة لتصحيحها وإحداث التأثير المنشود، لأنها على صلة وطيدة بالمعتقدات الراسخة والترسبة بفعل أشكال التنشئة المختلفة.

- **الأحكام المسبقة:** في الواقع، الحكم المسبق هو رأي جاهز ومتكون مسبقا حول الشخص أو الوضعية أو الوسط. وقد يكون الحكم المسبق نتيجة المقولات، ولكنه أقل حدة. أيضا، هو موقف منحاز قبل مناقشة الموضوع، والأمر مقضي مسبقا بالنسبة لصاحبه. والحاجز الذي يمثله الحكم المسبق يتمثل في رفض الإصغاء إلى الآخر، مهما كانت آراؤه وأفكاره على صواب.

- **الإيديولوجية:** وهي ناتجة عن كل القيم والأفكار الشخصية التي يحملها الفرد بسبب التقاليد الثقافية، وهي أيضا الأفكار والقيم التي تشبع بها

■ نوعية المخاطبين أو الجمهور

تجدر الملاحظة، قبل أن نتعرض إلى الحواجز على مستوى كل عنصر من عناصر العملية الاتصالية، إلى أن ما نذكره من حواجز على مستوى المرسل ينطبق على المتلقي عندما يصبح مرسلا والعكس بالعكس، أي عندما يصبح المرسل متلقيا.

1- حواجز الاتصال على مستوى المرسل

- اتجاهات المرسل: إن اتجاهات المرسل نحو الناس بصفة عامة تؤثر على الاتصال، ويعبر المرسل عن هذه الاتجاهات بالأسلوب العام الذي يستعمله في الاتصال، ويمكن أن تكون من النوع الذي يعرقل الاتصال ولا ييسره. كأن يكون مولعا بالإسهاب في الكلام أو قليلا، أو عرّافا ومحتقرا، أو عيّابا ونزّاعا للشك وصعبا إرضاءه.⁽¹⁰⁾

- اتجاهات المرسل نحو المتلقي: وتشكّل أحاسيس التعاطف والكراهية التي تكون قد تولدت بسبب المعرفة المسبقة للمتلقي أو تظهر بفعل الحدس لحظة الاتصال. كما أن الفكرة التي يكونها المرسل عن المتلقي تؤثر على اتجاهاته، وقد تكون ناتجة عن المقولبات والأحكام المسبقة التي يحملها. كأن يعتبر المرسل المتلقي منافسا خطيرا، أو غير جدير بالثقة.

- المرتبة الاجتماعية للمرسل: وتشير إلى المسافة الاجتماعية التي تفصل بين المرسل والمتلقي، والتي توضحها المعايير الضمنية أو الصريحة لجماعة الانتماء والتي تلعب دورا في تشكيل الاتجاهات. وتتضح من خلال عبارات الاتصال اللفظية وغير اللفظية والمكتوبة في العلاقات السلمية. وقد تؤدي المرتبة

الفرد على عدة مستويات: الدين والسياسة والأخلاق والتربية، مما يعطي للفرد نظرة خاصة حول العالم. وتشكل الإيديولوجية إحدى الصعوبات الأكثر أهمية في الاتصال، لأن الفرد المتشبع بإيديولوجية معينة يتشبث برؤيته الخاصة وكأنها الرؤية الوحيدة الصحيحة دون سواها. وبالتالي، يصبح الحوار، على سبيل المثال، في هذه الحالة يشبه حوار الطرشان، بعبارة أخرى عدم الاتصال.

بعد أن تعرضنا إلى أهم عناصر السياق التي يمكن أن تشكل حاجزا في طريق الاتصال الفعال، وقبل أن نتناول أهم الحواجز التي يمكن أن توجد على مستوى كل عنصر من عناصر العملية الاتصالية؛ من المفيد أن نشير إلى بعض الحواجز المادية المعروفة والتي تشكل عقبة أمام الاتصال.⁽⁹⁾

حواجز مادية:

- ضجيج يتطفل على الإشارة (صخب، خشخشة على خط الهاتف..)
- شوائب في الرسالة (نص غير واضح، إشارة غامضة)
- حيلة الخصم (رجل الصاعقة في شكل صخر)
- محدودية حسية (عماء أو صم جزئي أو كلي)
- تشبع جهاز التلقي (انبهار بالضوء، صوت مدوي)
- إشارة خارج النطاق (ما فوق الصوت أو مسافة بعيدة)
- تعب أو نعاس، أو عدم الرغبة في المعرفة (إزاحة المشكل جانبا)
- محدودية مجال التلقي (عاطفة هائجة أو التهاء)
- المكان غير مريح، إضاءة رديئة وتنظيم سيئ للطاولات والكراسي

والاكتضاض

- الزمان، وقت متأخر أو مبكر، وقت الأكل

الاجتماعية إلى توليد التخوف أو المشاعر السلبية وعدم التعاطف والاهتمام وغياب التראה والحقيقة.

كما يمكن أن تتمثل حواجز الاتصال على مستوى المرسل فيما يلي: (11)

- غياب المصداقية،
- التكلّف و التصنّع،
- التزعة العدوانية،

- عدم الاقتناع بما يقوله،

- عدم القدرة على الإغراء،

- عدم القدرة على استعمال الفكاهة،

- عدم القدرة على المحاجّة،

- عدم القدرة على تأويل اللغة الشبهية،

- وهم الاتصال،

- الاعتقاد بمعرفة الآخر،

- دافع التفوق على الآخر.

بالإضافة إلى ما سبق، يمكن أن تظهر الحواجز في طريق العملية الاتصالية

بسبب كيفية التعامل مع المعلومات وردود الفعل بشأنها على النحو التالي: (9)

تنظيم المعلومات

■ معرفة ناقصة عن الوضعية (معلومات غير كافية)

■ غياب معلومات الخلفية (عدم معرفة حول ماذا يتعلق الأمر)

■ تأويل ناقص للوضعية (نعتقد بأننا نفهم)

■ بطء الأخذ بعين الاعتبار (فهم متأخر)

■ عدم القدرة على التركيب (فوضى فكرية)

■ عدم القدرة على تمييز المهم (تقدير خاطئ لأسباب الظاهرة)

■ تبسيط أو تعقيد مفرط للوضعية (فهم سطحي للوضعية)

■ الاستهانة بالحالة الاستعجالية، و بالخطورة (لا نقدر العواقب)

■ رفض الأخذ بعين الاعتبار أو الهروب إلى الأمام (لا نريد أن نعرف)

تحضير الإجابة

■ ليس لدينا فكرة حول كيف يكون الرد (لا شرط انعكاسي ولا إجراءات)

■ احتقار كيفية الرد (الضرب بدل الضحك)

■ عدم القدرة على تصور الإجابة الأصلية (ن بقي على الاستراتيجيات

القديمة)

■ احتقار ردود الفعل المحتملة للخصم (سيكون متخوفا)

■ احتقار الموارد المتاحة للتصدي (لديه القوة أو يفتقدها للرد)

■ الاستهانة بعواقب الاستراتيجية المختارة (التسبب في صراع أكثر

عنفا)

■ توتر في الإجابة بفعل العاطفة (الكره الأعمى)

■ تحليل سيئ للهدف المنشود (مدى قصير أو بعيد)

■ البطء في تصور الإجابة (الآخر لديه كل الوقت)

■ الارتباك: الإجابة المتجزئة المتقطعة

تنفيذ الإجابة

■ التأخر أو التسرع في الفعل...

■ سوء التطبيق لتعليمات الخطة المتبعة

■ قلة التركيز أو الإرادة

■ عدم القدرة الفيزيقية على رد الفعل (أو هي غير قوية بما فيه الكفاية
أو غير دقيقة)

■ عدم صلاحية الأدوات المتاحة

■ صعوبة التأقلم مع الميدان ومع الظروف غير المرتقبة

■ عدم القدرة على الاستفادة من الفرص المتاحة

■ الإصرار على الوفاء لاستراتيجية، تثبت الوقائع فشلها

■ غياب المعلومات المرتدة حول ما يجري (نعمل في عماء)

■ عدم القدرة على تحويل الأخطاء المرتكبة (خطأ عدم الاستفادة من

الأخطاء)

2- حواجز على مستوى الرسالة

لا يتم تبليغ الرسالة بواسطة الوسائل اللفظية وحسب، وإنما تبليغ أيضا بواسطة إجراءات غير لفظية، مثل: الفضاء والوضعية والحركات ونغمة الصوت والنظرات. على العموم، يكون المخاطب أكثر إقناعا كلما تكلم بسرعة وبإسهاب وبوجه معبرٍ ومستعملا الابتسامات وإيماءات الرأس واتصال العيون والحركات وبعض التعبيرات الجسدية.

ولقد أشرنا سابقا إلى أنه لا يوجد معنى دقيق في الرسالة، بل في حالات كثيرة تكون الرسالة متعددة المعاني، وهذا يمكن أن يعرقل الاتصال الفعال. وقد يعود ذلك إلى عوامل عديدة. إذ أن في بعض الأحيان يجد المرء نفسه أمام طرق عدة لتأويل الرسالة ولكنه يقرر اختيار المعنى الملائم طبعا للوضعية الاتصالية السائدة. مثلا، إذا كان مزاج هذا الفرد سيئا فإنه سيلجأ، على الأرجح، إلى

تأويل الرسالة بصفة سلبية ويحاول حتى البحث عن المعنى الذي يعزز المواجهة.

لكن، من بين أهم هذه العوامل هو عامل الاختلاف في المدونة (code).

والمدونة هي ببساطة: نسق من الدوال (جمع دال - signe) محكومة بقواعد متفق عليها، بصفة ضمنية أو صريحة وتحمل معاني تنحدر من التجربة الثقافية المشتركة.⁽¹²⁾ مثل: اللغة والحركات والرموز، والدوال المستعملة من قبل المتفاعلين في وضعية اتصالية.

في هذا السياق، تشكل الرسالة حاجزا أمام الاتصال إذا كانت المدونات المستعملة من طرف المرسل أو المتلقي مختلفة، لأن ما يعنيه أحدهما لا يفهمه الآخر أو يسئ فهمه. من جهة أخرى، يمكن أن تظهر الحواجز على مستوى صياغة الرسالة إن كتابةً أو لفظيا، أي في حالة عدم احترام القاعدة الذهبية في صياغة الرسالة، وهي تتلخص في أربع نقاط رئيسة ومعروفة بـ: «la règle des quatre c : court, clair, cohérent, crédible».⁽¹³⁾

■ الإيجاز: غيابه يعني الاسترسال والإنشاء، والحشو والتكرار، ولكن

الأمر يتوقف، أيضا، على الوضعية الاتصالية وعلى الوسيلة المستعملة؛

■ الوضوح: غيابه يعني شروحات غامضة، أو غير دقيقة، أو معقدة، أو

غير كاملة، أو لغة متخصصة بإفراط، أو استعمال كلمات ذات المعنى المزدوج؛

■ الانسجام: ويعني التناغم بين ما يقوله المرسل وما ينتظره المتلقي،

غيابه يعني، أيضا، التناقض في الأفكار والآراء والتصريحات والأفعال، أو فرق

بين الرموز الرقمية والرموز التناظرية.

■ المصدقية: وتتوقف على محتوى الرسائل (الحقيقة والوقائع) وعلى

مرتبة المرسل (مؤسسته ومؤهلاته).

- بناء الحاجة غير ملائم: وهو متغير هام في الاتصال الفعال، فإذا لم يأخذ المرسل بعين الاعتبار خصائص المتلقي ويُكيّف بناء مخاطبته وفق الحجج المعروفة فذلك يؤدي إلى خلق حواجز أمام الاتصال. وعليه، ينبغي على المرسل أن يدرك متى يستعمل الحجة التي تضمن له الإقناع. تبعا للوضعية الاتصالية وخصائص المتلقي. إذ يمكن للمرسل أن يستعمل إحدى الحجج التي تعود إلى عهد اليونان القديمة وما زالت تستعمل في وقتنا الحالي وعلى النحو التالي: حجة المنطق (logos) مثل الأستاذ والخبير، وحجة النداء إلى الواجب (pathos) كالتّي يستعملها الرجل السياسي، وحجة النداء إلى الأخلاق (ethos) وهو ما يلاحظ في خطب الأئمة والمرشدين.

وكذلك، على المرسل أن يعرف متى يستعمل الحجج المؤيدة والحجج المعارضة أو كلاهما مع الاختلاف في الترتيب، كأن يبدأ بالحجج المؤيدة ثم الحجج المعارضة، أو العكس، وكل ذلك يتوقف على خصائص المخاطب. وعليه، فنوع الحاجة وبنائها قد يشكلان حاجزا أمام الاتصال إذا ما لم يحسن اختيار الحجة الملائمة للمخاطب. (14)

- وتيرة الإلقاء: إذا كانت وتيرة الإلقاء بطيئة فإنها تؤدي إلى فشل الإقناع، لأنه كلما كانت وتيرة الإلقاء سريعة، وفق النسبة المطلوبة وتبعا للغة المستعملة، إلا وكانت مقنعة أكثر، لأنه ينظر إلى صاحبها على أنه عارف لموضوعه وبالتالي أهلا للثقة والمصداقية.

- استعمال ضعيف للغة الشبهية (paralanguage): إذا كان الاتصال يتم في وضعية الوجه للوجه أو اتصالا وسائطيا، واللغة الشبهية (الحركات والنظرات والابتسامة والإيماءات ونبرات الصوت وتيرة الكلام، الخ..) لا تدعم اللغة اللفظية (الكلمات المنطوقة) فقد يؤدي ذلك إلى فشل الاتصال. لأن

الرموز الناظرية تصفي حيوية على التفاعل وتساهم في توضيح الأفكار وتغري المتلقي.

3- حواجز على مستوى الوسيلة

إن الوسيلة المختارة في سياق الاتصال الشخصي تنبئ المتلقي عن مقاصد المرسل، كما يمكن أن تعزز الرسالة أو تلغي أثرها، وبالتالي تصبح حاجزا أمام الاتصال. وتشمل الوسيلة في الاتصال الشخصي: اللغة والصوت والهواء والرؤية، والكتابة والورق الذي تكتب عليه الرسالة والخط الذي تكتب به وإشارات التنقيط كالمزدوجتين والأقواس.. الخ، في نص مكتوب. على سبيل المثال، الكتابة بخط رديء وعلى ورق غير جيد يعرض الرسالة إلى عدم الفهم أو إساءة الفهم؛ بالإضافة إلى الوسائط التكنولوجية المختلفة كالهاتف أو المحادثة الإلكترونية المكتوبة أو السمعية أو المرئية؛ وكذلك الاجتماعات والمقابلات.

ولكي لا تشكل الوسيلة حاجزا في طريق الاتصال الفعال، يجب احترام بعض المعايير الرئيسة في اختيار الوسيلة. وهي على النحو التالي: (15)

- الملاءمة (la pertinence): وتعني ما يتلاءم والخصائص السوسيو- النفسية والثقافية للمتلقي، لأن الملاءمة تجعله يتقبل الرسالة بصفة أفضل. واختيار الوسيلة مشروط ثقافيا، فالوسيلة التي قد تكون مستساغة في ثقافة معينة، قد تكون غير مستحبة في ثقافة أخرى. بمعنى آخر، ضرورة التمسك بالمعايير والقواعد الاجتماعية أثناء اختيار قناة الاتصال، متى نستعمل الهاتف، مثلا. فالكثير من الناس يفضلون أن تكون الرسالة الشخصية مكتوبة بخط اليد، لأن ذلك يدل على أن الشخص بذل جهدا خاصا، ولكن نفس الأعراف تقتضي أن تكون الرسالة المهنية معالجة بالحاسوب لأنها تعتبر رسمية أكثر. أيضا، تقتضي الملاءمة أن لا نطلب وظيفة

أو مقابلة رسمية عن طريق الهاتف أو الفاكس أو البريد الإلكتروني. وفي بعض
الوضعيات قد تختار وسيلة الاجتماع، لأنها أفضل من المذكرة الإدارية.

- الحضور الاجتماعي (La présence sociale): ويعني القناة التي تسمح
بالتبادل الفوري مثل: وضعية الوجه لوجه، والهاتف. فالناس تنظر إلى الوسائل
التي تحمل تلميحات غير لفظية على أنها أكثر دفئا واستشعارا بالمودة والمحبة،
فالوسائل الصوتية أكثر دفئا من الوسائل البصرية، والوسائل الشفوية أكثر
حميمية من الوسائل المكتوبة. وعليه، عندما يشعر المخاطب أو المتلقي بأن
الشخص هو الذي يسلم الرسالة وليس الوسيلة، فذلك يعني أن الوسيلة لها
حضور اجتماعي.

- ثراء الوسيلة (la richesse du canal): ويقصد به الوسيلة التي
تسمح برفع الصدى (feedback) مثل وضعية الوجه لوجه والهاتف
والاجتماع وفيديو المكتب والبريد الصوتي أو البريد الإلكتروني، حيث يستطيع
المخاطب أن يقرأ التلميحات غير اللفظية في المرسل: تعبيرات الوجه أو نبرات
الصوت. ومسألة رجوع الصدى في الاتصال مهم للغاية لأن المتفاعلين يراقبون
ردود الأفعال اتجاه رسائلهم من أجل معرفة مدى الأثر الذي تحدثه رسائلهم،
وربما تعديلها إن كانت هناك ضرورة.

- الفعالية (l'efficacité): وتعني قدرة الوسيلة على بلوغ الهدف الذي
سخرت من أجله. وتتمايز عن القدرة على التأثير (Efficiency)، أي مجموع
التأثيرات التي يحدثها فعل عامل ما. والفعالية لا تخص المرسل وإنما
المتلقي/المخاطب، بمعنى نختار الوسيلة التي تكون فعالة في إشباع رغبات
المخاطب وتلبية حاجاته، وهذا يساهم في نجاح الاتصال.

- اللغة: سواء كانت اللغة لفظية أو مكتوبة، فإن المتفاعلين يستعملونها
كوسيلة اتصال وفق سجلات محددة، تسمى اصطلاحاً: سجلات اللغة

(registres de langage)، وكل سجل لغة مرهون بالوضعية الاتصالية. مثلاً،
فمن لا تتوجه إلى المسؤول بنفس اللغة التي تتوجه بها إلى زميل. ولكي نُفهم
ينبغي أن تتوجه إلى المخاطب باللغة التي يفهمها، مع العلم أن المخاطب، لا
يبدل أي مجهود من أجل فهم المخاطب - إلا في وضعيات معينة، مثل: الاتصال
البيداغوجي والاتصال الطبي. وهناك أساليب ثلاث لسجلات اللغة: (16)

■ الأسلوب المدروس mode soutenu: كالتصوص الأدبية والقانونية
والمراسلات الرسمية؛

■ الأسلوب الجاري mode courant: كالاتصالات المكتوبة
والمحادثات العادية واللغة المستعملة في الإذاعة والتلفزيون؛

■ الأسلوب المؤلف mode familier: كالمحادثات اليومية العادية
والأدب الشعبي.

ويمكن أن تشكل اللغة المستعملة حاجز اتصال إذا لم يحسن اختيار
السجل الملائم للمخاطب/المتلقي أو المخاطبين/المتلقين. وفي الكثير من الأحيان
يفشل الاتصال لأن المرسل يستعمل سجل لغة لا يفهمه إلا هو أو أقلية فقط.

4- حواجز على مستوى المتلقي

نُذكر بما قلناه في البداية بأن ما أشرنا إليه بخصوص المرسل ينطبق على
المتلقي لأنه هو الآخر يصبح مرسلاً. وعليه، نعرض أهم الحواجز التي يمكن أن
توجد على مستوى المتلقي، وهي على النحو التالي: (17)

- التهايات ذهنية (distractions mentales): عدم الانتباه، مثلاً،

نشاط موازي؛

- تطوير رد الفعل أكثر من الإصغاء؛

- عادات إصغاء سيئة؛

- غياب التعاطف مع المرسل؛

- أحاسيس سلبية تجاه المرسل؛

- عدم الاهتمام؛

- تأويل متنوع للرسالة اللفظية وغير اللفظية؛

- غياب الحقيقة؛

- التخوّف بسبب المرتبة الاجتماعية للمرسل أو المكان أو الجمهور؛

- تصفية عناصر الرسالة؛ لا ينبغي أن نصغي إلى ما يتلاءم ومواقفنا

وأفكارنا وقيمنا وحسب، ونطرح جانبا كل ما يتعارض وتوجهاتنا. وإنما ينبغي

أن نصغي إلى جميع عناصر الرسالة ونحاول فهم حججها ومنطقها وقد نجد فيها

ما لم نكن نتوقعه؛

- العقلية المناقضة، وهي تحيّد المعلومات، أي الرسالة، كأن نبحث عن

نقاط الضعف في رسالة الآخر، ونظوّر وفقها حججنا بدون الإصغاء إلى الآخر،

والنتيجة: هي أننا نرفض أو نشوه محتوى الرسالة،

- سوء الفهم، وهو مجانبة الفهم، أي أن المعنى الذي يفهمه المتلقي ليس

هو ذلك الذي قصده المرسل؛

- وفرة المعلومات (لأن كثرة المعلومات تقتل المعلومات).

أيضا، يمكن أن نشير إلى حاجز غياب رجع الصدى (feedback) الذي

يكون عادة على مستوى المتلقي بالنسبة للقائم بالاتصال. و يعتبر رجع الصدى

عنصرا أساسيا في العملية الاتصالية. ويُعرّفه أحد الكتاب على أنه " كل شكل

من أشكال الاستعلام أو الإشارة أو المعلومات أو الإجابة، الذي يظهر انطلاقا

من نهاية العملية أو نتيجة لها وبالنسبة لمعيار مثالي معين مسبقا، ويعاد إرساله

تجاه أصل السلسلة العملية أو بدايتها (من هنا فكرة رجوع المعلومات) لضمان

الأصل وفق العواقب".⁽¹⁵⁾ ويمكن إبراز أهمية رجع الصدى في العملية الاتصالية

كما يلي:

■ شروط استغلال رجع الصدى من طرف المرسل:

- الانتباه المسبق للمتلقي وإلى ظروف التلقي؛

- الليونة وقابلية التكيف والقدرة على تعديل الإرسال أو الرسالة، وعلى

تغيير طريقته عوض أن يتشبث بها بدافع الأنفة والجهل والجمود والثقة المطلقة في

وضوح ما يقوله.

■ والآثار، عندما يتوفر الشرطان السابقان، هي (على المرسل):

- إدراك حواجز الاتصال،

- معرفة شخصية المتلقي ومستواه وقدراته،

- تكييف الرسائل (ومن ثم فعاليته الأكبر)،

- الإحساس المتزايد بإشارات رجع الصدى اللفظية وغير اللفظية.

■ الآثار على العلاقة بين المرسل والمتلقي في حالة القراءة الجيدة لرجع

الصدى:

- زيادة الأمان بالنسبة للمتلقي؛ وقلق أقل بالنسبة للمرسل والشك،

ورضا أكثر اتجاه العمل، و تعاطفا أكثر اتجاه المرسل،

- تكتيف الثقة ما بين المرسل و المتلقي،

- تسهيل الاتصالات البعدية جراء التعلّم المتبادل للمدونات والمعايير

والأدوار ونتيجة للإستقرار في العلاقة.

- تكتيف دوافع الاتصال عند الطرفين.

لقد حاولنا تقديم أهم حواجز الاتصال المتعلقة بسياق الاتصال وبكل عنصر من عناصر العملية الاتصالية، والتي كثيرا ما تمثل عقبة رئيسة في طريق الاتصال الفعال. وهي تحتاج إلى إدراكها وتعلمها لأنها لا تولد مع الإنسان، علاوة على أن تطبيقها و ممارستها في الحياة المهنية أو الخاصة عملية صعبة وتحتاج إلى تمارين يومية. أيضا، الصعوبة تكمن في تعودنا على سلوكيات اتصالية أصبحت جزء من شخصيتنا، والتخلي عنها يتطلب إرادة وعزيمة. ولكن، الشيء الواجب التوكيد عليه هو أن ما أشرنا إليه من حواجز مشروط ثقافيا، بمعنى آخر، تختلف الوضعيات الاتصالية باختلاف الثقافات، وعلينا أن نكون واعين بذلك.

المراجع

- 1- انظر عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال - نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003، صص. 71-100
- 2- انظر عبد الرحمن عزي، الفكر الاجتماعي المعاصر و الظاهرة الإعلامية الاتصالية - بعض الأبعاد الحضريّة، دار الأمة، الجزائر، 1995، صص. 19-52
- 3- Tim O'SULLIVAN et al, Key Concepts in Communication, METHUEN, London, 1983, p.53
- 4- Denis BENOIT, Information Communication: Théories et pratiques, Editions D'Organisation, Paris, p. 125
- 5- Roger MUCCIELLI, Communication et Réseaux de Communications, Les Editons ESF, Paris, p. 10
- 6- Alex Muccielli, L'Art d'Influencer, Armand Colin, Paris, 2000, p.27-29
- 7- Tim O'SULLIVAN et al, Key Concepts..., op.cit. p. 222-223
- 8- Michel FUSTIER , Communication : Exercice Pratiques de Communication, Editions d'Organisations, Paris,2002, pp. 285-302
- 9- Nicholas ABERCOME, Dictionary of Sociology, Penguin Books, London, 1984, p.145
- 10- Roger MUCCIELLI, op.cit. p. 11
- 11- Tim O'SULLIVAN et al, Key Concepts..., op.cit. p. 36-38
- 12- Michel FUSTIER, op. cit pp.286-288
- 13- Jean Marie COTTERET, Gouverner C'est Paraître, PUF, Paris, 1997, p.31-33
- 14- ج. ماك غاير «الأسس النظرية للحملات»، ترجمة السعيد بومعيزة، المجلة الجزائرية للاتصال، العددان: 11-12، جامعة الجزائر، 1990. ص.77
- 15- Stephanie A. CESTMYER et al, "Appropriateness and Effectiveness in Communication", in Journal of Communication, Summer, 1998, p. 28
- 16- V. PETIT et I. PRIOU, Communication, TECHNIPLUS, Paris , 1997, p.6
- 17- Roger Muccielli, op.cit, pp. 46-52.