

الإتصال الجماهيري

كلية المستقبل الجامعة

قسم الإعلام

المرحلة الأولى

م.م نهاد الحسيني

محاضرة رقم (3)

معوقات الاتصال

يقصد بمعوقات الاتصال جميع العوامل التي تؤثر سلباً ، أو تمنع عملية تبادل المعلومات أو المشاعر ما بين المرسل والمستقبل أو تلك التي تعطل وصولها ، أو تشوه معانيها كونها تقلل من كفاءة وفاعلية الإتصال، ومن أهم تلك المعوقات ما يأتي:

1. اللغة، خاصة عندما تكون غير واضحة أو غامضة وقد تشكل طريقة الإلقاء، النطق، والتلاعب بالمعاني عائقاً أمام وصول الرسالة الى المستقبل.
2. المعوقات النفسية كالخوف عند أحد الأطراف من الطرف الآخر وعدم الرغبة في الإتصال أو غياب الدافعية عند أحد الأطراف ومشكلة التعصب الأعمى والأنانية والرغبة في الإحتفاظ بالمعلومات، وتباين الإدراك بينهما وشعور أحدهما بأنه يعرف كل شيء.
3. المعوقات التنظيمية للإتصال: وتتمثل في عدم وجود خريطة تنظيمية واضحة، كقصور أنظمة وقنوات الإتصال، عدم وجود نظام للمعلومات.
4. معوقات ناتجة عن قنوات الإتصال المستخدمة، الناتج عن سوء إستخدام القنوات المتوفرة ومشكلة التشويش عليها أو طبيعة الإتصال المستخدمة.
5. المعوقات الثقافية والاجتماعية: وتتمثل في العادات والتقاليد أو طقوس الإتصال الواجب إتباعها والتخلف الثقافي عند أحد الأطراف.
6. التباين في المستوى والإدراك بين المرسل والمستقبل.
7. المعوقات الفنية التي تتصل بعملية إعداد الرسالة وإيصالها الى المستقبل.

8. إغلاق قنوات الإتصال أمام المتلقي وعدم السماح له بإبداء رأيه.

مستويات الإتصال

لقد بدأت العملية الإتصالية بأساليب وأشكال وطرائق بدائية بسيطة، ومن ثم تطورت تدريجياً مع تطور حياة الإنسان وتفكيره، فضلاً عن التطور التكنولوجي الذي يخطو خطوات هائلة وبشكل متسارع، إذ قدّم المختصون في مجال الإتصال والإعلام تصنيفات مختلفة للعملية الإتصالية مع الأخذ بنظر الإعتبار حجم الإتصال وأنواعه، لذا فقد صنفت مستويات الإتصال الى ما يأتي:

1. الإتصال الذاتي (Intrapersonal Communication):

هذا النوع من المستوى يتم بين الفرد ونفسه ويتعلق بتنظيم إدراكه وآرائه ومواقفه تجاه مختلف القضايا عن طريق إعادة تقويم والتعامل مع المعلومات والمواقف التي يتعرض لها.

2. الإتصال المواجهي (Face to Face Communication):

ويتم الإتصال في هذا الشكل سواء بين شخصين أم بين فرد وأشخاص آخرين وينقسم الى:
- الإتصال المباشر: ويتم بين فرد وآخر بصورة مباشرة من دون وسيط عن طريق الحياة والتعاملات اليومية.

— الإتصال بالجماعات الصغيرة: ويتم بين فرد وأشخاص آخرين أو مجموعة صغيرة من الأفراد كالإجتماعات والنقاشات.

3. الإتصال الجمعي (Group Communication):

يجري هذا الشكل من الإتصال بين شخصين أو مجموعة من الأشخاص، ويكون مواجهياً، كالخطب والمحاضرات واللقاءات الجماعية ولقاءات أفراد الأسرة والندوات.

4. الإتصال الوسيطي (Medio Communication):

هو مستوى من التفاعل الإتصالي بين شخصين أو أكثر، ويستعين بوسيلة مادية مثل الهاتف أو التلفزيون أو الراديو، دون ان يؤلف المستقبل فيه جمهوراً، حيث يكون المستقبل فرداً أو مجموعة، ويعد حالة وسطى بين الإتصال الشخصي والإتصال الجماهيري، له بعضاً من صفات كل من المستويين.

5. الإتصال الجماهيري (Mass Communication):

وهو العملية التي تتم بإستخدام وسائل الإتصال الجماهيري، وتكون أعداد الجماهير التي يوجه اليها هذا النوع كبيراً ومتنوعاً وينتشر في مناطق مختلفة، فضلاً عن كونه (الجمهور) غير معروف من قبل القائم بالإتصال، وتشمل وسائل الإتصال الجماهيري كل من الصحف والمجلات والكتب والسينما والراديو والتلفزيون.

ويرتبط هذا المستوى بمواقف التفاعل بين عدد كبير من الأشخاص، ويتجه عادة الى جمهور كبير قوامه أعداد من الأفراد غير المتجانسين، وغير المعروفين شخصياً بالنسبة الى المصدر، ويستعين هذا المستوى الإتصالي بوسائل إتصالية.

ويتخذ الإتصال الجماهيري إتجاهاً واحداً من المصدر الى المستقبلين، إذ لا يتحول المصدر الى مستقبل كما هو الحال في الإتصال الشخصي، والإتصال الجماهيري أكثر تعقيداً من الإتصال الشخصي، كونه يستلزم قيام منظمة بدور المرسل، كما أنه يتوجه الى عدد كبير من الناس، لا يعرف المصدر عنهم إلا القليل، ولا يستطيع تبين ردود أفعالهم بصورة مباشرة وآنية، بينما يتوجه الإتصال الشخصي الى فرد أو عدد محدود من الأفراد المعروفين للمصدر في الغالب.

ولكن أوجه التشابه بين الإتصاليين الشخصي والجماهيري أكثر بكثير من أوجه الاختلاف بينهما، إذ أنهما يواجهان معاً معوقات نفسية متشابهة، ويعتمدان معاً على الأسس النفسية للإقناع نفسها.

ويشارك الإتصال الجماهيري مع الإتصال الوسيطي في أنهما يتطلبان وسيطاً مادياً لنقل الرسالة لكن وسائل الإتصال الجماهيري محددة بالكتاب، والصحيفة، والراديو، والتلفزيون، والفلم السينمائي، والإنترنت، حين تكون هذه الوسائط ذات صفة جماهيرية، ولكن هذه الوسائط أحياناً تستخدم إستخدامات خاصة وعلى نطاق تفاعل لا يصل الى مستوى الصفة الجماهيرية، كما هو الحال في إستخدام هذه الوسائل في التوجه الى جماعات معينة، يضاف الى ذلك أن الإتصال الوسيطي يمكن أن يستعين بوسائل أخرى ليست في عداد الوسائل الجماهيرية كالهاتف أو مكبر الصوت.

ويتطلب الإتصال الجماهيري قنوات إحساس أقل مما هو الحال في الإتصال المواجهي، فإذا كان الإتصال المواجهي يتطلب الإستماع الى المرسل والنظر إليه والإنتباه له فإن إستقبال الرسالة الإتصالية عبر الراديو تتطلب إستماعاً ويتطلب التعرض للتلفزيون استماعاً ومشاهدة، دون أن تفرض متطلبات أخرى ترتبط بالموقف، لا سيما إن الإتصال الجماهيري يحرص على تقديم الوحدة الإتصالية مشهداً أو مسمعاً أو مادة صحفية في صيغ وأشكال تأخذ في الإعتبار سهولة إستقبالها دون بذل جهد عالٍ في الإنتباه أو عمليات الإدراك أو التفكير.

ويمضي الإتصال الجماهيري في إتجاه واحد، في الغالب من المرسل الى الجمهور، دون أن يستطيع المرسل الوقوف آنياً على رد فعل أفراد الجمهور، ودون أن يستطيع الجمهور التعبير عن نفسه لحظياً، أي التحول في داخل العملية نفسها من مستقبل الى مرسل، بينما تشكل عملية الإتصال الشخصي تبادلاً للأدوار في الإرسال والإستقبال، وبالتالي يمكن أن يكون التفاعل في شكل تعاون وصولاً الى نتائج فكرية مشتركة، ويتحقق في مثل الأحوال الأخذ والعطاء (الحوار).

ويتحقق الإتصال الجماهيري في أجواء إجتماعية معقدة تختلف عن أجواء التفاعل الإتصالي المباشر التي قد تلعب فيها العلاقة الشخصية دوراً مهماً في التصديق والفاعلية، لذا يوصف الإتصال الجماهيري بأنه لا شخصي، أي إن العلاقة الشخصية لا يظهر لها وجود واضح فيه.

وقد يواجه الإتصال الجماهيري التشويش الذي يتمثل في كل معوقات الإتصال بين المرسل والمستقبل والتي قد تحول دون وضوح الرسالة، فهناك تشويش ينجم عن نقل الرسالة عبر الوسيلة ويسمى تشويش القناة، وآخر قد ينجم عن الإستخدام اللغوي ويسمى التشويش في دلالات الإلفاظ، ويقود كلا النوعين الى تغيير في الرسالة أثناء الإنتقال، إذ إن تشويش القناة يشمل كل ما يسبب إضطراباً في سلامة النقل الطبيعي للرسالة الإتصالية عبر الوسيلة الجماهيرية مثل الأصوات التي تحدثها العوامل الجوية أو الكهربائية أو التداخل في موجات الراديو والتلفزيون، أو قد ينجم عن إستخدام حروف تالفة أو سقوط بعض الحروف عند طباعة الرسالة عند إستخدام الصحف كوسيلة إتصالية، الأمر الذي قد يتسبب في عدم وصول الرسالة كاملة الى الجمهور.