

جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم العلوم الانسانية

محاضرات مقياس:

مدخل الى علوم الإعلام والاتصال

المستوى: محاضرات موجهة لطلبة السنة الأولى جذع مشترك علوم
انسانية .

اعداد: الدكتورة قوطال كنزة - أستاذة محاضرة قسم ب-

البريد الالكتروني: goutal.kenza@hotmail.fr

السداسي: الثاني

نوع المقياس: محاضرة

الحجم الساعي الأسبوعي: ساعة و نصف

السنة الجامعية: 2023/2022

عناوين محاضرات السداسي الأول:

- ❖ تمهيد
- ❖ مدخل مفاهيمي للاتصال
- ❖ أهمية الاتصال و أهدافه
- ❖ خصائص الاتصال
- ❖ عناصر العملية الاتصالية
- ❖ أنواع الاتصال
- ❖ نماذج الاتصال
- ❖ الفرق بين الاتصال و أهم المفاهيم المشابهة له (الاعلام،
الدعاية، الاشهار...)

تمهيد:

يهدف هذا الفصل إلى شرح المفاهيم الأساسية للاتصال للطلاب ، وتوضيح المسائل العامة التي تقرب إلى أذهان الطلاب عملية الاتصال من شرح عناصره ومكوناته و أنواعه ونماذجه وخصائصه وأغراضه. كما يهدف إلى توضيح بعض المفاهيم المشابهة له، وكيفية الوصول إلى الكفاءة في الاتصال قدر الإمكان.

المهارات المكتسبة من تدريس في السداسي الأول:

يتوقع بنهاية هذا السداسي أن يكون الطالب قادراً على:

- فهم عملية الاتصال.
- ادراك العملية الاتصالية.
- التفريق بين أنواع الاتصال المختلفة.
- إدراك خصائص الاتصال.

1. مدخل مفاهيمي للاتصال:

يرجع أصل كلمة اتصال إلى الكلمة اللاتينية communication و comminuse ومعناها مشترك وعام وبتالي الاتصال يتضمن المشاركة والتفاهم حول فكرة معينة أو سلوك أو اتجاه معين، أما في اللغة العربية فقد ورد تحديدها في قاموس المحيط ولسان العرب على أنها مشتق من وصل الذي يعني الصلة وبلوغ الغاية فوصل الشيء إلى الشيء وصلا وتوصل إليه أي انتهى إليه وبلغه.

يرجع مفهوم الاتصال لغة الى الفعل اتصل يتصل اتصال اي وصل الشيء بالشيء أي ربط إيجاد علاقة من نوع معين بين شخصين اثنين , او تقول وصل السيء بمعنى توصل اليه او بلغه او انتهى اليه وهو عكس الانفصال والانقطاع و وصل بمعنى اتصل فالاتصال اساسه الصلة والعلاقة وبلوغ الغاية من الصلة، يقول ابن منظور: اتصل اي لم ينقطع , ووصل الشيء بالشيء بمعنى انتهى اليه وبلغه، اما كلمة تواصل من الفعل تواصل

بمعنى حدث هناك اتفاق وانسجام والاتصال في اللغة العربية هو الواسطة بين الشئيين اي علاقة الشئ بالشئ فالاتصال يحمل دلالات الجمع والوصل والربط وهو الاقتران والالتئام والانتهاؤ.

ويعرف الاتصال اصطلاحا أنه نقل الأفكار والمشاعر والمعلومات والتأثيرات بإضافة إلى توزيع والتفاوض كما يعرفه كارل هوفن أنه العملية التي يقدم من خلالها القائم باتصال منبهات (عادة هي رموز لغوية وإشارات)

لكي يعدل سلوك الآخر أما جورج لندربيرج يرى أن كلمة اتصال تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة الإشارات والعلامات والرموز والتي تكون عبارة عن حركات صورة أو لغة أو شئ آخر يعمل كمنبه لسلوك أي أن الاتصال هو نوع من التفاعل الذي يحدث بواسطة الرموز المفهومة إذن الاتصال هو عملية مستمرة يتم فيها التفاعل والتفاهم يتبادل فيها الطرفين التأثير.

كلمة مشتقة من الكلمة اللاتينية كومينوس ومعناها الشئ المشترك كومين commun بمعنى عام وشائع ومألوف، وذلك بمشاركة الآراء والتوجيهات و في قاموس الاكاديمية الفرنسية 1792 يحدد معنى اشتقاق commun يدخل معناه في إطار القانون العام , يقول الشخص كلاما يمكن من خلاله للجميع من المشاركة او لهم الحق في المشاركة او معنيين به .

يعرفه الباحث تشارلز كولي : أنه الميكانيزم التي بواسطته توجد العلاقات الانسانية و تتطور انه يتضمن كل رموز الذهن مع وسائل تبليغها عبر مجال ويعززها في الزمان ويتضمن تغيرات الوجه والحركات ونبرات الصوت والرسومات في المكان والزمان.

ينظر للاتصال على انه عملية يقوم فيها الطرف الاول (المرسل) بإرسال رسالة الى طرف مقابل (مستقبل) بما يؤدي الى احداث أثر معين على متلقي الرسالة يهدف هذا المدخل الى تعريف المراحل الذي يمر بها الاتصال ويدرس كل مرحلة على حدى وهدفها وتأثيرها على عملية الاتصال ككل.

الاتصال يقوم على تبادل معاني موجودة في الرسائل التي من خلالها يتفاعل أفراد من ذوي ثقافات مختلفة وذلك من أجل منح فرصة لتوصيل معنى وفهم رسالة يعتبر بنائياً أو تركيبياً يركز على عناصر رئيسية المكونة للمعنى.

باختصار - أن نقول إنه عملية إنشاء المعاني ومشاركة الآخرين فيها من خلال استخدام الرموز. ويحدث الاتصال عندما يقوم الشخص بإرسال أو استقبال المعلومات والأفكار والمشاعر مع الآخرين. وهذا الأمر لا يشمل اللغة المنطوقة أو المكتوبة فحسب، ولكنه يشمل كذلك لغة الجسد، وأسلوب الشخص في طريقة تعبيره للآخرين.

يقوم الاتصال بالأساس على تبادل المعلومات ولغة الجسد وإبداء المشاعر يجعل البشر - عند اتصالهم - يخرطون في جملة من الأنشطة :

1- نشاط المخ حيث يتعين على المتحدث أو المعبر عن نفسه أن يتذكر ماذا قال له الشخص الآخر أو عبر له عنه،

2- نشاط نفسي إذ يتعين على كل متصل أن يفهم معاني الكلمات أو الإيماءات وفهم نفسه ونفسيات الآخرين،

3- نشاط اجتماعي حيث إن مجرد تبادل المعلومات يحدث في بيئة اجتماعية،

4- نشاط ثقافي لأن هناك لغة تستعمل في تبادل المعلومات، واللغة عنصر مهم من عناصر الثقافة.

و هناك من الباحثين من أكد أن الاتصال يتم وفق ثلاث طرق و هي كالتالي:

- السلوك و التصرفات: حركات الجسد بقصد أو بغير قصد: المشي، الجلوس...و غيرها من السلوكيات الصادرة عن أعضاء الجسد.

- الاشارات: يقصد بها الحركات التي يقوم بها الأفراد لتحل محل الكلمات و الأرقام للتعبير عن معان معينة.

- لغة الأشياء: هي ما تعبر عنه كل الأشياء التي يستخدمها الانسان في حياته مثل: الهاتف، تكنولوجيا الأثاث المنزلي،...الخ

وتبدأ عملية الاتصال حينما يقرر شخص ما أن يستخدم رمزاً لغوياً (كلمة أو إيحاءة أو إشارة أو أي شيء يعطى تفسيراً من أصحاب هذه اللغة) لإثارة معانٍ معينة لدى شخص أو أشخاص آخرين. ونقصد بالمعاني أي استجابات داخلية خاصة بالشخص من صور ذهنية أو تفسيرات أو مشاعر أو مفاهيم كالتي تثيرها فينا الكلمات التي نعرف دلالاتها. وتكتمل عملية الاتصال حينما تتوافق تلك الاستجابات الداخلية للمعاني الموجودة لدى مستقبل (الرسالة) إلى حد ما مع الذي قام بالاتصال (منشئ الرسالة).

2. أهمية الاتصال و أهدافه:

يعد الاتصال جانباً مهماً في الحياة فهو أداة فعالة من أدوات التغيير والتطوير والتفاعل بين الأفراد والجماعات، ويلعب دوراً مهماً في التطور والتغيير الاجتماعي والثقافي والاقتصادي، فكلما اتسعت وتنامت خطوات التغيير والتطور، اتسعت وازدادت الحاجة إلى المعلومات والأفكار والخبرات، وبالتالي إلى قنوات الاتصال لنقلها وإيصالها إلى الأفراد والجماعات..

ونظراً لأهمية الاتصال مع الآخرين وعمل الفريق سواء في المدرسة أم الجامعة أم العمل، فإن امتلاك مهارات الاتصال غداً أحد المتطلبات للنمو الشخصي والمؤسسي. للوصول إلى هدف من الأهداف التي عادة ما توضع من خلال تخطيط مسبق، ورؤية واضحة المعالم، وإعداد جيد في بيئة صحية، سواء كان التخطيط على المدى القصير أو المتوسط أو البعيد، لا بدّ من التسلح بالكثير من هذه المهارات.

و يعد الاتصال من الموضوعات المعقدة كما يظن البعض بل هو أمر صعب بعض الشيء، إذ أنه يتعدى كونه مجرد عملية نقل وتبادل المعلومات، العواطف والأفكار، ولكن يلزمه توافر عنصر النجاح في إيصال تلك الرسائل، فضلاً عن وجود بعض العوامل المؤثرة بجودة نقل تلك الرسائل.

ومن العوامل تلك الوضع الثقافي والعاطفة، وما يتم استخدامه من وسائل في التواصل، ذلك التعقيد هو ما جعل جميع أرباب الأعمال بمختلف أنحاء العالم يرغبون في إجادة المتقدمين للعمل لديهم مهارات الاتصال، ومن أهم جوانب مهارات الاتصال والتي نذكرها على سبيل المثال وليس الحصر ما يلي ذكره:

- تساعد الشخص على تخطي الصعاب في الحياة الدراسية والمهنية والانخراط بهم بنجاح.
 - تستخدم مهارات الاتصال عند تلقي أو تقديم المعلومات بمختلف أشكالها بما يتيح للفرد فهم المحيطين به، وفهمهم له.
 - تبادل الآراء والمشاعر والأفكار مع الغير.
 - التفاعل والاستماع خلال المحادثات.
 - التعاطف، المراقبة والتحدث.
 - إدراك الاختلافات بكيفية التواصل عن طريق المحادثات الهاتفية، التفاعلات المباشرة، الوسائط الاجتماعية، الاتصالات الرقمية ومن أمثلتها المراسلات عبر البريد الإلكتروني.
- إن عملية الاتصال تسعى إلى تحقيق هدف عام، وهو التأثير في المستقبل حتى يحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل وقد ينصب هذا التأثير على أفكاره لتعديلها وتغييرها أو اتجاهاته أو على مهاراته، لذلك يمكن تصنيف أهداف الاتصال إلى:
- **هدف توجيهي:** يمكن أن يتحقق ذلك عندما يتجه الاتصال إلى إكساب المستقبل اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة مرغوب فيها، ولقد وضح من خلال الدراسات العديدة التي أجريت على أن الاتصال الشخصي أقدر على تحقيق هذا الهدف من الاتصال الجماهيري.
 - **هدف تثقيفي:** ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تبصير توعية المستقبلين بأمور تهمهم بقصد مساعدتهم وزيادة معارفهم واتساع أفقهم لما يدور من حولهم من أحداث.
 - **هدف تعليمي:** ويتم ذلك حينما يتجه الاتصال نحو إكساب المستقبل معارف أو مهارات أو مفاهيم جديدة.

- هدف ترفيهي أو ترويجي: ويتحقق ذلك من خلال توجه الاتصال نحو إدخال البهجة والسرور والاستمتاع إلى نفس المستقبل.
- هدف إداري : ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تحسين سير العمل وتوزيع المسؤوليات ودعم التفاعل بين العاملين في المؤسسات والهيئات.
- هدف اجتماعي: يتيح الاتصال الفرصة لزيادة احتكاك الناس بعضهم ببعض وبذلك تقوى الصلات الاجتماعية بين الأفراد .

3. خصائص الاتصال:

- الاتصال عملية مستمرة:

الاتصال حقيقة من حقائق الكون المستمرة إلى الأبد فليس لها بداية أو نهاية فنحن في اتصال دائم مع أنفسنا ومجتمعنا والكون المحيط بنا، فالالاتصال مستمر ما استمرت الحياة الدنيا والحياة الآخرة.

- الاتصال عملية موضوعية وواقعية:

الاتصال لا يخضع للعوامل الذاتية وإنما لا يخضع للعوامل الموضوعية فلا يمكن للإنسان أن يخفي مشاعره السلبية اتجاه شخص آخر مهما مرت الأيام ولا بد أن يعبر الاتصال عن نفسه من خلال المشاعر الحقيقية والواقعية التي ترتبط بنوعية الأحداث في مكان معين وزمن معين . وعليه فالالاتصال يستمد أصوله من الواقع وما يترتب عليه من تأثيرات متبادلة بين أطرافه.

- الاتصال عملية ديناميكية :

تعتبر عملية الاتصال عملية تفاعل اجتماعي تمكنا من التأثير في الآخرين والتأثر بهم مما يمكننا من تغيير أنفسنا وسلوكنا بالتكيف مع الأوضاع المختلفة، فعلمية الاتصال تعني التغيير.

4. عناصر العملية الاتصالية:

من الأمور المهمة لفهم العملية الاتصالية هو فهم عناصرها في حد ذاتها خاصة و أن كل عنصر من عناصر العملية الاتصالية له أهمية كبرى و يعتبر ركيزة أساسية لضمان نجاح العملية و نجاح الاتصال في حد ذاته، و في كل حالة اتصال - مهما كانت فريدة - لا بد أن تشتمل على العناصر الآتية:

- المرسل
- الرسالة
- الوسيلة
- المستقبل
- التشويش
- رجع الصدى
- بيئة الاتصال

و سنشرح كل عنصر على حدى كما يلي:

أ/- المرسل:

ويطلق عليه كذلك بالمصدر وهو العنصر الاساسي في عملية الاتصال الذي تنطلق منه الرسالة او النقطة التي تبدأ عندها عملية الاتصال مستهدفة من خلال التأثير في الاخرين حتى يشاركوه افكار واتجاهاته ومواقفه هو القائم بصياغة الرسالة يقوم بنقلها عن اطراف اخرى قد قامت بإعدادها قد يكون المرسل فرد او مجموعة من الافراد او الهيئات او المجتمعات فالمرسل تقع عليه مهمة ترميزها ووصفها في صورة الفاظ او رسوم او ارقام او اشكال او مضامين قابلة للفهم من جهة طرف المستقبل فيعتبر المرسل كذلك في ذاتي الوقت متنقل لردود افعال المستقبل الرسالة مما يؤدي الى قيامه ببناء مواقف اتصال جديدة في ضوء ردة فعل تلك فيعدل في الرسالة من حيث صياغتها بما يتناسب والصياغ العام والهدف الذي يرومه , يسمى المرسل كذلك القائم بالاتصال فهو شخص يستهدف التأثير في الناس بأفكار لديه يؤمن بها ويصدر عنها سلوكه وتصرفاته مستخدم لذلك كانه امكانيات

وسائل الاعلام والاتصال المتاحة ومختلف الاساليب الإقناعية لتحقيق التأثير المطلوب وذلك وفق منهج علمي وفني مدروس ومخطط مستمر .

ب/ - الرسالة:

هي مجموع الكلمات والقواعد اللغوية والأفكار، والشكل الظاهر للمتصل، وحركات الجسم والصوت، وجوانب الشخصية التي تبرز للطرف الآخر، كما أنها تشمل الانطباع والذي يعطيه الإنسان عن نفسه (واثق، خائف، متردد، ... الخ) وأسلوبه في التعبير .
وتشكل الرسالة في مجملها دافعاً يرسل للطرف الآخر ليستثير عنده استجابة معينة بناءً على طبيعة الرسالة وكيفية استقبالها. وتتشكل الرسالة أيضاً بطبيعة التشويش الذي يحصل لها والبيئة التي تتم فيها. فإذا قال الأب لابنه: اذهب إلى حيث تريد وهو مقطّب الجبين فإن الرسالة لا تعني بالضرورة الموافقة على الذهاب، ولكنها ربما تعني التهديد أو عدم الرضا عن الذهاب، وهكذا.

ج/ - الوسيلة:

الوسيلة هي الطريق الذي تمر من خلاله الرسالة بين المرسل والمستقبل. والقنوات الطبيعية لنقل الرسائل هي موجات الضوء والصوت التي تمكننا من رؤية الآخرين وسماعهم . ولكن هناك وسائل عدة يستخدمها الناس في نقل رسائلهم كالكتب والصحف والمجلات والأفلام والبرق الإذاعي والتلفازي والأشرطة السمعية والبصرية والصور والهواتف والحواسيب الآلية وغيرها.

ويمكننا نقل رسائلنا واستقبالها من خلال الشم واللمس والذوق. وقد نأخذ الحواس الخمس على أنها مسلمات متاحة لكل منا. ولكن يمكننا تخيل وضعنا لو كنا لا نستطيع شم رائحة العود الزكية ولا الطعام الشهوي الذي يقدم لنا، أو لا نستطيع الإحساس بما يوفره لنا لمس الأشياء ومعرفة درجة نعومتها أو حرارتها ... إلخ .

ت/ - المستقبل:

هو العنصر الثاني في العملية الاتصالية من توجه إليه الرسالة سواء كان فرداً أو جماعة أو هيئة معنوية و هي شخصية حقيقية، تتلقى الرسالة و تتفاعل معها و له الدور بالرد عليها، لأنه يقوم بتحليل الرسائل وتفسيرها وذلك بترجمتها إلى معان معينة بفضل فك رموز المعاني اللفظية و الغير لفظية و هذا يعود إلى المرجعية الثقافية و الاجتماعية و البيئية لكل مستقبل الذي سيقوم بمعالجة الرسالة في ذهنه.

ث/- التشويش:

كل ما يغير المعنى المراد من أي رسالة يسمى تشويشاً عليها. وقد يكون مصدر التشويش خارجياً مادياً كأصوات أبواق السيارات أو صوت المذياع المرتفع. وهذا المصدر موجود بدرجة ما في كل بيئة اتصالية، فرائحة المكان غير المريحة، أو درجة حرارة الجو، أو رائحة العطر الفواحة، أو الأمور الملفتة للنظر في المتحدث كرائحة إبطيه أو تعثر كلماته أو درجة سرعة حديثه، أو ملابسه الأنيقة جداً، أو شكله الخارجي كلها مصادر خارجية للتشويش على الرسالة.

ج/- رجع الصدى:

رجع الصدى هو عنصر آخر مهم من عناصر الاتصال ويتمثل في الاستجابة التي يرسلها المستقبل إلى المصدر. وتتأكد أهمية رجع الصدى في إفادة المرسل عما إذا كانت الرسالة قد وصلت وفهمت كما أرادها هو. ولإعطاء المعاني الصحيحة بدقة فإن على المرسل أن يصحح الرسائل غير المناسبة وسوء الفهم لدى المستقبل وأن يعيد إرسال ما لم يصل من الرسائل إليه.

ح/- بيئة الاتصال:

يعنى هذا الجو العام المتمثل في المحيط النفسي والمادي الذي يحدث فيه الاتصال. وتشمل البيئة المواقف والمشاعر والتصورات والعلاقات بين المتصلين وكذلك خصائص المكان مثل سعته، وألوانه، وترتيبه، ودرجة الحرارة فيه.

ولا شك في أن بيئة الاتصال تؤثر على طبيعة الاتصال ومدى جودته. فمثلاً يحتاج إلقاء درس علمي إلى بيئة هادئة مناسبة وليس إلى بيئة صاخبة مزعجة .

كما أن السياق الذي يتم فيه الاتصال (هل اتصّلنا بالآخرين رسمي أو عادي، هل هو ثنائي أو في مجموعة صغيرة أو كبيرة ... إلخ) يتطلب منا تحديد ما نقول وما نفعل. فالحديث مع الوالدين يختلف عن الحديث والاتصال مع الزملاء أو مع الغرباء، ... وهكذا .

كما أورد باحثون بيئة جديدة تتم فيها العملية الاتصالية و هي البيئة الافتراضية التي تعتبر أساس الاتصال الإلكتروني و هي بيئة غير واقعية لكن تتوفر فيها نفس عناصر العملية الاتصالية.

5. أنواع الاتصال:

اللفظي: يقوم على فكرة استخدام اللغة في إيصال فكرتنا للطرف المقابل، سواء أكان ذلك بالحديث أو استخدام لغة الإشارة، والاتصال اللفظي واحدٌ من أكثر أنواع الاتصال شيوعاً، إذ يستخدم في المحادثات الفردية، والمكالمات الجماعية، والعروض التقديمية، ومؤتمرات الفيديو. يترافق الاتصال اللفظي في أغلب الأحيان مع أنواعٍ أخرى من الاتصال، كالاتصال الكتابي أو الاتصال غير اللفظي.

غير اللفظي: تتم عملية التواصل بين الطرفين وفق هذا النوع باستخدام لغة الجسد وتعابير الوجه والإيماءات. يساهم هذا النوع في فهم مشاعر وأفكار الطرف الآخر، عن طريق مراقبة حركاته وتصرفاته.

المكتوب: تتم عملية التواصل من خلال كتابة وطباعة رموزٍ كالأحرف والأرقام كوسيلةٍ لنقل المعلومات بين الأطراف، حيث تُستخدم الكتابة لمشاركة المعلومات على شكل كتبٍ، أو مدونات، أو رسائل، أو منشوراتٍ، كما ظهرت طرق ووسائل اتصّل مكتوبة جديدة تخصّ أمكنة العمل، كالدرشة الإلكترونية، ورسائل البريد الإلكتروني.

المرئي: يستخدم هذا النوع الرسوم البيانية والمخططات والصور الفوتوغرافية لإيصال المعلومة، كما يُستفاد منه بشكلٍ خاصٍ في العروض التقديمية كوسيلةٍ لتقديم شرحٍ أفضل عن المعلومات بجانب أنواعٍ أخرى من الاتصال كنا قد أسلفنا ذكرها، وهي اللفظي والكتابي. و هناك أنواع أخرى من الاتصال:

الاتصال الهابط:

وهي عبارة عن نوع من الاتصالات الرسمية و التي تعتمد على أسلوب التوجيهات و التعليمات و القرارات و هذه الاتصالات نجدها في المؤسسات.

الاتصال الصاعد:

و هي نوع من الاتصالات الرسمية تعتمد على كتابة تقارير و تصدر من صغار الموظفين إلى كبار المسؤولية.

الاتصال الأفقي:

و هي تلك الاتصالات التي تتم بين الادارات المختلفة في المؤسسة الواحدة.

الاتصال الداخلي:

و هو ذلك النوع من الاتصال إما الرسمي أو الغير رسمي يتم داخل المؤسسة. ضف إلى ذلك أنواع أخرى للاتصال كما يلي:

- الاتصال الذاتي :

هذا النوع من الاتصال يحدث لكل منا حينما نتحدث مع أنفسنا. ويتعلق هذا بالأفكار والمشاعر والمظهر العام . كما نراه ونحس به . في ذواتنا. وبما أن الاتصال يتركز في داخل الإنسان وحده، فإنه هو المرسل والمستقبل في الوقت نفسه. وتتكون الرسالة من الأفكار والمشاعر، كما أن وسيلة الاتصال هي المخ الذي يترجم الأفكار والمشاعر ويفسرهما، وهو نفسه الذي يصدر رجع الصدى عندما يقلب المرء الأفكار والمشاعر فيقبل بعضها ويرفض البعض الآخر أو يستبدلها بغيرها.

- الاتصال الشخصي:

يحدث الاتصال الشخصي حينما يتصل اثنان أو أكثر مع بعضهم البعض عادة في جو غير رسمي، لتبادل المعلومات ولحل المشكلات ولتحديد التصورات عن النفس والآخرين. ويشمل الاتصال الشخصي نوعين رئيسيين هما: الاتصال الثنائي والاتصال في مجموعات صغيرة.

- الاتصال الجمعي:

في الاتصال الجمعي تنتقل الرسالة من شخص واحد (متحدث) إلى عدد من الأفراد يستمعون، وهو ما نسميه بالمحاضرة أو الحديث العام أو الخطبة أو الكلمة العامة. ويحدث هذا عادة من خلال المحاضرات الدينية أو التوجيهية أو التجمعات الجماهيرية أو المظاهرات السياسية وكلمات الترحيب والتأبين، والحديث في الأماكن العامة إلى عدد قليل أو كثير من الناس.

- الاتصال الجماهيري:

يحدث الاتصال الجماهيري من خلال الوسائل الإلكترونية كالإذاعة والتلفاز والأفلام والأشرطة المسموعة والإنترنت والصحف والمجلات والكتب. وتشمل وسائل الاتصال الجماهيري كذلك وسائل الاتصال المتعددة كالأقراص المضغوطة والأقراص المرئية ونحوها. وهذا يعني أن الرسالة يقصد بها الوصول إلى عدد غير محدود من الناس. ورغم كثرة استخدامنا لوسائل الاتصال الجماهيري إلا أن فرص التفاعل بين المرسل والمستقبل قليلة أو منعدمة في أكثر الأحيان.

- الاتصال الثقافي:

الثقافة هي مجموع القيم والعادات والرموز اللفظية وغير اللفظية التي يشترك فيها جمع من الناس. وتتفاوت الثقافات فيما بينها في هذه القيم والعادات والرموز حسب تاريخ الشعوب وأوضاعها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، كما أن الثقافة الواحدة قد يكون بها أكثر من ثقافة صغرى. يشترك العرب مثلاً في ثقافة واحدة واسعة، ولكن كل بلد عربي له ثقافة مميزة، كما أن كل بلد قد يكون به أكثر من ثقافة صغرى تتميز بها عن بقية الثقافات الموجودة في ذلك البلد، وذلك رغم اشتراك هذه الثقافات في أمور جامعة ووجود اختلافات تكبر أو تصغر بينها.

6. نماذج الاتصال:

لقد قسم باحثو الاتصال العملية الاتصالية إلى أقسام صغيرة أو عناصر أو متغيرات (مرسل، رسالة، مستقبل، استجابة) وتأثير ذلك لتسهيل تحليل عملية الاتصال ثم وضعوا هذه العناصر في نماذج اتصال متنوع والنماذج تقوم بدور تنظيمي من خلال ترتيب وربط العناصر مع بعضها وتبيان العلاقة بينها، أي أن نماذج الاتصال تصور العناصر الرئيسية للعملية الاتصالية ، ولعل أهمها النماذج التالية:

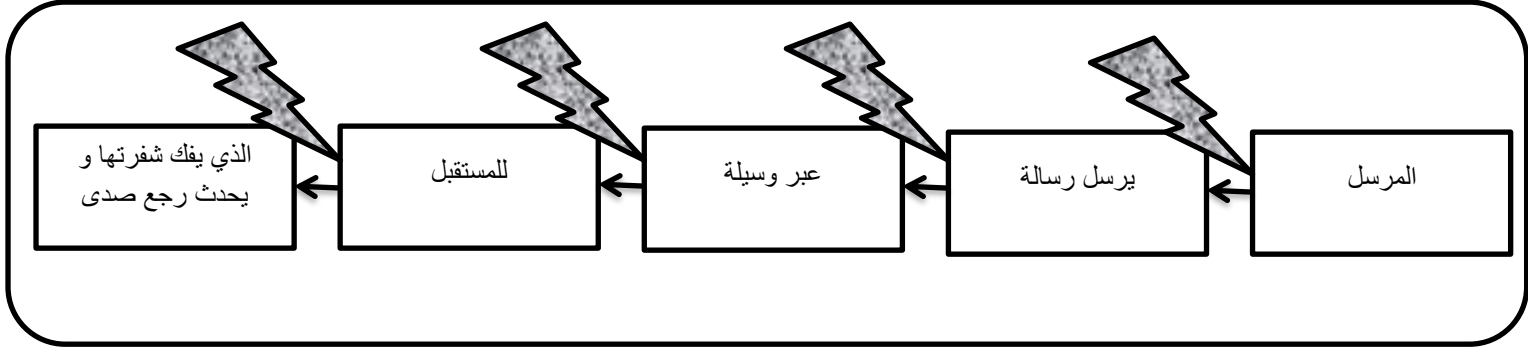
- نموذج لاسويل:

قدم هارولد لاسويل نموذجاً عاماً للاتصال تجاوز حدود اختصاصه ألا وهو العلوم السياسية فقال أن العملية الاتصالية يمكن توضيحها بالعبارات اليسيرة التالية:

من يقول - بماذا، لمن، بأي وسيلة، بأي أثر؟

و قد ركز على الرسالة اللفظية واهتم بعناصر الاتصال المتمثلة في المرسل، المرسل إليه، الرسالة الاتصالية واعتبر أن الاتصال يسير في اتجاه واحد يؤثر فيها الفرد عن طريق الرسالة التي يبثها.

ويمكننا رؤية هذا النموذج من خلال الشكل التالي:



نموذج شانون وويفر:

وضع أسس هذا النموذج شانون الذي كان يعمل في مختبر شركة بيل الأمريكية للتلفونات ومساعدته ويفر سنة 1949 ويصف هذا النموذج عملية الاتصال بأنها خطية أي تسير في اتجاه واحد، ويذكر خمس مراحل لعملية الاتصال بالإضافة إلى عنصر التشويش الذي يعيقها وهي :

مصدر المعلومات، المرسل، القناة أو الوسيلة. المستقبل، الهدف، التشويش .

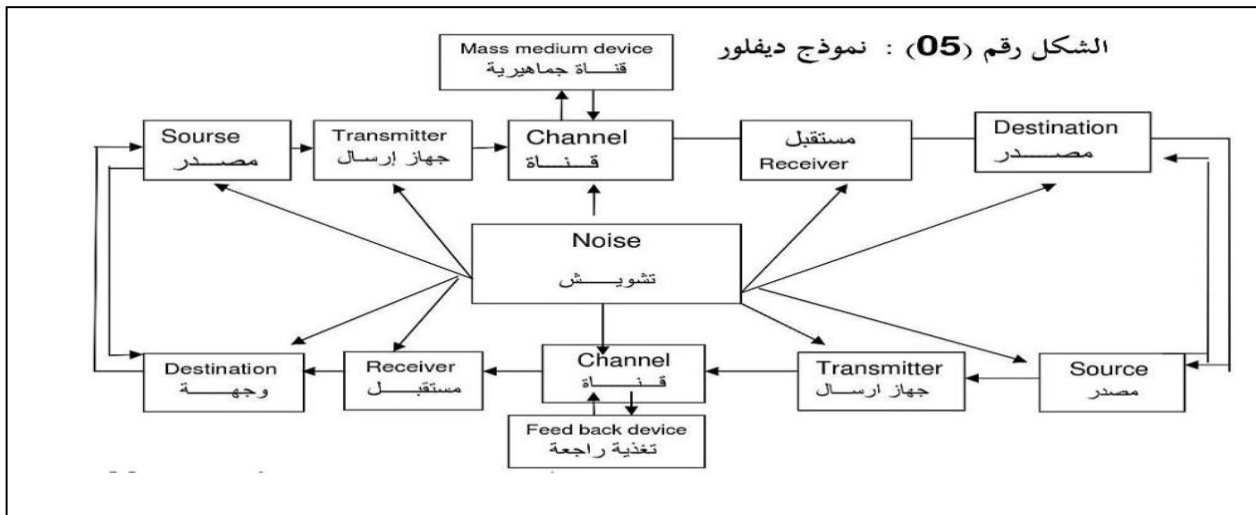
و تبدأ عملية الاتصال بمصدر يختار رسالة يتم وصفها في كود بواسطة جهاز إرسال يحول الرسالة إلى إرشادات ثم يقوم جهاز الاستقبال بفك كود الإشارات ويحولها إلى رسالة يستطيع المستقبل استقبالها والتعامل معها، والتغيرات التي تحدث للرسالة خلال انتقالها من المرسل إلى المستقبل تكون بسبب عملية التشويش وأيضاً الانتروبي والذي يعني العشوائية في بناء الرسالة أو سوء التنظيم والحشو والزيادة وعلاقتها بفهم الرسالة.

نموذج ديفلور:

هذا النموذج هو عبارة عن تطوير نموذج شانون قام به سنة 1966 ويناقش مدى التطابق بين الرسالة المنتجة Produced Message من قبل المصدر والرسالة الواصلة إلى المستقبل Received Message حيث لاحظ ديفلور بأنه أثناء عملية الاتصال يتحول المعنى Meaning الموجود في ذهن المرسل إلى رسالة اتصالية ومن ثمة يقوم جهاز

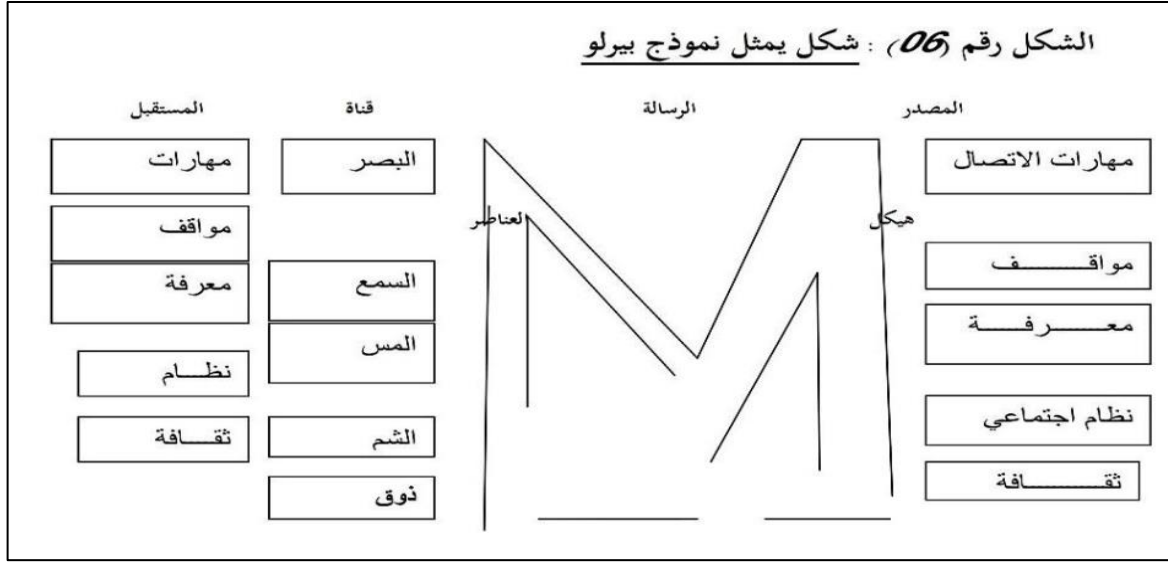
الإرسال Transmitter بتحويل هذه الرسالة إلى معلومات تمر عبر قناة قد تكون جماهيرية مثلا لتصل إلى المستقبل فيقوم المستقبل بتحليلها كرسالة اتصالية ليحصل على المعنى المطلوب فإذا كان هناك تطابقا بين معنى الرسالة الصادرة عن المصدر ومعنى الرسالة الواصلة إلى المستقبل يكون الاتصال قد تم .

و قال ديفلور " بأن هذا التطابق نادرا ما يكون كاملا وقد أضاف عنصر التغذية الراجعة أو الاستجابة إلى نموذج شانون وركز على كيفية حصول المصدر على استجابة من المستقبل تساعده على تعديل رسالته الاتصالية للتأثير على المستقبل أو وجهة الرسالة الاتصالية.



- نموذج بيرلو:

يتكون نموذج بيرلو من أربعة عناصر هي : المصدر، الرسالة، الوسيلة، المستقبل، وبالنظر إلى شكل هذا النموذج لا يكفي أن نعدد بداية الاتصال من المصدر لأن المعلومات التي لديه تعد نتيجة عوامل متعددة، منها مهارات الاتصال، المعرفة والميول، النظام الاجتماعي والثقافي الذي يعيش فيه المصدر، لذلك يعد الاتصال المرسل حصيلة لهذه المؤشرات وتفاعلها مع بعضها البعض.



7. الفرق بين الاتصال و بعض المصطلحات المشابهة:

- الفرق بين الاتصال و الاعلام :

كلمة الاعلام مشتقة من علم ومعلومة تقول العرب الخبر اعلمه اي يعني صار يعلم الخبر بعد ان طلب معرفته لغوي يكون معنى الاعلام نقل الخبر وهو نفس المعنى الذي يطلقه المنظور لعملية الاعلام .

وايضا كلمة الاعلام مشتقة من الفعل الرباعي اعلم ومصدره الاعلام بمعنى الاخبار وعلى هذا فان التعليم والاعلام اصلهما واحد وهو الفعل علم الا ان الاعلام اختص بما كان بأخبار سريعة اما التعليم ف اختص بما يكون بتكثير وتكرير حتى يحصل منه اثر في نفس المعلم او المتعلم فيقبل كلمة العلم كلمة مضادة وهي الجهل بمعنى ان الاول يزيل الثاني او ان هناك طرف ثاني يطلب ازاحة الغموض حول شيء لا يعلمه وايضا كلمة علم مشتقة من علامة وتعنى الاثر الذي لا يزول بمعنى الراسخ في الذهن وهي المظهر الذي ينعكس على سلوكه كراي او كفعل فمثلا يقوله المنظر في الاعلام والاتصال **عبد اللطيف حزة** الاعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة او الحقائق الثابتة .

ويقول ايضا الباحث **فوتن تيرو** الاعلام هو نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة الالفاظ او اصوات او صور او بصفة عامة بواسطة جميع العلامات والرموز التي يفهمها الجمهور .

و يكمن الفرق بينهما في ما يلي كثيرا ما نخلط بين الاعلام والاتصال، رغم أن الاعلام هو جزء من الاتصال إلا أنه لا يمكن اعتباره اتصال فهو مجموعة من المعارف والممارسات تسعى خاصة إلى وضع الأفراد في عالقة مع الأحداث بينما الاتصال يعتبر مجموعة من الممارسات التي تسعى خاصة إلى وضع الأفراد في عالقة فيما بينهم كل اتصال يحتوي على إعلام ويعمل عموما على تمرير المعلومة في اتجاهين.

- الفرق بين الاتصال الدعاية:

تعريف الدعاية : ترجع اللفظة الايطالية للدعاية الى الفعل اللاتيني بروباج والتي تعني غرس الجذر نباتا جديدا في مكان جديد وهي تمثل جماعة او خطة او برنامجا لنشر معتقدا او ممارسة ما او انها جهود و مبادئ يتخذها الشخص من اجل نشر فكرة او لراي او معتقد ما وقد اسس هذه الجماعة البابا اوريل الثامن سنة 1933 تحت تسمية كونقرিকা تشو , دوبروغاندا وهذه الجماعة تتولى مهمة التبشير الخارجي للكنيسة الكاثوليكية

التعريفات الحديثة للدعاية: استنبط علماء الاتصال والسياسة وغيرهم هذا المفهوم القديم واستعملوه في تعريفات حديثة لا تتعلق فقط بالجانب الديني ومن بين هذه التعريفات ..

تعريف كامبل يونغ : الدعاية هي استخدام الرموز على نحو معتمد ومنتظم ومخطط من خلال الإيحاء اساسا وما يتصل به من تقنيات نفسية وذلك تصد تغيير وضبط الآراء والافكار والقيم وتغيير الافعال الظاهرة في نهاية الامر عبر خطوط حددت سلفا .

تعريف والتر ليب مان : الدعاية هي محاولة التأثير على الجماهير وعقولهم ونفوسهم والسيطرة على سلوكهم لأعراض مشكوك فيها وذلك في مجتمع معين .

لم يكن علماء اللغة والقانون فقط من حاولوا تعريف الدعاية بل هناك علماء الاجتماع والنفس والسياسة والاعلام فنجدهم يتفقون على ان الدعاية هي فن التأثير الممارسة والسيطرة والالاحاح والتغيير والترغيب والضمان لقبول وجهات النظر والآراء والاعمال والسلوك و ذهب آخرون الى ان الدعاية يجب ان تكون منسقة ومنظمة ومتعمدة ومقصودة حيث يعرفها **هاورد لازويل :** تتخذ الدعاية شكل وسائل قد تكون شكل صور خطية أو كلامية أو تصويرية وقد فسر ذلك في كتابة الدعاية والنشاط الدعائي .

الفروق بين الاعلام و الاتصال والدعاية :

1. يقدم الاعلام افكارا مجردة وليس له غرض معين ماعدا نشر الاخبار بينما نجد ان الدعاية تهدف الى غاية ومقصد معين فالإعلام يقدم اخبار
2. تختلف الدعاية عن الاعلام في ان مصدر المعلومات في الدعاية قد يكون غير معروف وفي الاعلام فان المصدر دائما معروف
3. يعمل الاعلام على توزيع المشاركة الجماهيرية بينما الدعاية فهدفها اضعاف روح المشاركة بين الافراد خلال تحديد الاهداف مسبقا .
4. يمكن للعاملين على الدعاية استخدام مختلف الاساليب بما فيها تلك التي تتنافى مع المبادئ والقيم والاخلاق وهذا من اجل الوصول للهدف بينما بالنسبة للإعلام فانه يتخذ من الصدق والانسانية والاخلاقيات
5. يعمل الاعلام على تقديم مختلف وجهات النظر بهدف تمكين الجماهير من اصدار حكمهم بينما الدعاية فهي توجه الافكار دون مراعاة للجمهور
6. هناك اختلاف كبير من حيث اللغة المستخدمة فلغة الإعلام تمتاز بالبساطة والوضوح والدقة والمباشرة بينما الدعاية تستخدم لغة بعيدة عن الاعلام (التهديد المبالغة اسلوب استثنائي)

- الفرق بين الاتصال و الاشاعة :

تعريفها لغة : هي الاخبار المذاعة او الشائعة جاء في لسان العرب لابن منظور شاع النبي بمعنى انتهى وشاع الخبر بمعنى ذاع والشاعة هي الاخبار المنتشرة والرجل الشاع والمشاع هو الذي لا يكتف سر ام في المعجم الوسيط فقد اورد معنى الشاعة او الاشاعة كونها الخبر الغير موثوق اي خبر يحتمل الصق والكذب

تعريفها اصطلاحا : الاشاعة هي نشر معلومة او الخبر بصفة غير منتظمة دون التحقق من صحته وتنتشر هذه الاخبار بين عدد كبير من الناس غالبا بصفة سرية كونها تنتكر لمصادرها وتمتتع عن ذكرها غالبا ما تكون اخبار وهمية لكنها ملموسة فيها الكثير من التحريف والتزييف وبالتالي هي تستخدم غالبا الاتصال الشخصي وتعتمد في شيوعها وسريانها بين الناس على الاتصال بين الشخصين او الاخر كما تكتسي الاشاعة بصفة

السرية فهي بمثابة اعلام الموازي يعيش الى جانب الاعلام الرسمي يغذيه ويتغذى منه
ينافسه او يزاحمه ويطارده احيانا اخرى يكمله وينميه

الفرق بين الاشاعة والاعلام و الاتصال: تقول القاعدة الثابت وجود الاعلام ينفي وجود
الشائعات انعدام الاعلام تنتشر الاشاعة ,وجود اعلام ضعيف يجعل الشائعات تتكاثر