مثل: الشبكات والسلاسل، فالاتصال الجماهيرى عبارة عن إنتاج جماعى ـ عادة ما ـ يتسم بالبيروقراطية التى تستهدف تحقيق الربح أو كسب الولاء مهما كانت الظروف.

٤- تتسم رسائل الاتصال الجماهيرى بالعمومية حتى تكون مقبولة ومفهومة من الجماهير المتعددة.

٥- يتم التحكم فى الاتصال الجماهيرى من خلال العديد من حراس البوابة الإعلامية، ففى حين يتحكم شخص واحد فى طبيعة الرسالة المنقولة فى حالة الاتصال المواجهى، إلا أنه فى حالة الاتصال الجماهيرى يوجد مجموعة من الأشخاص الذين يتحكمون فى شكل ومحتوى الرسائل التى تنقلها وسائل الإعلام.

٦- يكون رجع الصدى متأخراً فى الاتصال الجماهيرى عن أنواع الاتصال الأخرى، وسواءٌ أكان رجع الصدى ناقصاً أم بطيئاً فإنه يقلل من فرصة التعرف على جدوى الرسالة وتأثيرها بالنسبة للمرسل والمستقبل.

نماذج الاتصال :

من أهم الأهداف التى يسعى إليها أى علم، زيادة فهمنا للظواهر التى تحيط بنا، والوصول إلى تعميمات عن الظروف المحيطة تدعمها الأدلة العلمية الموضوعية، والهدف الثانى هو مساعدتنا على التنبؤ بالنتيجة، وتتم عملية الفهم بواسطة نماذج رمزية نستخدمها جميعًا فى تفكيرنا لكى تسهل علينا استيعاب وفهم الظواهر ومكوناتها الأساسية، والعلاقات بين تلك المكونات. فالنموذج عبارة عن محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التى يفترض وجودها بين المتغيرات التى تصنع حدثاً أو نظاماً معيناً فى شكل رمزى. أى أن النماذج عبارة

عن أدوات رمزية تساعدنا على فهم الظاهرة أو النظام، وإدراك العلاقات بين العناصر الأساسية فى تلك الظاهرة. ويتيح نموذج الاتصال للباحثين أبسط وأفضل الطرق لتفسير التفاعل البشرى الذى يتسم بالتعقيد الشديد. (چيهان رشتى ١٩٧٨ : ٧٠-٧٣).

ويصنف «بارنلند» (Barnlund, D.C., 1968 : 18) **النماذج تحت فئتين رئيسيتين هما :**

١- النماذج البنائية التى تبرز الخصائص الرئيسية للحدث أو الظاهرة، أى المكونات وعدد وترتيب الأجزاء المنفصلة للظاهرة التى نَصِفها.

٢- النماذج الوظيفية التى تسعى إلى تقديم صورة مطابقة للأسلوب الذى يعمل بمقتضاه النظام، وهى نماذج تشرح طبيعة القوى أو المتغيرات التى تؤثر على النظام أو الظاهرة.

وتخدم نماذج الاتصال أربعة أهداف رئيسية هى:

١- **تنظيم المعلومات:** فالنموذج يحاول إعادة خلق العلاقات التى يفترض وجودها بين الأشياء أو الظواهر التى ندرسها، وذلك فى شكل رمزى أو مادى.

٢- **تطوير الأبحاث العلمية:** فالنموذج يصور أفكار الشخص الذى قام ببنائه عن المتغيرات المهمة فى الظاهرة فى شكل يتيح للمتلقى تحليل الأسلوب الذى تعمل بمقتضاه تلك المتغيرات.

٣- **التنبؤ:** هناك علاقة قوية بين الفهم والتنبؤ، وذلك لأننا بعد أن نفهم الظاهرة، سنحاول أن نستفيد من النتائج التى حصلنا عليها، أى نستنتج من العلاقة الوظيفية التى اكتشفناها نتائج أخرى، أو نحاول تطبيق ما توصلنا إليه على مواقف أخرى مشابهة.

٤- **التحـكم** : بعد التنظيم والفهم والتنبؤ نصل إلى الهدف الأخير من أهداف النموذج وهو التـحكم وذلك من خلال محـاولة السيطرة على الظواهر، واستخدامها لصالح الإنسان.

وهناك مجموعة من الصعوبات التى تواجهنا عند وضع نماذج الاتصال هى:

١- العمل على تـجميد عملية الاتصال لكى نَصِف عناصرها أو مكوناتها.

٢- إغفـال بعض العناصـر، أو الفصل بين عناصـر لا يمكن الفصل بينهـا فى الواقع.

٣- استـخدام اللـغة فى الوصـف، واللغـة نفـسـها عمليـة متغـيرة من وقت لآخـر.

ويمكن تقسيم نماذج الاتصال إلى نوعين رئيسيين هما:

- النماذج الخطية (أحادية الاتجاه). Linear Models

- النماذج التفاعلية (ثنائية الاتجاه). Interaction Models

أولاً - النماذج الخطية (أحادية الاتجاه) :

١ - نموذج (أرسطـــو) :

يرى « أرسطو » فى كتابه «فن البلاغة»، أن البلاغة ـ ويعنى بها «الاتصال» ـ هى: «البـحث عن جمـيع وسائل الإقناع المتـاحة » ، وقـد نظم « أرسطو » دراسته تحت العناوين الرئيسية الآتيـة:

١- الخطيب (المرسل) .

٢- الخطبة (الرسالة) .

٣- المستمع . . (المتلقى) .

ونظراً لأن الخطابة كانت الوسيلة الأساسية للاتصال السياسى فى المدن الإغريقية، فقد كان الإقناع الشفهى هو أقرب الشبه بالاتصال الذى نعرفه الآن.

٢ – نموذج (هارولد لازويل) : (Lesswell, 1977 : 84)

يقترح «هارولد لازويل» خمسة أسئلة للتعبير عن الاتصال هى:

١- من ؟	Who?
٢- يقول ماذا ؟	Says What ?
٣- بأية وسيلة (قناة) ؟	In Which Channel ?
٤- لمن ؟	To Whom ?
٥- وبأى تأثير ؟	With What Effect ?

٣- نموذج (جورج جربنر) : (Man lin, 1977 : 4)

يتضمن نموذج « جربنر » عشرة عناصر للاتصال هى :

١- شخص	Some one
٢- يدرك حدثًا	Perceive an event
٣- ويستجيب	and reacts
٤- فى موقف ما	In a Situation
٥- عبر وسائل	through Some means
٦- ليصنع مواد مناسبة	to make available materials
٧- بشكل ما	in some form
٨- وسياق	and Context
٩- ينقل محتوى	Conveying Content
١٠- له نتائج.	With Some Consequences

٤ – نموذج (شانون) و (ويفر): Shannon, & Weaver

يعتمد هذا النموذج على نظرية المعلومات التى قدمها الباحث «كلود شانون» عام ١٩٤٨، وتقوم هذه النظرية على مفاهيم رياضية تجعل الاتصال شبيهاً بعمل الآلات التى تنقل معلومات، والمكونات الأساسية التى تضع النظام الاتصالى وفقاً لهذا النموذج هى:

١- مصدر معلومات.	Source
٢- ينقل رسالة.	Message
٣- عبر جهاز إرسال.	Transmitter
٤- يحمل الإشارة (الرموز).	(Encoding) Signal
٥- يحدث تشويش.	Noise
٦-جهاز استقبال يتلقى الإشارة.	(decoding)
٧- الهدف.	Destination

ويتضح من ذلك وجود مصدر يختار رسالة، ويضعها في كود (رموز)، بواسطة جهاز إرسال يحول الرسالة إلى إشارات، ثم يقوم جهاز الاستقبال بفك كود الإشارات، ويحولها إلى رسالة يستطيع الهدف (المتلقي) أن يستقبلها. والتغييرات التى تطرأ علي الرسالة فى جهاز الإرسال وجهاز الاستقبال ترجع إلى التشويش الذى يشير إلى مصدر الخطأ الذى يسبب حدوث اختلافات بين العلامات أو الاشارات التى تدخل جهاز الإرسال وتخرج من جهاز الاستقبال. (جيهان رشتى ١٩٧٨ : ١٢٣ - ١٤١).

٥ – نموذج (ديفيد برلو): David Berlo,

يتضمن نموذج «برلو» للاتصال أربعة عناصر رئيسية هى :

١- المصدر. Source

٢- الرسالة.	Message
٣- الوسيلة.	Channel
٤- المتلقى.	Receiver

ويحتوى هذا النموذج على عنصرين فرعيين هما: المرمز Encoder الذى يضع الرسالة فى شكل رموز Codes مثل : الجهاز الصوتى فى الإنسان فى حالة الاتصال الشفوى أو الآلة الميكانيكية أو الإلكترونية فى حالة الاتصال المطبوع أو المسموع والمرئى. والعنصر الثانى : هو جهاز فك الشفرة Decoder الذى يقوم بفك رموز الرسالة .. مثل : الأذن فى حالة الاتصال الشفوى اللفظى أو العين فى حالة الاتصال غير اللفظى. (Berlo, D., 1963 : 30 - 38).

ثانياً - *النماذج التفاعلية (ثنائية الاتجاه)*:

حين نصف أمراً ما على أنه «عملية» Process فنحن نعنى بذلك أنه ليس له بداية أو نهاية، فالعملية هى أى ظاهرة تتغير بشكل مستمر بمرور الوقت (Berlo, D. 1963 : 23 - 24). والاتصال البشرى ليس عملية واحدة، بل هو مركب أو تجميع للعديد من العمليات أو القوى المعقدة والمستمرة التى تتفاعل فى ظرف ديناميكى ليس له بداية أو نهاية. (جيهان رشتى ١٩٧٨ : ٦٠).

ويتطلب النظر إلى الاتصال كـ «عملية» مراعاة العديد من الاعتبارات .. مثل: الجماعات، واتجاهات الفرد، والظروف الاجتماعية، وليس فقط الرسالة الإعلامية كما كان الوضع وفقاً لنماذج الاتصال الخطية التى ترى فى الاتصال عملية أحادية الاتجاه وليس عملية تفاعلية ثنائية الاتجاه، وسوف نكتفى بعرض نموذجين للاتصال التفاعلى هما : نموذج «روس» ، ونموذج «ولبورشرام».

١ – نموذج (روس) :

يعتمد نموذج «روس» التفاعلى على ستة عناصر أساسية هى:

١- المرسل .	Sender
٢- الرسالة .	Message
٣- الوسيلة .	Channel
٤- المتلقى .	Receiver
٥- رجع الصدى .	Feedback
٦- السياق .	Context

يبدأ المرسل فى وضع أفكاره فى «كود» يتضمن المنبهات التى تتفق مع وجهات نظره، ويعمل الظرف الذى يحدث فيه الاتصال كمؤثر يحدد المعنى العقلى للفكرة، ويتم نقل فكرة الرسالة فى شكل منبهات من خلال القنوات والوسائل التى تحمل الرسالة إلى المتلقى، ثم يفك المتلقى رموز الرسالة ويستوعبها، وتتضمن عملية فك الكود اختيار المنبهات التى تتفق مع ثقافة وخبرة المتلقى، وتتكون الثقافة من معرفة المتلقى لمعلومات الرسالة، ومن تجاربه السابقة حيال مثل تلك المعلومات، ومن مشاعره واتجاهاته وعواطفه وقت التلقى، وبعد أن يفسر المتلقى الرسالة يمكنه أن يستجيب لها، وهذه الاستجابة هى رجع الصدى ، أى رد الفعل الذى يتيح للمرسل معرفة مدى تحقيق الرسالة لهدفها.

ويؤكد الباحث «روس» على أهمية الظرف أو المناخ العام Context للحالة التى يحدث فيها الاتصال، ويتضمن هذا السياق العام مشاعر واتجاهات وعواطف كلاً من المرسل والمتلقى، ويدخل « روس » فى نموذجه أيضًا الرموز واللغة وترتيب المعلومات ويسمى هذا « المناخ العام أو الظرف الاتصالى». (جيهان رشتى ١٩٧٨ : ١٢٢ - ١٢٣).

٢ – نمـوذج (ولبورشـرام) :

استـخدم «ولبورشـرام» فى نموذجه التـفاعلى الذي قـدمه سنة ١٩٥٤، ثم طوره سنة ١٩٧١ العناصـر الأساسـيـة فى نموذج « شانون » و «ويفـر» ، مع إضافة عنصرين جديدين هما : رجع الصـدى، والخبرة المشتركة، وأضاف إلى النظام البنائى الذى أشار إليه «شانون» «النظام الوظيفى» ، أى تأثير التعلم على السلوك، والجوانب الدلالية وتأثيرها فى نموذج جديد يطرح مفاهيم هامة مثل : الإطار الدلالى للمرسل والمتلقى، وأهميـة الخبرة المشتركة فى تسـهيل الاتصال وتوصيل المعانى.

ويذهب «شـرام» إلى أن المصدر حين يسـعى إلى نقل معلوماته أو مـشاعره إلى شـخص آخر، عليـه أن يضع تلك المعلومـات فى شكل يمكن نقله، وهو رموز اللغة اللفظية وغـير اللفظية، فإذا لم يكن لدى المصدر معلومـات كافية، وهدف واضح، وإذا لم يتم وضع الأفكار فى رمـوز دقـيقـة، وإذا لم يتم نقل الإشارات بفعالـية كى تصل إلى المتلقى بسرعة كافيـة، فإن النظام الاتصالى لن يعمل بكفـاءة عالية. فالرسالة عـبارة عن إشارات ذات معنى مـشترك لكلٍّ من المرسل والمتلقى، وكلما تشابه إطارها الدلالى زاد احتمال أن تعنى الرسالة نفس الشىء لدى كلٍّ منهـما ، ويمثل الإطار الدلالى التجـربة المتراكـمة عند المرسل والمتلقى، وتمثل الخبـرة المشتركـة مدى التشـابه فى الإطار الدلالى لدى المرسل والمتلقى، فـالمصـدر يسـتطيع أن يضع أفكاره فى رمـوز encode، ويسـتطيع المتلقى أن يفك الكود decode بناء على أساس خبرة كلٍّ منهما، فإذا لم نكن قد تعلمنا اللـغة الروسية، لا نسـتطيع أن نضع أفكارنا بالروسيـة أو نقل رموز اللغة الروسية، وهذا يعكس الصعوبة الكبيرة التى تواجه الفرد الذى يتصل بفرد آخر ينتمى إلى ثقـافة مختلفة عـن ثقافته. وإذا أراد القائم بالاتصـال أن يختار المتلقى رسـالته، عليه أن يقـلل من الجهد الذى سـوف يتطلبه التـعرض إليـها وإدراكها، وقد وضع «شرام» المعادلة التالية:

والقيمية. وبالإضافة إلى ذلك، فإن هناك تاريخاً طويلاً من العداء والخصومة بين الصحافة والحكومة، وهناك مناطق أخرى للصراع مثل : الجدل حول حقوق وسائل الإعلام فى مواجهة حق احترام خصوصية المواطنين، وحق وسائل الإعلام فى حماية سرية مصادرها مقابل حق الحكومات فى حماية أسرارها فى أوقات الطوارئ والأزمات، وحق المواطنين فى المحاكمة العادلة، وحق المستهلكين فى الحماية من الادعاءات الكاذبة فى بعض الإعلانات. ومن خلال المعارك والصراعات القانونية حول هذه القضايا وغيرها، تتغير وسائل وأساليب الاتصال بشكل مستمر. هكذا يقدم نموذج الصراع الاجتماعى تصوراً مفيداً لدراسة القضايا الهامة المتعلقة بالنظم الإعلامية . (دوفلور وروكيتش ١٩٩٣ : ٥٩ - ٧١).

ثالثاً - النظريات النقدية :

تفترض النظريات النقدية أن وظيفة وسائل الإعلام هى مساعدة أصحاب السلطة فى المجتمع على فرض نفوذهم، والعمل على دعم الوضع القائم. ولذلك كانت دراساتهم النقدية للأوضاع الإعلامية وانتشار الثقافة الجماهيرية بديلاً عن الثقافة الراقية لوضع تفسيرات خاصة بمحتوى وسائل الإعلام للترويج لمصالح الفئات المسيطرة على المجتمع.

وتتفق الدراسات النقدية فى تحديد علاقة وسائل الإعلام بالقوى الاجتماعية والسياسية على النحو التالى:

١- إن محتوى وسائل الإعلام يروج اهتمامات الجماعات المهيمنة فى المجتمع، ويميل هذا المحتوى إلى التغطية غير المتوازنة للعلاقات الاجتماعية.

٢- تحليل المعانى الرمزية للمحتوى الذى تروجه المصالح الرأسمالية لجذب اهتمام الطبقات العاملة.