المحاضرة 11:نماذج الاتصال

1- مفهوم النموذج

يعرف النموذج بأنه *model* أو إطار ذهني يعبر عن ماهية عمل الأشياء على اختلافها، وحسب قاموس *webster* فإن النموذج هو أي شيء مشابه لشيء آخر تماما، والنموذج هو مصغر لشيء ما، وهو عبار عن مثال مقلد،[1]ويتم تعريف النموذج الاتصالي بانه صورة تصورية او اطار ذهني يعكس الواقع من خلال تبسيطه باستخدام رموز تساعد على فهم وتفسير العلاقة بين الأجزاء المكونة للظاهرة.[2]

1-1نموذج<<لاسويل>> للاتصال (*Laswel model of communication*)

وضع عالم السياسة الأمريكي **هارولد لاسويل** هذا النموذج عام 1948، وأصبح أحد النماذج الأكثر استخداماً وتأثيراً في الدراسات الإعلامية والاتصالية. وقد صاغ لاسويل نموذجه في صورة خمسة أسئلة أساسية تشكّل إطاراً لتحليل أي عملية اتصالية،3 وهي:

1. من؟المرسل
2. يقول ماذا؟ المضمون أو الرسالة
3. بأي وسيلة؟القناة أو الوسيط
4. إلى من؟ المتلقي أو الجمهور
5. وبأي تأثير؟ التأثير أو الأثر

ويُعدّ لاسويل أيضاً من رواد المنهج الكمي لتحليل المضمون، حيث استخدم هذا النموذج كأداة تحليلية منهجية لفهم آليات الاتصال وتأثير وسائل الإعلام في الرأي العام والسلوك الاجتماعي والسياسي.4.

1-2-نموذج بث الإشارات لشانون و ويفر(*Shannon and waver model*)

وضع هذا النموذج كل من العالم الرياضي كلود شانون ومساعده وارن ويفر عام 1949 أثناء عملهما في شركة "بل" الأمريكية للهاتف. ويُعدّ هذا النموذج من أكثر النماذج تأثيرًا في نظرية الاتصال، حيث استُوحيت صيغته الأولى من نقل الإشارات في الأنظمة التقنية مثل التلغراف والهاتف، ثم جرى تعديله ليشمل عملية الاتصال البشري.

يوضح النموذج أن المعلومات تسير من المصدر (المرسل) إلى المستقبل، لكنها قد تتعرض خلال رحلتها إلى عوامل تشويش مختلفة — كالتحريف، أو المؤثرات الدخيلة مثل الضجيج، البكاء، الضحك، أو حتى السياق غير المناسب — مما يؤدي إلى غموض الرسالة وصعوبة فهمها.

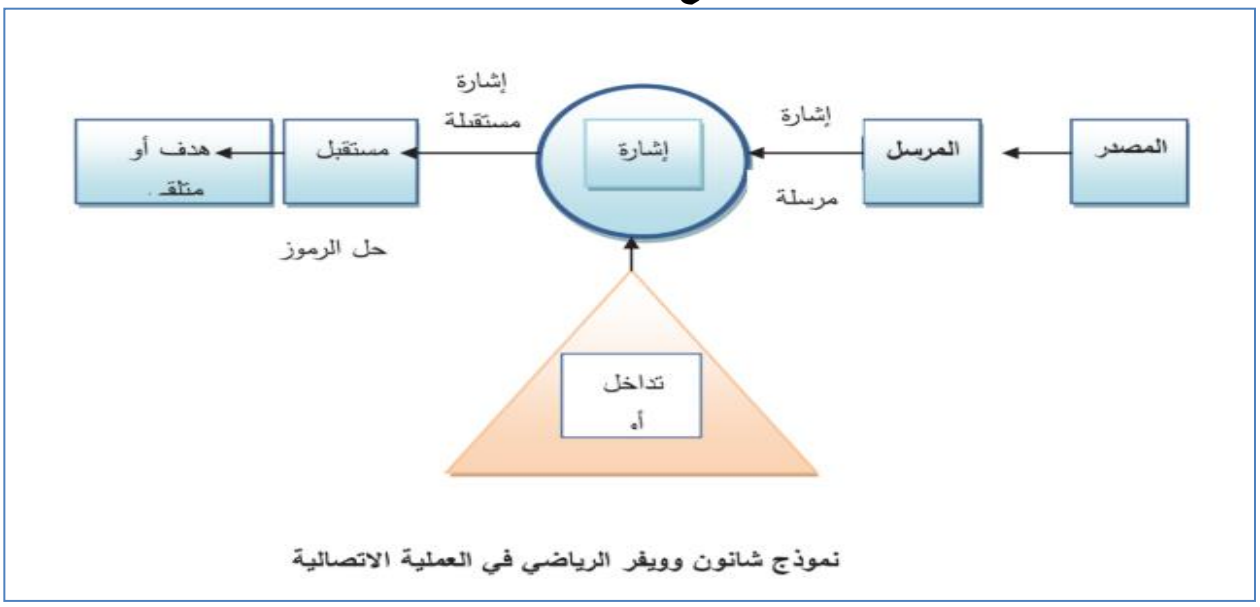
يُعرّف **التشويش** بأنه أي عنصر غير موجود في الرسالة الأصلية ويعيق عملية التواصل، مما يولد حالة من **عدم التيقن** لدى المستقبل. ويمكن التغلب على هذا الغموض من خلال آليات مثل **التكرار** أو تحسين قنوات الاتصال.

يُعدّ نموذج شانون (1948) لعملية التواصل، من نواحٍ مهمة، بدايةً لهذا المجال الحديث. فقد قدّم، ولأول مرة، نموذجًا عامًا لعملية التواصل يُمكن اعتباره أرضيةً مشتركةً بين تخصصاتٍ متنوعةٍ كالصحافة والبلاغة واللغويات وعلوم النطق والسمع. ويعود جزءٌ من نجاحه إلى اختزاله البنيوي للتواصل إلى مجموعةٍ من المكونات الأساسية التي لا تُفسّر فقط كيفية حدوث التواصل، بل تُفسّر أيضًا سبب فشله أحيانًا. ولعب التوقيت المناسب دورًا هامًا أيضًا؛ إذ لم يكن العالم قد مضى عليه سوى ثلاثين عامًا في عصر الإذاعة الجماهيرية، وخاض حربًا عالميةً في أعقابها، وكان التلفزيون، وهو أكثر قوةً، على وشك الظهور. لقد حان الوقت لإنشاء مجال التواصل كتخصصٍ موحد، وكان نموذج شانون ذريعةً وجيهةً كغيره. وتتجلى القيمة الدائمة لهذا النموذج

1صفية قافي، علي منصوري: مصطلح النموذج التعليمي، مفهومه، جذوره التاريخية وأهميته الحداثية، المجلد 20، العدد 2، ص 92.
2حمد القميزي: تقنيات التعليم ومهارات الاتصال، دار روابط للنشر وتقنية المعلومات، مصر، 2016، ص 57.
3 - جيهان أحمدرشتي : مرجع سبق ذكره ، ص13.

بوضوحٍ في الكتب الدراسية التمهيدية، إذ لا يزال من أوائل ما يتعلمه معظم الطلاب عن التواصل عند التحاقهم بدورةٍ تمهيديةٍ في هذا المجال. في الواقع، إنها واحدة من عدد قليل من البيانات النظرية حول عملية الاتصال التي يمكن العثور عليها في الكتب التمهيدية في كل من الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي.[1]

شكل نموذج شانون وويفر للاتصال



نموذج شانون وويفر الرياضي في العملية الاتصالية

المصدر:النظرية النقدية:. د. مراد عبد الرحمن مبروكنظرية الاتصال الأدبي وتحليل الخطاب: دارالأدهم للنشروالتوزيع.ص.77

1-3- نموذج الخبرة المشتركة *(The Osgeed and Schramm)*

وضع هذا النموذج عام 1959 على يد ويلبرشرام، ويعتبر امتدادًا وتطويرًا لنموذج شانون وويفر، حيث سعى إلى جعله أكثر ملاءمة لوصف عملية الاتصال البشري المعقدة. وقد أدخل شرام مفهومًا جوهريًا هو "التجربة المشتركة "بين المرسل والمستقبل، والتي تشير إلى مجموعة القيم والمعاني والخبرات والرموز المشتركة التي تسهّل فهم الرسالة وتحدد فعالية التواصل.

كما حدد شرام ثلاث مراحل أساسية في عملية تشكيل واستقبال الرسالة:

1. المرسل (وضع الشفرة):وهي مرحلة صياغة الفكرة وتحويلها إلى رموز أو إشارات قابلة للنقل (كلمات، صور، إيماءات).
2. الرسالة (التفسير):وهي عملية تحديد معنى الرموز المستخدمة وفقًا للسياق والشفرة المتفق عليها.
3. المستقبل (فك الرموز):وهي مرحلة استقبال الرموز وتحويلها مرة أخرى إلى أفكار ومفاهيم ذات معنى لدى المتلقي.

ويؤكد النموذج على التناظر والتكامل بين دوري المرسل والمستقبل، حيث يعتمد كل منهما على عمليات عقلية مشابهة (التشفير وفك التشفير)، ويسلط الضوء على أهمية دراسة السلوك الاتصالي لكل منهما لفهم ديناميكية التفاعل الكلية. وقد شارك شرام في هذا التوجه الباحث تشارلز أوسغود، الذي ركز على الجانب السيكولوي للاتصال وكيفية تفسير الأفراد للرسائل في ضوء تجاربهم الذاتية.

وبهذا يكون نموذج شرام قد نقل الاهتمام من البعد التقني والميكانيكي للاتصال إلى البعد الإنساني والتفاعلي، معتبرًا أن نجاح الاتصال يعتمد في الأساس على مدى التقاء عالمي المرسل والمستقبل في فضاء من التجارب والرموز المشتركة.

1-4-نموذج روس:

[1]) Foulger, Davis. "Models of the communication process." Brooklyn, New Jersey (2004): p 2.

وضع عالم الاتصالات بروس روس هذا النموذج عام 1965، وهو يحمل تشابهًا من حيث العناصر الأساسية مع نموذج لاسويل الشهير، لكنه يضيف بُعدًا نفسيًا واجتماعيًا أعمق. ويؤكد روس أن عملية الاتصال لا تعتمد فقط على نقل المعلومات، بل تتأثر بشكل كبير بالحالة النفسية والمعرفية لكل من المرسل والمستقبل. فمشاعر المرسل، اتجاهاته، ومعلوماته المسبقة تلعب دورًا في صياغة الرسالة، بينما تؤثر ذات العوامل لدى المستقبل في كيفية تفسيره لها.
فعلى سبيل المثال، إذا كان المرسل متوترًا أو يفتقر إلى المعلومات الكافية، فقد تكون رسالته غير دقيقة أو مشوشة، مما يؤدي إلى تفسير خاطئ من قبل المستقبل. كما أن تحيّزات المستقبل أو معرفته المحدودة بالموضوع قد تجعله يفهم الرسالة بشكل مختلف كليًا عن المقصود الأصلي.

أما قنوات الاتصال في هذا النموذج فهي تعتمد على الحواس البشرية الأساسية :السمع)كالمحادثات والأصوات(، والبصر)كالقراءة والإيماءات والتعبيرات الجسدية(، والحس/الشعور (كلمسة تطمئن أو نبرة صوت تحمل دفئًا). وتتخذ الرسالة أشكالًا متعددة مثل الرموز (كالعلامات المرورية)، واللغة (المكتوبة أو المنطوقة)، والأصوات (كجرس التنبيه)، وكلها تحمل في طياتها مضامين عاطفية وثقافية.
من خلال هذا النموذج، يظهر الاتصال كعملية ديناميكية متغيرة، تسير في اتجاهين تفاعليين، وتتأثر بالسياق العام والبيئة المحيطة. فالتواصل بين شخصين في اجتماع عمل رسمي يختلف عنه في جلسة عائلية، لأن العوامل الاجتماعية والثقافية والنفسية تشكّل إطارًا حيويًا يؤثر في سير العملية برمتها. وهكذا، يؤكد روس أن الاتصال في جوهره **تفاعل اجتماعي حي**، وليس مجرد نقل آلي للكلمات.

1-5- نموذج "كاتز" و" لازاردسفيلد" *"Lazard sfiled"and "Katz"*-

يبحث هذا النموذج في تأثير الإعلام الجماهيري من خلال ما يُعرف بالتيار ذي الخطوتين، حيث لا تؤثر الرسائل الإعلامية في الجمهور مباشرة، بل تمر أولاً عبر النخب وقادة الرأي العام الذين يعيدون صياغتها وتوجيهها ضمن أطر اجتماعية مؤثرة. ووفق هذا النموذج، فإن الفرد يتعامل مع المعلومات في حدود محيطه الاجتماعي المباشر، وتتمايز استجابته لها حسب تجاربه ومواقفه الذاتية؛ مما يعني أن الرسائل الإعلامية الجماهيرية لا تصل بفعالية كبيرة إلا عندما تتبناها شبكات التأثير الاجتماعي.
وعلى سبيل المثال، في العمليات الانتخابية، نجد أن الناخب غالباً ما يتأثر بأفعال وآراء المحيطين به – كالأصدقاء أو زملاء العمل أو الشخصيات المحلية المؤثرة – أكثر من تأثره المباشر بالدعاية الإعلامية المباشرة. فالمعلومة أو الدعاية الانتخابية تكتسب قوتها وقابلية انتشارها عندما **يعيد قادة الرأي تفسيرها** وينقلونها إلى الجماعات التي يوجهونها، مما يجعل تأثير الإعلام في هذه الحالة **تأثيراً غير مباشر**، يعتمد على البنى الاجتماعية والثقافية أكثر من اعتماده على قوة الرسالة الإعلامية بذاتها.

1-6- نموذج / نيوكومب *T. New comb*

يعتمد هذا النموذج على فكرة أن الفرد يُكوِّن مواقف باستمرار حيال القضايا والأشخاص والأحداث في محيطه، سواء من خلال تجاربه الشخصية أو عبر وسائل الإعلام. وتنقسم هذه المواقف إلى نوعين :اتجاهات تتعلق بموضوعات الاتصال ذاته، وتفاعلات تتعلق بالأشخاص القائمين عليه. وتساهم وسائل الإعلام في تشكيل هذه المواقف وتعديلها من خلال إحداث خمس تغييرات رئيسية: إثارة الشعور تجاه قضية أو شخص، أو تغيير قوة الانجذاب نحو موضوع ما، أو تقليل أهمية شعور معين، أو إضعاف الصلات المشتركة السابقة، أو إعادة ترتيب أولويات المواقف ضمن المنظومة القيمية للفرد. ولا تحدث هذه التعديلات بمعزل عن السياق، بل تتشابك مع الظروف والمراحل التي تكوَّنت فيها المواقف أولاً، مما يجعل عملية بناء المواقف عبر الاتصال عملية ديناميكية ومعقدة، تعكس التفاعل بين المضامين الإعلامية والواقع النفسي والاجتماعي للأفراد.[1]

[1] - جيهان رشتي : مرجع سبق ذكره ، ص 279.