

عملية الاتصال (التواصل) الإرشادي

EXTENSION COMMUNICATION PROCESS

تعريف الاتصال (التواصل)

يعرف الاتصال بأنه العملية التي يتم عن طريقها انتقال فكرة أو معنى أو مفهوم أو إحساس أو اتجاه أو مهارة أو خبرة من طرف إلى آخر حتى تصبح مشتركة بينهما .

العناصر الأساسية في عملية الاتصال (التواصل) الإرشادي

1- المتصل أو المرسل The communication or Transmitter

هو الشخص الذي يرغب في الاتصال بغيره من الأفراد والجماعات ليؤثر فيهم، أو هو منظم المعلومات والأفكار والبيانات أو الرسالة الاتصالية، فوظيفة المرسل أن ينشئ الرسالة ثم يصوغها في كلمات أو حركات أو إشارات أو صور لكي ينقلها إلى الآخرين، والمرسل في الإرشاد الزراعي غالباً هو المرشد الزراعي.

سواء أكان المرسل شخصاً أو هيئة أو جماعة أو منشأة أو مؤسسة فإن عليه أن يكون ملماً برسالته وعارفاً بكيفية تصميمها بالطريقة التي تجذب انتباه المستقبل لها وتساعد على إدراكها حتى يضمن بهذا نجاح عملية الاتصال .

صفات المرشد الناجح

- أن يتمتع بالتفكير السليم، والثقافة الواسعة، وسلامة اللغة ووضوحها، واللباقة في الحديث، والمهارة الاجتماعية في الحكم على المستمعين له .
- القدرة على شدّ انتباه المزارعين وإثارة حماسهم لموضوع الرسالة الاتصالية الإرشادية الزراعية، وعلى التفاعل معهم أثناء حديثه، وعلى إقناعهم.
- أن يتحلّى بالصدق والأمانة والتواضع والنزاهة، والثقة بالنفس والجرأة والحزم والثبات على المبدأ والاستقرار النفسي وضبط النفس والتحكم بانفعالاته، والحماس للرسالة الإرشادية التي يريد إبلاغها.
- أن يسمح للمستمع إليه بالكلام والمناقشة وردة الفعل، وألا يفرض عليه آرائه فرضاً، وأن يأخذ برأيه ويحترمه فيما يتمنى، وأن يجعله هو صاحب الفكرة ومبتدعها، ويثير العواطف الإنسانية النبيلة لديه.

2- المستقبل The Receiver

العنصر الثاني من عناصر عملية الاتصال هو المستقبل أو المرسل إليه أو المتلقي للمعلومات والبيانات أو الإشارات أو الرسائل الاتصالية، والمستقبل في مجال الاتصال الإرشادي هو المزارع الذي يعتبر مصبّ عملية الاتصال الإرشادي والمقصود بها، حيث يتوجه إليه المرشد الزراعي (المرسل) برسالته بقصد إشراكه بها وتعديل سلوك أو إثارة دافع أو اتجاه عنده، وقد يكون المستقبل فرداً أو جماعةً أو جمهوراً ونستخدم أحياناً بدلاً من المزارع أو المزارعين مصطلحات المرشد أو المسترشدين أو المستهدفين أو الجمهور المستهدف أو المتلقين

وأياً كان هذا المرشد فرداً أو جماعةً أو جمهوراً فإن تفهمه للرسالة الإرشادية تتم في ضوء خبراته السابقة وحاجاته، وكلما تشابهت خبراته مع خبرات المرشد الزراعي بموضوع الرسالة ازداد فهمه، وهناك أربعة احتمالات يمكن توقعها من المرشد في فهمه للرسالة الاتصالية الإرشادية الزراعية على النحو الآتي :

- فهم الرسالة الإرشادية فهماً كاملاً؛ بمعنى مشاركة المرشد الزراعي في الأفكار والإحساسات التي تنقلها الرسالة الإرشادية .
- فهم الرسالة فهماً غير كامل؛ كأن تفهم أجزاء منها دون أخرى .
- فهم الرسالة فهماً خاطئاً بسبب تفسيره لرموزها في ضوء خبرته غير المشابهة لخبرات المرشد الزراعي.
- عدم فهم الرسالة بسبب استخدام المرشد الزراعي رموزاً غير مألوفة للمرشد كأن يستخدم كلمات صعبة فوق المستوى اللغوي للمرشد .

ويعتمد احتمال تغير سلوك المزارع على مدى تفهمه للرسالة الاتصالية الإرشادية الزراعية، فإذا أمكنه فهمها فإن تغير سلوكه يكون كبيراً، هذا مع ضرورة التنبيه إلى أن هناك عوامل أخرى مثل المجال التي استقبلت فيه الرسالة، وحاجات المزارع وظروفه النفسية والصحية والاجتماعية والاقتصادية، ويجب أن تتوفر لديه الرغبة والانتباه والإنصات إلى ما يطرح عليه، والاستعداد لقبول من يخاطبه، والثقة بالنفس، كما لا بد أن تتوفر لديه مهارات التفكير والتفسير وإدراك العلاقات، فالمرشدين ذو الذكاء المنخفض يقتنعون بالمشاهدة أكثر من اقتناعهم بالكلمة المقروءة، أما الأذكياء فيتأثرون بالحجج العقلية المركبة .

ويلعب الاتجاه السابق للمرشد نصيباً وافراً في مدى اقتناعه بالاتجاهات الجديدة التي تحملها رسالة إرشادية معينة، فقد تبين أن الرسالة تكون أكثر فاعلية في المرشد الذي يحمل اتجاهاً مؤيداً منذ البداية نحو

الاتجاه الجديد أو المبتكر، وتكون الرسالة الإرشادية مؤثرة أيضاً عند ذوي الاتجاهات المحايدة، أما الشخص الذي يحمل منذ البداية اتجاهاً معارضاً فإن تأثيره يكون محدوداً.

3- الرسالة The Message

الركن الثالث الرئيسي في عملية الاتصال هي الرسالة المراد إيصالها إلى المستقبل، وتمثل حلقة اتصال بين المرسل (المرشد الزراعي) والمستقبل (المزارع)، وتعني المعارف والمبتكرات الزراعية والأفكار والمهارات والمشاعر والانفعالات والاتجاهات الجديدة التي يحاول المرشد نقلها ونشرها وتكييفها إلى المزارع وإشراكه فيها بغية التأثير على سلوكه وفقاً لمضمونها والأهداف المحددة لها، والهدف من أية رسالة إرشادية زراعية هو أن يقتنع المزارع بما جاء فيها ويتخذها معياراً لتحديد سلوكه وتصرفاته وفقاً لما بلغه من معلومات أو أفكار تكنولوجية مفيدة.

يتطلب نقل ونشر الرسالة صياغتها في كلمات أو صور أو حركات أو إشارات أو أية رموز أخرى لها معنى ودلالة لدى المتخاطبين الرئيسيين المرسل والمستقبل؛ أي قد تكون مكتوبة، أو تنقل بالكلمة المنطوقة على موجات الأثير، أو صور عبر التلفاز، أو تعبير حركي بالجسم أو الوجه، أو بإشارة خاصة، أو أي رمز آخر يمكن للمستقبل أن يفسره .

لكي تحقق الرسالة الاتصالية الإرشادية الغاية المرجوة منها فلا بد لها أن تكون بسيطة وواضحة ومفهومة للمسترشدين، ويكون محتواها مقنعاً جذاباً وحديثاً دقيقاً ومشتقاً من مصادر علمية زراعية، ومتماشياً مع حاجات المسترشدين ومستوى تعليمهم واتجاهاتهم وقيمهم ومعتقداتهم واهتماماتهم، ويمكن تلخيص أربعة شروط لزيادة فعالية الرسالة في تحقيق أغراضها وضمان استجابة المستقبل لها على النحو الآتي :

- أن تجذب انتباه المستقبل من خلال مراعاة حاجاته واهتماماته وإمكانياته في موضوع الرسالة، وصياغة الرسالة بشكل جذاب وشيق، واختيار المكان والوقت المناسبين لاستقبال الرسالة .
- أن تعبر الرسالة عن خبرات مشتركة بين المرسل والمستقبل .
- أن تقدم الرسالة أنجع الحلول لصعوبات ومشكلات المستقبل .
- أن تقترح الرسالة أفضل الطرائق لإشباع حاجات المستقبل بحيث تناسب هذه الطرائق الظروف المحيطة به .

4- قناة الاتصال The Channel

الركن الرئيسي الرابع في عملية الاتصال الإرشادي هو قناة أو وسيلة أو أداة الاتصال والتفاهم بين المرشد الزراعي والمسترشد، ويتم استقبال المسترشد للرسالة الاتصالية الإرشادية من خلال خمسة مسالك تمثل حواسه الخمس حيث يعد البصر والسمع الأساس في عملية الاتصال، والمرشد الزراعي الناجح لا يكتفي في اتصاله بالمسترشد بقناة أو لغة واحدة بل يستعمل أكثر من واحدة لكي يزيد من فاعلية رسائله الاتصالية الإرشادية التي يريد أن ينقلها، ومن أبرز القنوات التي يستخدمها المرشدون الزراعيون الآتي :

أ - القناة اللفظية : يتم نقل المعاني في رموز صوتية وجهاً لوجه، ويتم استخدام وسائل تقنية للكلام والسمع لطرفي الاتصال.

ب - القناة الكتابية : يتم نقل الرسالة الاتصالية تحريرياً مثل الرسائل الإدارية، والتقارير الدورية، والمنشورات والكتيبات الإعلامية والتنقيفية .

ج - القنوات التقنية : تستطيع أن تبرز الكلمة المنطوقة والمكتوبة على حد سواء مثل التلفاز والراديو والتسجيلات والأشرطة المسموعة والمرئية.

د - القنوات التصويرية : تشمل الصور الفوتوغرافية والكاركاتيرية والمناظر المجسمة

من الشروط التي ينبغي أن تتوفر في وسيلة الاتصال الإرشادي الزراعي أن تكون مناسبة للرسالة الاتصالية الإرشادية، وأن تكون متماشية مع مستوى ذكاء المسترشد وحالته النفسية .

5 - التغذية الراجعة The Feedback

العنصر الرئيسي الخامس في عملية الاتصال يتمثل في إرجاع الأثر أو استجابة المسترشد للرسالة الاتصالية التي يتلقاها من المرشد، وتأخذ شكل التأييد والقبول أو الرفض والمعارضة للرسالة الإرشادية، ومهما كان شكل ردة الفعل من قبل المسترشد فإن ذلك مفيد للمرشد الزراعي حتى يعرف إذا وصلت رسالته للمسترشد أم لم تصل؟! كما يستطيع أن يعدل من رسالته أو طريقة إرسالها في ضوء التغذية الراجعة التي تُعدّ بارومتر عملية الاتصال، ويمكن القول أن عملية الاتصال بدون تغذية راجعة تبقى عملية ناقصة، لأن المرسل لا يكون لديه أي دليل على أن المستقبل قد تلقى رسالته، ويندرج أيضاً تحت مصطلح التغذية الراجعة تدفق المعلومات من المسترشد إلى المرشد وهنا تكون عملية الاتصال ثنائية الاتجاه .

مبادئ عامة في التواصل الإرشادي الناجح

تتأثر فعالية عملية التواصل بالكيفية التي ينظر بها المتلقي إلى مصدر الرسالة، فإذا كان المصدر (المرشد مثلاً) ذو مصداقية عالية في أعين مستهدفيه فإن مواقفهم ستكون إيجابية حيال التوصيات التي سيقترحها والعكس بالعكس، وقد وجد أن هناك ميلاً طبيعياً لدى المتلقين لتطوير المواقف نفسها تجاه كل من المصدر والمعلومات، وما النقاط الآتية سوى أمثلة لهذه القاعدة المهمة :

الملاءمة

لضمان ملاءمة محتوى الرسالة للمستهدف وظروفه ينبغي توفر معرفة مناسبة حول اهتماماته الحالية والمستقبلية، فمن غير المتوقع أن يستجيب الفلاح خلال سنوات الجفاف مثلاً لمواضيع تتعلق بالتسميد، حيث يكون اهتمامه منصباً على تأمين مستوى الكفاف، وقد تكون الرسالة ملائمة للمستهدفين لكنهم غير منبهين لأهميتها عندها يتعين على المرشد اتباع الأسلوب المناسب، واستخدام الكلمات المألوفة ، والبناء على الخبرات السابقة لديهم لربط الحديث بالقديم وتسهيل الانتقال إلى ما هو غير مألوف .

البساطة

ينبغي تبسيط الأفكار إلى أقصى حد ممكن، حيث تقود بساطة اللغة ووضوحها والاقتصاد بالكلمات إلى الوضوح في عمليات التواصل، ويمكن القول عموماً أنه كلما كانت الكلمات أكثر بساطة ووضوحاً كلما زاد احتمال فهمها، ومع ذلك فالبساطة نسبية وترتبط بخبرة المتلقي للرسالة وخلفيته المعرفية، فما هو بسيط بالنسبة لشخص قد يكون معقداً بالنسبة لشخص آخر، والمفاهيم والمصطلحات الفنية التي يتم إدراكها بسهولة من قبل المهندسين الزراعيين قد يكون طلاسماً بالنسبة لعامة المزارعين، لذا تكون الصور والأشكال البيانية وتجارب الإيضاح عادةً أكثر فاعلية من الكلمات .

صياغة الرسالة

يستحسن تنظيم الرسالة على شكل سلسلة من الخطوات المتتابعة منطقياً ، مع أهمية توضيح تعاقب وترتيب الأفكار عند صياغة المقالات من أجل تسهيل إدراك المستهدفين لمحتواها .

التعريف

ينبغي تعريف المفاهيم قبل تطويرها والبناء عليها، وشرحها قبل توسيعها، فالمفاهيم التي تبدو بسيطة في نظرنا قد تكون غير واضحة للآخرين، وقد يخلق استعمال تعابير تقنية مشكلات في الاستيعاب للأشخاص الذين لم يألفوا مثل هذه التعابير .

التكرار

يراعى تكرار المفاهيم الأساسية في الرسالة، وتزداد أهمية التكرار في عملية التواصل الشفوي، ويراعى في هذا المجال الإجراءات الآتية :

- تكرار الأفكار المهمة .
- إعادة توضيح الأفكار الصعبة .
- إعادة عرض الأفكار التي دلت عملية التغذية الراجعة على أنها لم تكن مفهومة .
- الاعتماد على الأمثلة والمقارنات والتلخيص المنتظم خلال عملية التواصل .

كما أن تكرار الرسالة الإرشادية الواحدة عبر عدة مصادر سوف يزيد من تأثيرها، ومن الطبيعي أن يكون المزارعون أكثر تقبلاً لما يعرض عليهم في اليوم الحقلّي إذا كانت لديهم فكرة مسبقة عن موضوعه من خلال وسائط الإعلام الجماهيري أو سواها .

المقارنة والتضاد

يراعى في عملية التواصل ربط الأفكار الجديدة بالقديمة والأفكار غير المعروفة بالمعروفة، ويعد استخدام مبدأ المقارنة والتضاد الذي يوضح نقاط التشابه والاختلاف بين الأشياء والأحداث ضرورياً لضمان الوضوح في عملية التواصل، فالناس أكثر قدرة على إدراك الأفكار غير المعروفة لديهم عند ربطها بأفكار مألوفة.

فئات المستهدفين

قد نرغب من حين إلى آخر بتوجيه رسائل إلى المجتمع الريفي ككل، كما نرغب بالتواصل مع فئة محددة من هذا المجتمع (فئة مستهدفة)، وينبغي بالطبع ألا نفترض أن كل أفراد المجتمع الريفي مهتمين

برسالة ما، أو أنهم جميعاً متساوون في فهمها، بل يمكن تقسيم المجتمع الريفي إلى فئات مثل العمال الزراعيون الذين لا يملكون أرضاً - المزارعون الفقراء - المتوسطون - الأغنياء - ملاك الأراضي - المعلمون - رجال الأعمال - القادة المحليون - طلاب المدارس - فقراء ومتوسطو وأغنياء النساء ، وقد يتم التقسيم حسب المؤهل العلمي ، أو تبعاً للأنشطة مثل مربي الأبقار - مزارعو القطن

ينبغي قبل البدء بعملية التواصل مع الفئة المستهدفة التعرف على أفرادها بشكل جيد، وهذا يتضمن معرفة صفات ظاهرة مثل السن والجنس والحالة الصحية وحجم الفئة ، وصفات تعليمية مثل المفردات والمهارات وطرائق التعليم والمعارف، وصفات اجتماعية واقتصادية، وصفات نفسية مثل التحيزات والمعتقدات والمواقف والاهتمامات .

المراجع

- 1- الطنوبي، محمد عمر (1998) - مرجع الإرشاد الزراعي . دار النهضة العربية للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 877 صفحة.
- 2- ناجي، رياض أحمد (1995) - أساسيات الإرشاد الزراعي الحديث (القسم النظري) . كلية الزراعة، جامعة دمشق، 267 صفحة .