

الفصل الأول

الإعلام والاتصال

"نحو مقارنة المفهوم"

الفصل الأول / الإعلام والاتصال " نحو مقارنة المفهوم "

تمهيد

يعد الاتصال من أقدم أوجه النشاط الإنساني، وإذا سئل أي إنسان عن النشاطات التي يقوم بها يوميا فإن إجابته ستكون في كل الأحوال وأيا كانت مكانته وأيا كانت ظروفه الصحية والمادية تدور حول استقبال اتصال وإرسال اتصال بالكلام أو المشاهدة أو الاستماع أو القراءة أو الكتابة أو الإشارة، وكلها نشاطات اتصالية بين طرفين، بين الفرد والآخرين من المحيطين به، أو بينه وبين ذاته، أو بينه وبين الوسائل السمعية والبصرية والمقروءة. وعليه سنحاول في هذا الفصل التعرف على ماهية الإعلام والاتصال والفرق بينهما.

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال " نحو مقارنة المفهوم "

١. مفهوم الإعلام والاتصال

قبل التعرض لتعريف المصطلحي الإعلام والاتصال، نشير بإيجاز إلى مجمل ما نوه به التراث الأكاديمي حول تعريف الاتصال كنخصص أكاديمي:

إن موضوع علم الاتصال، حسب (Gaeton Tremblay et Michel Sénégale, 1987) هو دراسة إنتاج، نقل واستقبال الإشارات، وعلاقة هذه الأخيرة بنظام رمزي وتأثيراتها على السلوكات، المعتقدات، قيم الأفراد والجماعات، وكذا على طرق تنظيمها الجماعي، أما حسب تعريف شافي، برجر (Berger & Chaffee : 1987) " فهو يدرس إنتاج ومعالجة وتأثير الرموز وأنظمة الإشارات عن طريق نظريات قابلة للتحليل تحتوي على تعميمات شرعية تمكن من تفسير الظاهر المرتبطة بالإنتاج والمعالجة والتأثيرات (فضيل دليو: ٢٠١٠، ص ٢٤).

١.١ مفهوم الإعلام

اختلف المفكرون وأساتذة الإعلام في وضع تعريف دقيق ومحدد لمفهوم العمل الإعلامي، كما اختلفت الدول في فهم الإعلام وتفسير معانيه وتوضيح أبعاده حسب مرجعية المجتمع ونظراته لمختلف الشؤون الاقتصادية والاجتماعية والثقافية و حسب فلسفة الحكم القائمة، وقد اجتهد علماء الاتصال في العالم لوضع تعريف أمثل لهذا المصطلح الحديث.

1.1.1 تعريف الإعلام لغة

معنى كلمة إعلام بهذا التركيب اللفظي الشائع لمدلول خاص معاصر نجد عناء شديدا في الحصول على ذلك خاصة في مادة (ع ل م) حتى قال فيصل حسونة وهو يعرف الإعلام لغة: أنه مصطلح جديد دخل لغتنا العربية دون أن تعرفه معاجمها وقواميسها بما نعرف له من دلالة ومعنى في حياتنا اليومية، وإلى الأمس القريب...وهو مستحدث تماما، قد اشتق لغة من العلم ومن إيصال المعلومات الصحيحة للناس.

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال " نحو مقاربة المفهوم "

أي الإخبار، عِلْمُ الشيء، يَعْلَمُهُ (علماً) عَرَفَهُ (محمد بن أبي بكر الرازي: ١٩٨١، ص. ٢١٧). والمقصود هنا: الاتصال الذي يتم مع عدد غير محدود من المتلقين المنتشرين في أماكن متعددة ومتباعدة، ويتلقون الرسالة من ذات الوسيلة، في ذات الوقت، مثل: قراء الصحف، ومستمعي الراديو، ومشاهدي التلفاز.

وإذا كانت تسميته مستحدثة في لغتنا العربية فهو من حيث كونه علماً وفناً ومنهجاً ليس بالجديد علينا إنما هو جزء من وجودنا وحضارتنا وتراثنا.... وهو في الوقت نفسه وبالمفهوم الذي نعرفه ونمارسه ليس جديد على البشر كلهم، ومع ذلك فإننا إذا نقبنا في القواميس اللغوية من خلال استعراضنا للمادة (ع ل م) ومعانيها نجد ما يؤدي إلى الغرض المعاصر لكلمة الإعلام لغة من أنها: "نقل المعلومات إلى الآخرين عن طريق الكلمة أو غيرها بسرعة" (عبد الله قاسم الوشي: ١٩٩٣/١٩٩٤، ص. ٩).

وهذا المدلول هو الذي أشار إليه الراغب الأصفهاني في تفرقه بين الإعلام والعلم بقوله (أعلمته وعلمته في الأصل واحد إلا أن الإعلام اختص بما كان بإخبار سريع، والتعليم بما يكون بتكرير وتكثير حتى يحصل منه أثر في نفس المتعلم (عبد الله قاسم الوشي: ١٩٩٣/١٩٩٤، ص. ١٠).

وبذلك نكون قد وصلنا من خلال اللغة إلى ما تدل عليه كلمة (إعلام) بمفهومها الشائع وإن كان غير معروف يوم أن دونت اللغة وسجلت معانيها.

2.1.1 تعريف الإعلام اصطلاحاً

لقد تعددت تعريفات الإعلام اصطلاحاً واختلفت في المضمون والشمول حسب المفهوم المعاصر، وذلك لاختلاف التصورات وتباين الأفكار، وتضاد الأهداف التي أنيطت بهذا العلم ووسائله المعاصرة الحديثة. وهي كثيرة جداً. منها القريب ومنها البعيد، منها الدقيق وغير الدقيق.

إلا أن هناك شبه اتفاق لا يختلف عليه أحد تقريباً حول أساسيات العمل الإعلامي وحول المبادئ والأسس التي يقوم عليها الإعلام، وهي (عبد الحليم: ٢٠٠٦، ص. ٢٩):

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال " نحو مقاربة المفهوم "

أولاً: الحقائق التي تدعمها الأرقام والإحصاءات.

ثانياً: التجرد من الذاتية والتحلي بالموضوعية في عرض الحقائق.

ثالثاً: الصدق والأمانة في جمع البيانات من مصادرها الأصلية.

رابعاً: التعبير الصادق عن الجمهور الذي يتوجه إليه الإعلام، والثقة فيما يقدم من تقارير إعلامية.

وهذا يعني مايلي(محي الدين عبد الحليم: ٢٠٠٦، ص ص ٢٩ - ٣٠):

- أن الإعلام الذي لا يقوم على أساس مع الواقع ينتفي عنه مفهوم الإعلام.
- أن رجل الإعلام الذي يضيف وجهة نظره الشخصية التي تملئها عليه أهواؤه على المعلومات التي يزود بها الجمهور ويلون هذه المعلومات حسب ما يراه يفقد صفته كرجل إعلام.
- إذا لم يكن الصدق والأمانة منهاجا في الحصول على البيانات واستقائها من مصادرها، فإن الإعلام يفقد أهم دعامة له، وهي عامل الصدق.
- إذا لم يأت الإعلام معبرا تعبيرا صادقا وأميناً عن تراث الأمة وعادات وتقاليد الجماهير التي يتوجه إليها، وان يناسب ثقافات وتفكير هذه الجماهير وروح هذه الأمة فإن هذا الإعلام سوف لا يلائم جمهوره ويتالي لا تستطع الجماهير فهمه أو التجارب معه.
- الإنصاف والتوازن وتجنب التحريف أو التشويه أو ذكر أنصاف الحقائق.
- التمييز بوضوح بين ما هو خبر وما هو رأي أو استنتاج، ونشير هنا إلى أن هذا المبدأ يعتبر من المبادئ المقدسة ويتصل بعدم خلط الخبر بالرأي.
- حق المواطن العادي في المعرفة.

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال " نحو مقاربة المفهوم "

وقد جاء التعريف الذي قدمه العلامة الألماني "اتوجروت" معبرا تعبيرا موجزا وشاملا لمعنى الإعلام، قال "اتوجروت" في تعريفه للإعلام بأنه « التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت) أي أن الإعلام لا بد أن يكون صادقا مجردا عن الميول والأهواء غير متحيز، قائما على أساس من التجربة الصادقة متمشيا مع الجمهور الذي يوجه إليه» (عبد الله قاسم الوشي: ١٩٩٣/١٩٩٤، ص. ١٠).

أما إبراهيم إمام فقد عرف الإعلام على أنه « يعني تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات والحقائق الثابتة والسليمة والتي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعتبر هذا الرأي تعبير موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم » (إبراهيم إمام: ١٩٨٠، ص. ٢٧).

فهو اذن « النقل الموضوعي للمعلومات من مرسل إلى مستقبل قصد التأثير الواعي على عقل الفرد من أجل تكوين رأي عام، و بذلك فالعملية الإعلامية تجري عبر مراحل متتالية تبدأ بالمرسل الذي يقوم بإرسال مضمون معين (الرسالة) عبر قناة محددة أو وسيلة الإعلام إلى المستقبل (الجمهور) » (عبد إبراهيم الدسوقي: 2004، ص. ٣٨).

كما هو « عملية النشر والاستقبال الواسع للمعلومات، ويتضمن التعبير الواسع للإعلام أو الاتصال بالجماهير كل العمليات التي يؤثر بمقتضاها الإنسان على أخيه الإنسان، أو نقل الأفكار والمعلومات والتجارب والخبرات والاتجاهات من فرد إلى آخر، في سبيل قهر ظروف البيئة وتيسيرها، أو بهدف الدعاية أو الحرب النفسية أو الإقناع أو الإعلان أو التأثير أو الإيحاء أو الإثارة أو التحريك أو التحريض أو المناورة أو التضليل أو الترية والتثقيف أو الترفيه » (فلاح كاظم المحنة: ٢٠٠١، ص. ١٧).

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال " نحو مقارنة المفهوم "

2.1 مفهوم والاتصال وعناصره

لقد تعدد تعاريف الاتصال من قبل الباحثين والمفكرين فكل يعرفه من وجهة تخصصه.

١,٢,١ تعريف الاتصال لغة

إن كلمة الاتصال المترجمة عن الانجليزية (Communication) مشتقة أصلا من الكلمة اللاتينية (Communis) التي تعني الشيء المشترك وفعالها (Communicare) أي يذيع أو يشيع (محمد سيد محمد: ١٩٩٢، ص ٢٣).

والاتصال لغويا، في القواميس العربية، كلمة مشتقة من مصدر "وصل" الذي يعني أساسا الصلة و بلوغ الغاية. أما قاموس أوكسفورد فيعرف الاتصال بأنه "نقل وتوصيل أو تبادل الأفكار والمعلومات (بالكلام أو الكتابة أو الإشارات) (فضيل دليو: ٢٠٠٣، ص ١٥).

٢,٢,١ تعريف الاتصال اصطلاحا

يقول الباحث الإعلامي "جورج لند برج" أن كلمة اتصال تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز وتكون الرموز عادة/ حركات أو صور أو لغة أو أي شيء منبه للسلوك، والباحث المصري/ محمود عودة يعرف الاتصال بأنه " العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس في نسق اجتماعي صغيرا كان أم كبيرا (فيصل أبو عيشة: ٢٠١٠، ص ١٧-١٨).

فالالاتصال هو «العملية التي يتم بها نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من شخص لأخر» (عبد الله محمد عبد الرحمان: ٢٠٠٢، ص ٥٤). كما يمكن أن نعرفه على أنه «ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان...» (فضيل دليو: ١٩٩٨، ص ١٨).

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال " نحو مقاربة المفهوم "

والاتصال في صورته العامة هو عملية نقل وتبادل الحقائق والخبرات والمعلومات والآراء والشعور والإحساس والاتجاهات وطرق الأداء والأفكار بواسطة رموز من شخص إلى آخر أو إلى مجموعة أفراد، وقد تكون هذه الرموز لغة أو أرقاما أو رسوما أو غيرها. ولكي يتحقق الاتصال الناجح لابد من توافر مقومات عديدة هي:

١. المرسل: هو الشخص الذي يحدد الهدف من الاتصال وله حاجة للاتصال من أجل التأثير على الآخرين.

٢. مستقبل: هو الشخص الذي يستقبل الرسالة من المرسل.

٣. الرسالة: هي الناتج المادي والفعلي للمرسل، ولضمان وصول الرسالة بشكل جيد إلى المستقبل يفضل أن تتصف بالآتي:

✓ أن تكون الرسالة بسيطة وواضحة ومختصرة.

✓ لا تحمل أكثر من معنى.

✓ مرتبة ترتيباً منطقياً.

٤. الوسيلة: وحينما يتم ترجمة هذه الصور الذهنية إلى رموز فإنها تصبح قابلة للانتقال بسهولة وفاعلية ولكنها لا يمكن أن تذهب بعيدا بواسطة المخترعات الحديثة. ويلاحظ أن الكلمات المنطوقة أسرع في الانتقال من الكلمات المطبوعة. ولكن الكلمات المطبوعة ترحل بعيدا جدا وتستمر عبر الزمن. وهناك الكثير من الرسائل خلدت عبر الزمن وذلك مثل القرآن الكريم والأحاديث النبوية وأقوال الصحابة رضوان الله عليهم والأعمال الأدبية الخالدة.

٥. التأثير: والتأثير هنا قد يستهدف التأثير الديني البحت كتغيير السلوك نحو العادات مثل الإعلام بمناسك الحج، وأصول صيام رمضان، وموقف الإسلام من غير المسلمين، و ثواب المجاهدين... إلخ. و قد يكون تأثيرا دنيويا كتغيير السلوك العام نحو مختلف القضايا والشؤون الدينية التي تخدم أهداف الدعوة الإسلامية وذلك من

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال " نحو مقاربة المفهوم "

منظور ديني. حيث تبذر بذور الصدق والوفاء و الأمانة والإخلاص واحترام الكبير والعطف على الصغير(محمد منير حجاب: ٢٠٠٢، ص. ١١٠).

٢. نماذج الاتصال

في أواخر الأربعينيات وبداية الخمسينيات اتسع مجال الاتصال اتساعا كبيرا، حيث بادر عدد من علماء الاجتماع والسلوكيين بتطوير نظريات للاتصال تجاوزت حدود مجالات تخصصاتهم، فشملت مواضيع مثل أسس الاتصال غير اللفظي من إشارات وغيرها، الإقناع والتأثير الاجتماعي، طبيعة الاتصال الجماهيري، السلوك الانتخابي... الخ. وكان من بين النقالات النوعية التي حدثت في هذه الفترة، ظهور دراسات تحليلية لعملية الاتصال في شكل نماذج (تحدد عناصرها الأساسية والعلاقة بينهما).

١، ٢ النماذج الخطية:

قبل قرابة ستين عامًا نظر الباحثون إلى الاتصال على أنه أمر يفعله شخص لآخر، وبهذا يشبه الاتصال إعطاء حقنة في الجسد (حيث يقوم المرسل بوضع أفكاره ومشاعره في رسالة، ثم يحقنها من خلال وسيلة معينة(حديث، رسم، كتابة ... الخ) إلى مستقبل يقوم بنقل رموزها بطريقة تشبه ما أراد المرسل وإذا ما وصلت الرسالة بدون تشويش (خارجي، أو نفسي، أو عضوي) في خطّ واحد فإنه قد كُتب لها النجاح.

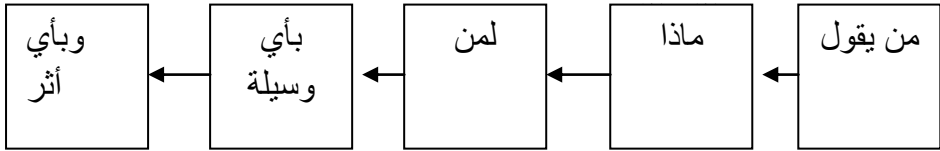
إن النموذج ذا الاتجاه الواحد سهل كما رأينا، إلا أنه لا يعكس العملية الاتصالية بدقة. إذ أنه يتجاهل رجع الصدى ورد الفعل من المستقبل تجاه ما يستقبله من رسائل. وقد كان من أشهرها آنذاك تشخيص العالم السياسي هارولد لاسويل (H.Lasswell) الذي نشر عام (١٩٤٨) والذي يتلخص في العبارة التالية:

- من هو المرسل الذي يقوم بصياغة الرسالة المرسل، القائم بالاتصال الذي يقوم بصياغة الرسالة.
- ماذا تتضمن الرسالة؟ أي محتواها من الألفاظ والرموز.

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال " نحو مقارنة المفهوم "

- لمن توجه الرسالة؟ المستقبل/الجمهور/القارئ /المستمع/ المشاهد.
- بأي وسيلة توجه الرسالة أي قناة الاتصال التي بواسطتها يتم توصيل الرسالة على الجمهور.
- بأي تأثير "التأثير الذي تحدثه الرسالة على المستقبل، بمعنى قد تحدث نوعا من رجوع الصدى، حيث يقوم المرسل باستقبال هذه الأصداء، وتعديل رسالته على ضوء ما تتحمله من مواقف فيما يسمى بالتغذية الراجعة المرتدة .

و هو ما يوضحه الشكل رقم (٠١) التالي:



" ويمكن القول أن عملية الاتصال تنطوي على نوعين من الاستجابات هما (سعاد جبر سعيد: ٢٠٠٨، ص٣٧):

- استجابة يهدف إليها المرسل الذي يصنع الرسالة.
- استجابة يقدم عليها المستقبل، وليس بالضرورة أن تكون متطابقة مع رسالة المرسل، بل ربما تكون معاكسة لها، وربما يحدث تفاعل بين المستقبل والمرسل، فتنقل الرسالة من المستقبل، إلى المرسل، فيصبح المستقبل مرسلا، والمرسل مستقبل، في ثنائية متعاكسة للاتصال.
- وليست حالة الاستجابة للمرسل من قبل المستقبل حالة آلية ميكانيكية، بل تعتمد على عوامل سيكولوجية، وعوامل تتعلق بالبعد الثقافي والاجتماعي للمستقبل.

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال " نحو مقارنة المفهوم "

٢. نموذج بيرلو (Berlo, 1960):

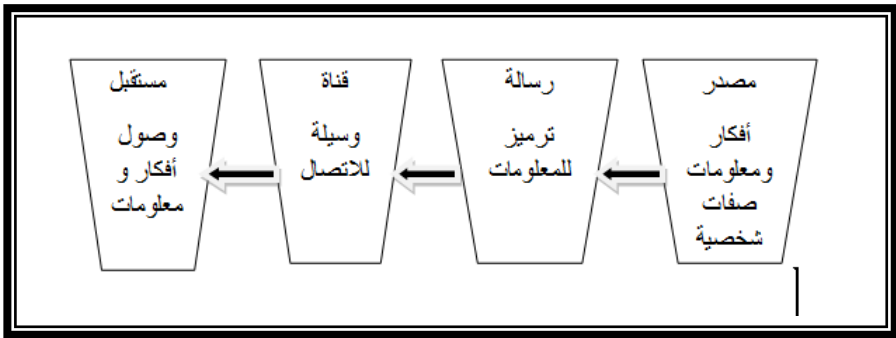
ويقوم هذا النموذج الذي قدمه (ديفيد برلو) الاتصال على أربعة عناصر، وهو نموذج مختصر جدا، وعرف باسم نموذج (SMCR) وهي الأحرف الأولى لعناصر النموذج وهي (فضيل دليو: 2003، ٢٢):

١. المرسل (المصدر): وهو العامل أو المصدر الذي تبدأ عنده الرسالة المرغوب توصيلها إلى المستقبل، إذ للمرسل هدف معين ، يدفعه للبدء في عملية الاتصال، وقد يكون المصدر الصحافة أو مؤسسات البحث أو المؤسسات الاجتماعية، التلفزيون الإذاعة.. الخ.

٢. المستقبل (المتلقي): وهو الفرد أو المجموعة التي يوجه إليها المرسل رسالته.

الرسالة: هي مجمل الصياغات والرموز التي لها معاني مختلفة باختلاف الناس، كما يمكن أن تشمل كلمات ملفوظة أو مكتوبة (مطبوعة) أو مصورة، أو رموز رياضية) أو غير ذلك.

الوسيلة: هي الأداة التي بواسطتها يتم نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، وهي الوسائل المطبوعة أو الالكترونية. وبعد هذا النموذج، من النماذج الاتصالية، التي تحلل أبعاد الاتصال الرئيسية، أو لنقل بديهيات الاتصال الإنساني.



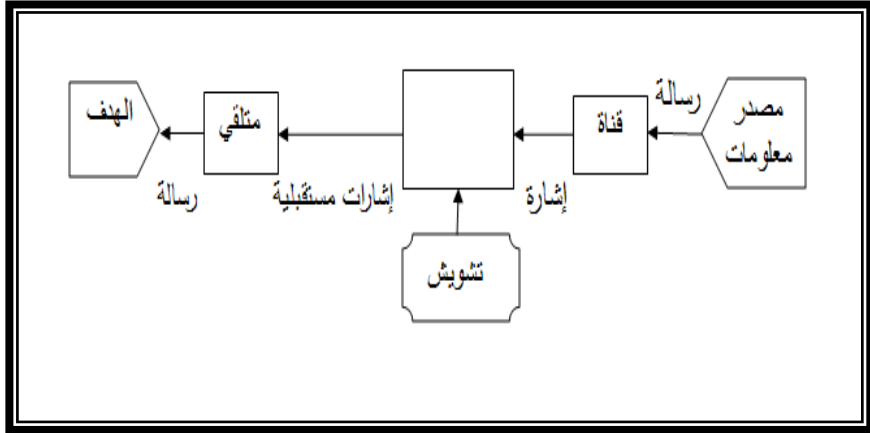
شكل رقم (٢) يوضح نموذج الاتصال عند ديفيد بيرلو

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال "نحو مقاربة المفهوم"

٣. نموذج شانون وويفر للاتصال

ويرى هذا أن الرسالة تتضمن معلومات أو خبرات أو اتجاهات، تستهدف المتسلم لها، وتغيير سلوكه باتجاه هدف معين، والاتصال لا يمكن هنا أن يتحقق إلا بوجود قناة تنتقل من خلالها الرسالة، بعد ترميزها بنوع من الرموز، وغالبا ما تكون اللغة هي الوسيلة الأساسية، وليست هي الوسيلة الوحيدة، فقد تستخدم الإشارات أو الحركات أو الإيماءات رموزا للتعبير عن المعاني، المراد إرسالها (سعاد جبر سعيد: ٢٠٠٨، ص ٤١).

فتحقيق الغاية من عملية الاتصال يتطلب فهما دقيقا ومحددا لتلك الرمز، من قبل كل من المرسل والمستلم، لذا فإن عملية تسليم الرسالة تستلزم حل أو فك الرمز التي من خلالها أرسلت الرسالة، من قبل المتسلم، وذلك للتعرف على المعاني التي تتضمنها، والاستفادة منها في مجال التأثير على المتسلم، وتغيير سلوكه وفق الغرض المطلوب، وهذا النموذج من الاتصال يدعى نموذج (شانون وويفر للاتصال ويوضح الشكل رقم (٣) ذلك:



شكل رقم (٣): يوضح نموذج شانون وويفر للاتصال

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال " نحو مقارنة المفهوم "

والتشويش إذن هو العنصر الذي يدخل على العملية الاتصالية فيعتبر من المعنى المراد إيصاله بدرجات متفاوتة. أي أن كل ما يغير المعنى المراد من أي رسالة يسمى تشويشا عليها ويمكننا أن نقسم التشويش إلى أربع أقسام .

١. التشويش المادي: وهو التشويش الخارجي كأصوات أبواق السيارات أو صوت المذياع المرتفع وهذا المصدر بدرجة ما في كل بيئة اتصالية وقد يشمل التشويش المادي أيضا الرائحة غير المريحة أو درجة حرارة الجو أو رائحة عطر قوية .

٢. التشويش النفسي: هو التشويش الداخلي في عقل الإنسان فالأفكار التي تدور في رأس المتحدث تؤثر في المعنى المتبادل في العملية الاتصالية.

٣. التشويش الدلالي: هو اختلاف معنى الكلمة من شخص لآخر علي سبيل المثال: كلمه (عين) قد تعني عين الماء أو عين الإنسان أو عين الحقيقة وهكذا

٤. التشويش التكنولوجي العنصري: يتمثل في تشويش شبكة الجوال أو محطة الراديو.

2.2 النماذج ثنائية الاتجاه

الاتصال البشري ليس عملية واحدة بل هو مركب أو تجميع للعديد من العمليات أو القوى المعقدة والمستمرة التي تتفاعل في ظرف ديناميكي ليس له بداية أو نهاية . حين نصف شيء أنه عملية process فنحن نعني بذلك أنه ليس له بداية أو نهاية فالعملية ظاهرة تتغير بشكل مستمر بمرور الوقت.

فالنظر إلى الاتصال كعملية يتطلب مراعاة العديد من الاعتبارات مثل:

الجماعات، الاتجاهات عند الأفراد، الظروف الاجتماعية، وليس مثل النماذج الخطية التي تصف الرسالة و غيرها.

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال " نحو مقارنة المفهوم "

١,٢,٢ نماذج ولبر شرام (W. Schramm)

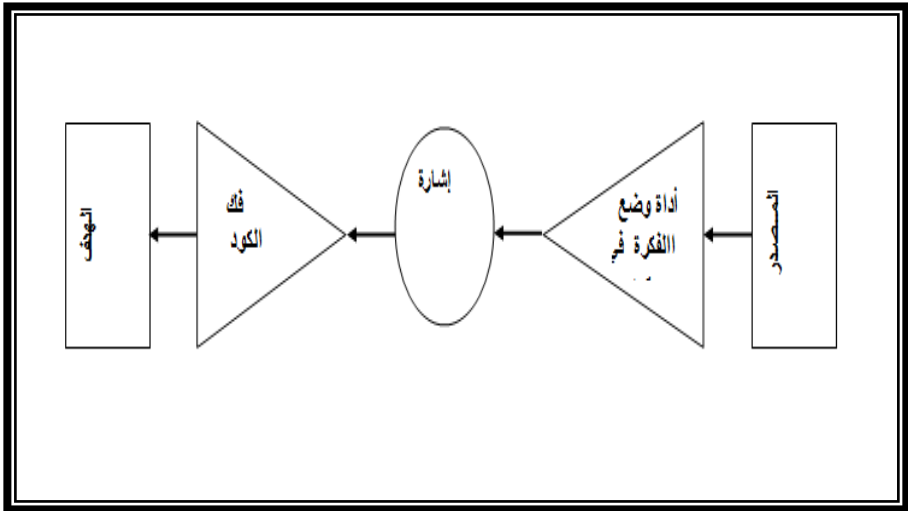
تقوم هذه النماذج على ثلاثة مفاهيم أساسية وهي:

✓ تعددية الاتجاه.

✓ دائرية العلاقة بين المرسل والمستقبل.

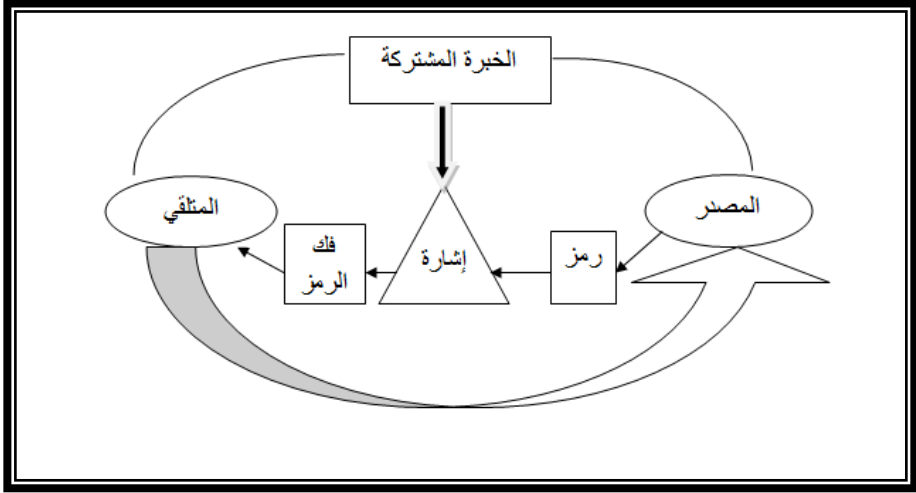
✓ التفاعلية والخبرة المشتركة.

في النموذج الأول: لشرام فإن عملية الاتصال تعد مستمرة بين المرسل والمستقبل رغم عدم وجود إشارة واضحة للتمييز بينهما، لأن كل منهما يقوم بعملية الإرسال والاستقبال في نفس الوقت مثال ذلك: علامات الهمهمة، وعلامات الرفض والقبول.



شكل رقم (٠٤) يوضح النموذج الأول لشرام

في النموذج الثاني لشرام يوضح ضرورة وجود خبرة أو أرضية مشتركة بين المرسل والمستقبل لنجاح عملية الاتصال.



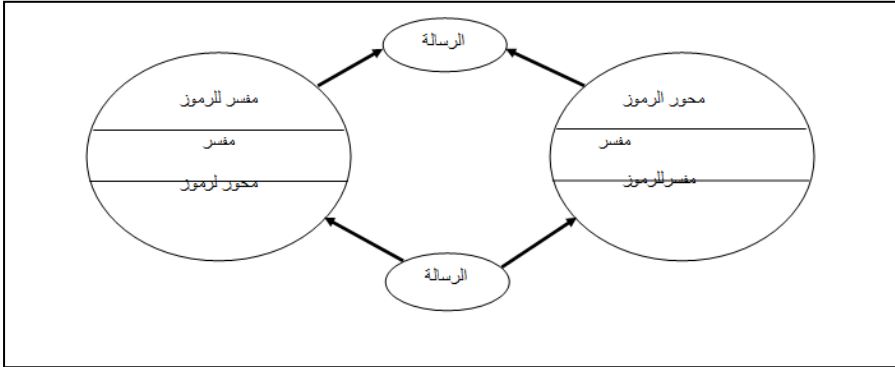
شكل رقم (٠٥) يوضح النموذج الثاني لشرام

وبهذا فقد رأى شرام بأن الاتصال عملية دائرية، وبأن التغذية الراجعة وسيلة للتغلب على التشويش أثناء الاتصال، فالمتلقي للرسالة حين يقوم برد فعل، فهو يعث برسالة للمرسل وهكذا يعني أن الاتصال ليس في منحى فهو دائري. وعليه أدخل شرام فكرة الخبرة المشتركة، أي وحدة المواقف والرموز المشتركة، بين المرسل والمستقبل والتي تحدد فاعلية الاتصال (حصة محمد آل مساعد، أحلام العقباوي: ٢٠١١، ص ٤١).

أما في النموذج الثالث: يؤكد على أنه في حالة عدم وجود أرضية مشتركة بين المرسل والمستقبل فإن الاتصال لا يتم.

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال " نحو مقارنة المفهوم "

مثال ذلك: وجود فردين من ثقافتين مختلفتين يتكلمن لغتين مختلفتين.



شكل رقم (٠٦): يوضح النموذج الثالث لشرام

وطبقا لنماذج شرام، فإن المرسل يضع أفكاره بكود (شيفرة) ثم يضع التفسير لها، والمستقبل يقوم بفتح الشيفرة. فالمصدر يصيغ أفكاره في رموز يحللها المستقبل على أساس الخبرة المشتركة بينهما (كامل خورشيد مراد: ٢٠١١، ص ١٢٩).

يعاب على هذا النموذج الدقة المطلوبة في وضع الرموز أو الرسائل، فإذا ما تعطل أي عنصر تعطل عملية الاتصال، فالشيفرة إذا لم توضع في رموز دقيقة، فإنها تسبب تشويشا مما يعطل عملية الاتصال.

٢,٢,٢ نموذج روس Ross:

وضع روس هذا النموذج عام ١٩٦٥، ويحتوي على عناصر أساسية، تشبه إلى حد ما عناصر نموذج هارولد لاسويل، يوضح فيه روس أن عملية الاتصال تقوم على ستة عناصر، وهي المرسل، الرسالة، الوسيلة، المستقبل، رجع الصدى، السياق.

يوضح فيه روس، أن عملية الاتصال تتأثر بمشاعر واتجاهات ومعلومات كل من المرسل، أي مصدر المعلومات، والمستقبل، أي محلل ومفسر الرسالة، فإذا ما كانت

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال "نحو مقاربة المفهوم"

الرسالة المرسله غير دقيقة فإن المستقبل لا يستطيع أن يفسرها، وحتى وإن فهمها بشكل دقيق، وسبب ذلك أن الرسالة الواصلة إلى المستقبل مختلفة عن الرسالة الأصلية، التي أرسلت من قبل المرسل (كامل خورشيد مراد: ٢٠١١، ص ١٣١، ١٣٢).

فجوهر النموذج يتمثل في أن:

- المرسل يضع أفكاره في كود ويحتوي على منبهات تتفق مع وجهات نظره وقناعاته.
- الطرف الذي يحدث فيه الاتصال يعمل كمؤثر يحدد المعنى العقلي للفكرة.
- يتم نقل فكرة الرسالة من خلال القنوات والوسائل التي تحمل الرسالة إلى المتلقي.
- وفي الأخير يقوم المتلقي بفك الكود ويختار المنبهات التي تتفق مع ثقافته وخبراته ومن خلال تجاربه الماضية حيال تلك المعلومات ومن مشاعره وأحاسيسه وعواطفه وقت التلقي. بعد أن يفسر المتلقي الرسالة يمكنه أن يستجيب لها، وهذه الاستجابة هي رجع الصدى أي رد الفعل الذي يتيح للمرسل معرفة مدى تحقيق الرسالة لهدفها.
- ويؤكد روس على أهمية الطرف أو المناخ العام للحالة التي يحدث فيها الاتصال. فالسياق العام يتضمن مشاعر أو اتجاهات وعواطف كلا الطرفين المرسل والمتلقي.

وأما بداية السبعينيات فتعتبر تعميقا للتوسع والتخصص اللذين ظهرا في أواخر الستينيات. ولعل أكبر دلالة على النمو والتشعب في دراسة الاتصال هي الزيادة الواضحة الملاحظة في نشر الكتب والدوريات والمجلات العلمية. واستمر هذا النمو في أواخر السبعينيات وأوائل الثمانينات بوتيرة منتظمة، مما سمح ببروز اهتمام كبير بالعلاقات العامة على العموم وبتقنيات الاتصال على الخصوص. وقد ساعد على ذلك التطور التقني والاختراعات الجديدة مثل الفيديو، الحاسب الآلي الشخصي، الحاسوب، وتقنيات

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال " نحو مقارنة المفهوم "

الاتصال عن بعد... فأصبحت، منذئذ، طبيعة هذه التقنيات والتكنولوجيا الجديدة ومداها وتكاملها والسياسة الملائمة لاستعمالها محور اهتمام دارسي الاتصال. وقد تبقى كذلك في مطلع القرن الجديد (فضيل دليو: ٢٠٠٣، ص ٢٢).

وأخيرا تجدر الإشارة إلى احد نماذج التلاقي للاتصال وهو نموذج "روجرز كنكيد (Rogers & Kincaid) الذي نشر عام (١٩٨١) وهو يركز على أهمية الوصول إلى فهم مشترك وكاف عن موضوع الاتصال عن طريق المعلومات المتبادلة بين المرسل والمستقبل.

وفي الختام يمكن القول أن التطبيقات الحديثة للتكنولوجيات الجديدة في هذا المجال ستؤدي إلى تطوير نماذج أخرى أكثر تعقيد.

٣. أنواع الاتصال

تتفق أغلب الدراسات التي تناولت هذا الموضوع على تقسيم الاتصال إلى أنواع أو نماذج عدة، فنجد (ابراهيم أبو عرقوب: ١٩٩٣، ص ١١٣-١١٤) يصنف الاتصال الإنساني حسب وسائله ودرجة تأثيره إلى خمسة أنواع هي: الاتصال الذاتي، الاتصال الشخصي، التنظيمي، الجماهيري وما بين الثقافات، وفيما يلي توضيح ذلك:

١,٣ الاتصال الذاتي:

وهو العملية الاتصالية التي تتفاعل وتأخذ مكانها داخل المرء نفسه، فهي عملية شخصية بحتة، يتم فيها مخاطبة الإنسان لذاته، من خلال تقويم الفرد لذاته في خطابه الذاتي. أو في مخاض عملية التفكير لحل مشكلة أو اتخاذ قرار ما، أو التهيئة لأمر ما، وهذا النوع من الاتصال لا يختلف عن الاتصال بين الأفراد، سواء انه ذاتي، حيث يستخدم فيه الرموز ذاتها التي تستخدم في الاتصال بالآخرين، ولكن تلك العملية تتم في الذات، كعملية اتصالية متكاملة (سعاد جبر سعيد: ٢٠٠٨، ص ١٤).

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال "نحو مقاربة المفهوم"

فهو الذي يتم بين الفرد ونفسه، ويكون مرسله الحواس ورسالته النبضات الالكتروكيميائية ووسيلته الجهاز العصبي المركزي ومستقبله الدماغ (فضيل دليو: ٢٠٠٣، ص ٢١).

وعليه، فهو اتصال سيكولوجي وعقلي تتداخل فيه مؤثرات متعددة، لها علاقة بالوضع الاجتماعي والاقتصادي والثقافي ومنظومة الخبرات والأحداث، لذا فإن ممارسة الاتصال الذاتي بكفاءة بالنسبة للفرد تتطلب الممارسة الواعية في التواصل مع الذات، وتحديد أهداف محددة تسهم في توجيه اتصاله مع ذاته بشكل أفضل، واستعادة تجاربه وخبراته وثقافته في الهدف المحدد، مع تحديد أبعاد أهمية العنصر التخصصي، وعنصر التوقع، والعامل الانفعالي، والبرمجة اللغوية، كلها أبعاد، إن أحسن استخدامها، أسهمت في تفاعل سيكولوجي مثمر مع الذات.

٢,٣ الاتصال الشخصي

يرى محمد عودة أن الاتصال الشخصي يعني التبادل الشخصي للمعلومات و الأفكار والأخبار التي تتم بين الأشخاص دون عوامل أو قنوات وسيطة، وفي هذه العملية يمثل أحد الشخصين دور المرسل، بينما يمثل الآخر دور المستقبل (محمد عودة: ١٩٩٨، ص ١١١).

فهو الاتصال المباشر بين الناس، ويعرف باتصال المواجهة، ويتم وجها لوجه، بين شخصين أو أكثر، حيث يمكن فيه أن يستخدم فيه حواسنا الخمس، ويتيح هذا الاتصال التفاعل بين هؤلاء الأشخاص، والتعرف على رجع الصدى، من المتلقي. كما يتميز الاتصال الشخصي، بمايلي:

١. المرونة: تتجلى المرونة في عملية الاتصال الشخصي في كون التأثير المرتد أو رجع الصدى فيه كبير. ذلك أن رجع الصدى لديه دور بالغ الأهمية، حيث يحيط المرسل علما بأن رسالته قد لاقت تفسيراً، كما أنه يحقق الانسجام بين المرسل والمستقبل، ويترك للمرسل فرصة لتعديل رسالته، مما يزيد من كفاءة هذا النمط

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال " نحو مقارنة المفهوم "

من الاتصال في تحقيق درجة عالية من الإقناع. وفي ضوء المرونة التي يتصف بها الاتصال الشخصي يرى روجرز أن المصادر الشخصية للمعلومات تكون هامة جدا في مرحلة التقييم الداخلة في نطاق عملية التبنى للأفكار المستحدثة لعدة أسباب منها(جيهان أحمد رشتي: ١٩٨٩، ص ص ٩٩-١٠٠):

- أن الاتصال الشخصي يسمح بتبادل الأفكار من ناحيتين و الشخص الواقع عليه الاتصال (المتلقي) قد يحظى من القائم بالاتصال بمعلومات إضافية أو بتمحيص لهذه المعلومات التي تدور حول الفكرة المستحدثة.
 - إمكان تصديق ما تأتي به المصادر الشخصية من معلومات، حيث أنه عندما يكون المصدر معروفا على نطاق واسع، فمن الأمور المتوقعة أن يُنظر إليه باعتباره جديرا بالثقة.
 - قد يكون للاتصال الشخصي فاعلية أكبر في مواجهة أي معارضة للفكرة المستحدثة أو كره لها من جانب الشخص المتلقي، وذلك على العكس من المصادر غير الشخصية أو الجماهيرية التي يمكن أن تكون أكثر قابلية لأن يتحاشاها الإنسان أو يتجاهلها من المصادر الشخصية.
٢. انخفاض تكلفة الاتصال بالقياس إلى الوسائل الأخرى، ويتطلب ذلك جمهورا معروفا ومحدودا وغير مشتت.
 ٣. تلقائية الاتصال التي تظهر بوضوح في المحادثات غير الرسمية واللقاءات العابرة.
 ٤. تعزيز التقارب الاجتماعي في مجال الاهتمامات وأنماط الحياة، تدعيم التقارب المادي كالتجاور والقيام بأوجه نشاط اتصالية مشابهة.
 ٥. ارتباط التأثير في مجال نشر المعلومات والإقناع، بتدعيم الإحساس بمصداقية القائم بالاتصال، وثراء خبراته.
 ٦. إمكانية استخدام اللغة المناسبة لمستوى الأفراد الذين نتحدث إليهم.

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال " نحو مقاربة المفهوم "

٣,٣ الاتصال التنظيمي

إن المتتبع للتراث المعرفي في هذا المجال يجده يستهدف المجالات المختلفة لاتصال المؤسسة وأبعاده الداخلية والخارجية: فهناك من يشخصه في المجال الإداري أو في المؤسسات عموما، ليقصد به "عادة تلك العملية التي تهدف إلى تدفق المعلومات اللازمة لاستمرار العملية الإدارية عن طريق تجميعها ونقلها في مختلف الاتجاهات (هابطة، صاعدة، أفقية) داخل الهيكل التنظيمي بحيث تيسر عملية التواصل المطلوب بين مختلف المتعاملين" (فضيل دليو: ٢٠٠٣، اتصال المؤسسة، ص ٢٨).

في حين عرفه ابراهيم أبو عرقوب (١٩٩٣، ص ١٣٦) بأنه عبارة عن "الاتصال الإنساني المنطوق والمكتوب الذي يتم داخل المؤسسة على المستوى الفردي والجماعي ويسهم في تطوير أساليب العمل وتقوية العلاقات الاجتماعية بين الموظفين"، وكما هو معروف ، فهو إما اتصالا رسميا (هابطا، صاعدا، أفقيا) أو غير رسمي.

ومن أهم وسائله التقليدية: الوثائق المكتوبة (المذكرات المصلحية، التعليمات الإدارية، لوحة الإعلانات، جريدة المؤسسة...)، الاجتماعات المباشرة الدورية والطارئة... وأما وسائله المعاصرة فتتمثل أساسا في الهاتف، التلكس، الفاكس، التللكست (نظام إعلامي يتم بواسطته بث متجدد ومتواصل للمعلومات على شاشة التلفزيون بشكل صفحات إلكترونية)، الاجتماعات بالهاتف، الاجتماعات بالحاسوب، المحاضرة عن بعد... الإنترنت، والاكسترنات والانترنت العالمية (فضيل دليو: ٢٠٠٣، اتصال المؤسسة، ص ٢٩).

وعليه، فإن وظيفة اتصال المؤسسة لا تقتصر طبعاً على ربط المؤسسة (كنسق فرعي) بالمجتمع (كنسق كلي) بل تتعداها إلى جعل المؤسسة مصدراً لقيم جديدة. فاتصال المؤسسة -على حد تعبير "جيل أشاشر" (Gilles Achacher) - يهدف أساساً إلى إعطاء المؤسسة "شرعية" مجتمعية وإدماجها في المجتمع من خلال تدعيم البعد التجاري

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال " نحو مقاربة المفهوم "

بالعد الإنساني والخدمي (الاستجابة لحاجيات المواطنين، حماية الطبيعة، توفير مناصب شغل...) (فضيل دليو: ٢٠٠٣، اتصال المؤسسة، ص ٣٠).

٤,٣ الاتصال الجماهيري

هو عملية تتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيري، وتتميز برسائله العريضة والمتباينة، ومن أهم شروط الاتصال الجماهيري وجود قاعدة قوية لتمويل عملية الاتصال وجود قاعدة عملية ثقافية في المجتمع، وجود قدر معقول من الكثافة السكانية، وجود مناخ حرية رأي وتعبير، ووجود إمكانيات تكنولوجية متاحة.

وعليه يختلف الاتصال الجماهيري عن أنواع الاتصال الأخرى من عدة نواحي (سعاد جبر سعيد: ٢٠٠٨، ص ص ٢٣-٢٤):

١. يعتمد على التكنولوجيا أو وسائل النقل وسواء كانت ميكانيكية أم الكترونية مثل الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون والسينما أو توليفة من كل ذلك، بهدف نشر الرسائل الإعلامية على نطاق واسع وبسرعة كبيرة إلى الجماهير المتناثرة.

٢. يعمل الاتصال الجماهيري على تقديم معاني مشتركة لملايين الأشخاص الذين لا يعرفون بعضهم البعض معرفة شخصية، فالمساحات الشاسعة والتمايز بين الجماهير، يجعل الاتصال الجماهيري مختلفا من أنواع الاتصال الأخرى، فالمرسل والمستقبل لا يعرف كلاهما الآخر معرفة حقيقية.

٣. تتسم المصادر في الاتصال الجماهيري، بكونها ناتجة عن منظمات رسمية مثل (الشبكات/السلاسل)، فالاتصال الجماهيري عبارة عن إنتاج جماعي عادة ما يتسم بالبيروقراطية، التي تستهدف تحقيق الربح أو كسب الولاء مهما كانت الظروف.

٤. يتم التحكم في الاتصال الجماهيري من خلال العديد من (حراس البوابة) الإعلامية ففي حين يتحكم شخص واحد في طبيعة الرسالة المنقولة في حالة الاتصال المواجهي، إلا أنه في حالة الاتصال الجماهيري، يوجد مجموعة من

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال " نحو مقاربة المفهوم "

الأشخاص الذين يتحكمون في شكل ومحتوى الرسائل التي تنقلها وسائل الإعلام.

٥. يكون رجع صدى متأخرا في الاتصال الجماهيري عن أنواع الاتصال الأخرى سواء أكان رجع الصدى ناقضا أم بطيئا، فإنه يقلل من فرصة التعرف على جدوى الرسالة وتأثيرها بالنسبة للمرسل والمستقبل.

وهناك من حددها في النسق الإعلامي على النحو الآتي:

- ✓ جهوده لا تعمل في فراغ.
- ✓ تتكون العملية في أبسط صورها من مرسل ورسالة ومستقبل.
- ✓ يتمثل بأنه إما اتجاه واحد أو اتصال من جهتين المرسل والمستقبل.
- ✓ الرسالة الإعلامية تكون مطبوعة أو مسموعة أو مرئية مسموعة.
- ✓ تقوم عمليات الاتصال والإعلام على جهود مؤسسات ولا تقوم على جهد فردي.
- ✓ يؤثر نزوع الجماهير وقابليته في عملية الإعلام ويؤثر فيه الميول والعادات.
- ✓ يعتمد الإعلام على بث الرسائل عن طريق رسائل اتصال كالصحف والراديو والتلفزيون وغيرها لانعدام الصلة المباشرة كما في حالة الاتصال الشخصي.

٥,٣ الاتصال ما بين الثقافات

ويتم بين أعضاء وثقافات مختلفة بغية التفاهم، الشقاق أو الغزو والهيمنة الثقافية. وغالبا ما يكون عن طريق قنوات فردية وجماعية ومنظمة وغير منظمة مثل السفراء، الملحقون الثقافيون، التجار، السياح، البعثات الدراسية والرياضية والثقافية، المعارض، الكتب، الصحف والمجلات، الإذاعات، وكالات الأنباء، التلفزيونات، الأقمار الصناعية والشبكات الجهوية والعلمية للاتصال (فضيل دليو: ٢٠٠٣، الاتصال، ص ٢١).

وهناك بالطبع أنواع أو مستويات أخرى لم يشملها هذا التصنيف، مثل الاتصال الجمعي ويتم بين شخصين أو مجموعة أشخاص في اتصال المواجهة، و يقع وسط نوعين

الفصل الأول/ الإعلام والاتصال "نحو مقارنة المفهوم"

من الاتصال اتصال المواجهة (الاتصال بين الأشخاص) والاتصال الجماهيري الذي لا يتم فيه مثل هذه المواجهة المباشرة.

وكذا الاتصال بين العبد وخالقه أو العكس (الدعاء، الوحي...).

على العموم يمكننا القول انه إذا كان الإعلام يعني أساسا المعطيات والأخبار والمعلومات، فالاتصال يستلزم الحوار ووجود علاقات. وإذا كان مفهوم الإعلام يعبر عن شيء ثابت (محتوى، حالة، وضعية). فالاتصال عبارة في الغالب عن عملية (علاقة). إنه يُفَعَّل الإعلام بجعله أمراً عملياً. ومن ثم فقد يوجد إعلام دون علاقة اتصالية ولكن لا يمكن أن يكون هناك اتصال دون إعلام، فالاتصال أشمل. وهو أكثر استعمالاً حالياً في التراث الأكاديمي المتخصص.

فالاتصال إذاً، عبارة عن عملية نقل المعلومات قصد التواصل والتأثير الاجتماعي بوسائل مناسبة (أي له ستة مكونات وهو أشمل من الإعلام).

