

المحاضرة الثانية

نماذج الاتصال

1. النظرية الرياضية للاتصال " نموذج شانون وويفر (1948)"

يعتمد نموذج شانون وويفر على فكرة أن الاتصال هو عملية خطية أحادية الاتجاه تتضمن ستة عناصر: المصدر، وجهاز الإرسال، والقناة، والمستقبل، والوجهة، والضوضاء. المصدر هو الشخص أو الكيان الذي لديه رسالة لتوصيلها، جهاز الإرسال هو الجهاز أو الوسيط الذي يقوم بتشفير الرسالة إلى إشارة يمكن أن تنتقل عبر القناة، القناة هي المسار أو الوسيط الذي يحمل الإشارة من جهاز الإرسال إلى جهاز الاستقبال، جهاز الاستقبال هو الجهاز أو الوسيط الذي يقوم بفك تشفير الإشارة مرة أخرى إلى رسالة يمكن فهمها بواسطة الوجهة، الوجهة هي الشخص أو الكيان الذي يتلقى الرسالة ويفسرها. الضوضاء هي أي تدخل أو تشويه يؤثر على جودة أو وضوح الإشارة أو الرسالة¹.

يتمتع نموذج Shannon-Weaver بالعديد من المزايا لتخطيط الاتصالات، أولاً، يوفر طريقة بسيطة وواضحة لتحديد وتحليل المكونات والعوامل الرئيسية لأي عملية اتصال، فهو يساعد على توضيح أدوار ومسؤوليات المرسل والمستقبل، وتقييم فعالية وكفاءة إرسال واستقبال الرسالة. ثانياً، يساعد على تحديد وتقليل مصادر وأنواع الضوضاء التي يمكن أن تؤثر على الاتصال، مثل الضوضاء الجسدية أو الدلالية أو النفسية أو الثقافية، كما أنه يساعد على اختيار القناة والوسيلة الأكثر ملاءمة وموثوقية لتوصيل الرسالة، حسب سياق الاتصال والغرض منه. ثالثاً، يمكن تطبيقه على أشكال ومستويات مختلفة من الاتصال، مثل الاتصال بين الأشخاص، أو الاتصال الجماعي، أو التنظيمي، أو الجماعي، أو الرقمي. ويمكن أيضاً تكييفها وتعديلها لتناسب المواقف والسيناريوهات المختلفة، مثل اتصالات الأزمات أو العلاقات العامة أو التسويق أو التعليم².

تحديات استخدام نموذج شانون وويفر

يحتوي نموذج شانون وويفر أيضاً على بعض القيود والعيوب فيما يتعلق بتخطيط الاتصالات. أولاً، يفترض أن الاتصال هو عملية خطية أحادية الاتجاه لا تنطوي على أي ردود فعل أو تفاعل بين المرسل والمتلقي. وهو لا يأخذ في الاعتبار الطبيعة الديناميكية والمعقدة للتواصل، حيث يتم بناء المعاني بشكل مشترك والتفاوض بشأنها من خلال حلقات الحوار وردود الفعل. كما أنه لا يأخذ في الاعتبار الجوانب العاطفية أو الاجتماعية أو الأخلاقية للتواصل، مثل الثقة أو العلاقة أو التعاطف أو الإقناع. ثانياً، يفترض أن المرسل والمتلقي لديهم نفس

¹ - Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). The mathematical theory of communication. University of Illinois Press, p44.

² - Pierce, J. R. (1961). Information theory and communication systems. Dover Publications, p56.

الفهم والتفسير للرسالة، وأنه لا توجد اختلافات أو حواجز من حيث اللغة أو الثقافة أو القيم أو المعتقدات. وهو لا يعترف بتنوع وتعدد المعاني ووجهات النظر التي يمكن أن توجد في الاتصال، واحتمال سوء الفهم أو الارتباك أو الصراع. ثالثاً، لا يتناول تحديات وفرص الاتصال في العصر الرقمي، حيث يتم الاتصال من خلال تقنيات ومنصات مختلفة يمكن أن تعزز أو تعيق الاتصال³، مثل وسائل الاتصال الاجتماعي أو المنتديات عبر الإنترنت أو البث الصوتي.

كيفية استخدام نموذج شانون ويفر في تخطيط الاتصال: من الممكن أن يظل نموذج شانون ويفر أداة مفيدة لتخطيط الاتصال، إذا تم استخدامه بشكل نقدي وإبداعي. ولتحقيق أقصى استفادة منه⁴، ابدأ بتحديد وتحديد أهداف وغايات واستراتيجيات الاتصال الخاصة بك. استخدم النموذج كقائمة مرجعية لتغطية جميع العناصر وعوامل الاتصال الأساسية⁵. قم بتكييفه وتعديله ليناسب موقفك وسيناريوك المحدد. أخيراً، قم بمراجعة وتنقيح خطة الاتصال الخاصة بك بانتظام لتقييم مدى نجاحك في تحقيق أهدافك. عند استخدام النموذج، ضع في اعتبارك مصدرك ووجهتك، وما هي رسالتك، وكيف ستقوم بتشفيرها وإرسالها⁶، وما هي القناة أو الوسيط الذي ستستخدمه، وكيف سيقوم جهاز الاستقبال الخاص بك بفك تشفيرها وتفسيرها، وما هي المصادر المحتملة للضوضاء التي يمكن أن تؤثر على الاتصال⁷، وكيف يمكن دمج ردود الفعل أو التفاعل في العملية، وكيف يمكن للتقنيات الرقمية أن تعزز أو تعيق الاتصال.

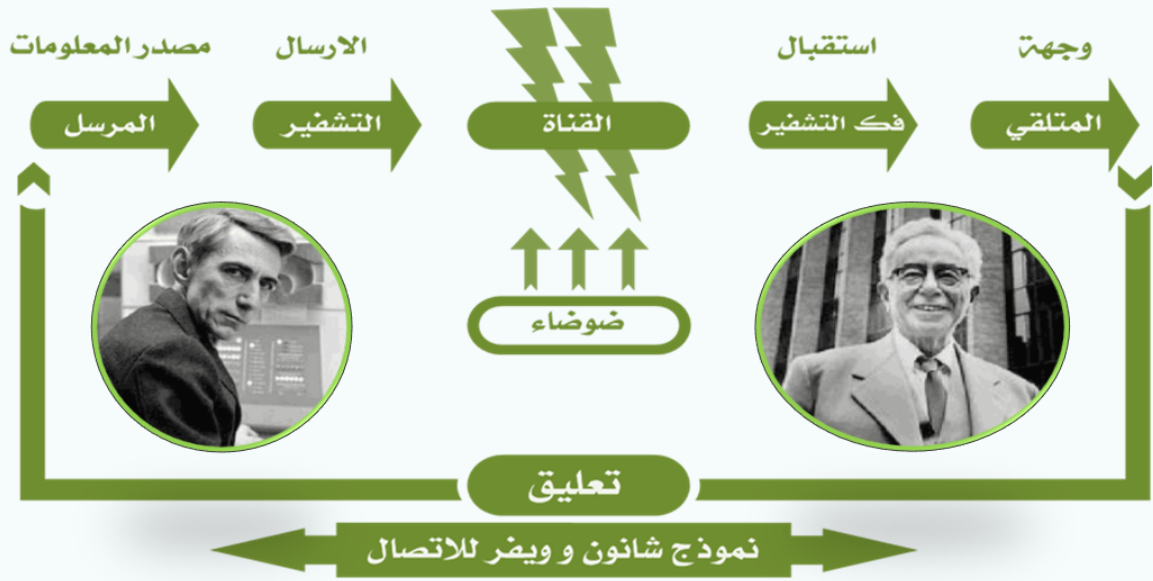
³ - Mind Tools Editorial Team. (2023, January 10). The importance of cultural sensitivity in communication. Mind Tools.

⁴ - Marler, J. M., & Cooper, P. L. (2016). Intercultural communication: A practical introduction. Routledge, p55.

⁵ - Shannon, C. E. (1948). A mathematical theory of communication. The Bell System Technical Journal, 27(3), 379–423. [DOI: 10.1002/j.1538-7305.1948.tb01338.x].

⁶ - Weaver, W. (1949). The theory of communication. Scientific American, 181(1), 11–17. [DOI: 10.1038/scientificamerican0749-11].

⁷ - Gouran, D. S., & Philipsen, P. H. (1999). Communication: A cultural perspective. Waveland Press.



2. النسق المفتوح:

يقوم نموذج Westley & MacLean للاتصال بتحليل الاتصال بين المصدر والمستقبل، المشار إليهما بالرمزين A و B. بالإضافة إلى ذلك، تتم الإشارة إلى وسائل الإعلام بالرمز C. وبالتالي يمكن النظر إلى النموذج من منظورين، الاتصال الشخصي والجماعي⁸.

الفرق بين الاتصال بين الأشخاص والاتصال الجماهيري هو ردود الفعل. في الاتصالات الجماهيرية، ردود الفعل غير مباشرة وبطيئة.

يمكن فهم هذا النموذج في سياقين رئيسيين: الاتصال بين الأفراد "الشخصي" والاتصال الجماهيري "الجماعي". والفرق الجوهرى بينهما هو رد الفعل⁹. في الاتصال بين الأفراد، تكون ردود الفعل مباشرة وسريعة، بينما في الاتصال الجماهيري، تكون ردود الفعل غير مباشرة وبطيئة¹⁰.

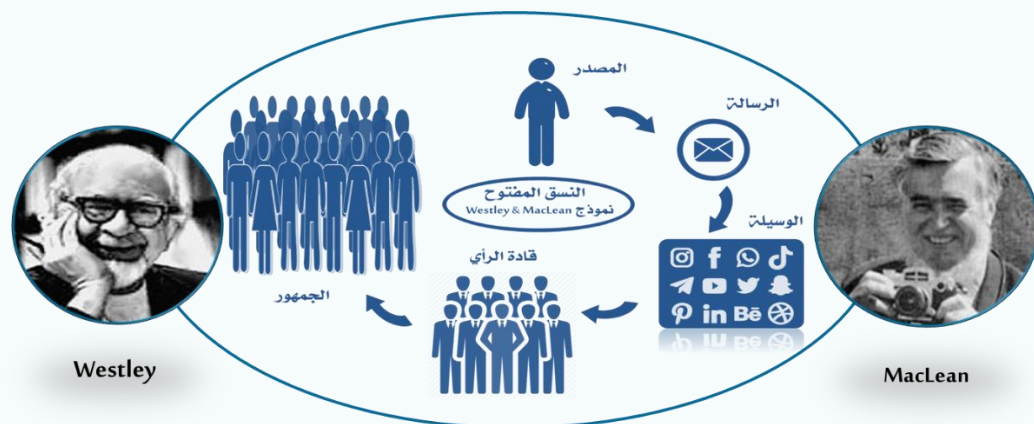
أدرك ويستلي وماكلين أن الاتصال لا يبدأ عندما يبدأ شخص ما بالكلام، بل يبدأ عندما يستجيب الفرد بشكل انتقائي لبيئته المحيطة. يعتبر هذا النموذج أن هناك علاقة قوية بين استجابات المحيط وعملية الاتصال. ويبدأ الاتصال فقط عندما يتلقى الشخص رسالة من المحيط الذي يعيش فيه. ويستجيب كل متلقي للرسالة التي تلقاها بناءً على "اتجاه هدفه".

في هذا النموذج: المصدر يختار ويحول الرسائل إلى رموز ويرسل المعلومات في شكل محسن للمتلقي الذي يفك الرموز ويعيدها مرة أخرى ليرسل معلومات محسنة للآخرين مع تغذية راجعة في كل خطوة.

⁸ - Wilbur Schramm (1954), The Elements of Communication, including the Westley & MacLean model, p71.

⁹ - by Dennis S. Gouran and Peter H. Philipsen (1999): Communication: A Cultural Perspective, p88.

¹⁰ - Bruce H. Westley and Malcolm S. MacLean (1957), A Model of Communication for Public Health Education. P55.



3. النسق الاجتماعي:

يمكن تطبيقه في أي موقف اجتماعي حيث يوجد نوع من العلاقة المستمرة بين عناصره الأساسية مثل : المرسلين والمستقبلين والبيئة التي يوجدون فيها¹¹، وتطور هذا النموذج بفضل جهود نيو كومب حول المدخل الاجتماعي، أن الاتصال بين الكائنات البشرية يحقق الوظيفة أساسية لاثنتين أو أكثر من الأفراد¹²، وذلك بهدف الحفاظ على التوجهات المتبادلة لكل منهما والآخر ونحو تحقيق أهداف أو أشياء أو حقائق أو معلومات معينة توجد بالفعل في البيئة الخارجية¹³.

4. نموذج الاتصال عند أرسطو

يعتبر نموذج أرسطو للاتصال، الذي يعود تاريخه إلى عام 300 قبل الميلاد¹⁴، من أقدم نماذج الاتصال على الإطلاق. وقد صُمم لمساعدة الأفراد على أن يصبحوا متواصلين أكثر فاعلية وإقناعاً. مُخَوِّر النموذج: يركّز نموذج أرسطو بشكل أساسي على المُرسِل (المتكلم العام، الأستاذ، إلخ) الذي يُوصِّل رسالته إلى المُتَلَقِّي (الجمهور)¹⁵. ويُعد المُرسِل هو العُنْصُرُ الفَعَّال الوحيد في هذا النموذج، بينما يكون الجمهور عنصراً سلبياً. وهذا يجعل نموذج أرسطو للتواصل أداة ناجحةً لإتقان فن الخطابة والندوات¹⁶ والمحاضرات. عناصر النموذج الأساسية:

¹¹ - "Social Theory and Social Change" by Peter Berger and Thomas Luckmann (1966): This book introduces the concept of the social construction of reality and how it relates to communication, p22.

¹² - "The Social Construction of Reality" by Peter L. Berger and Thomas Luckmann (1967): This article introduces the concept of the social construction of reality and how it relates to communication.

¹³ - "Communication Theory: Foundations, Perspectives, and Practice" by James R. Carey (1989): This book provides a comprehensive overview of communication theory, including the social model of communication, p31.

¹⁴ - Aristotle. (384 BCE). Rhetoric. [In W. Rhys Roberts (Trans.)]. W. D. Ross (Ed.). Oxford University Press. (Original work published 384 BCE).

¹⁵ - Carnegie, D. (1931). The art of public speaking. Simon and Schuster, p12-33.

¹⁶ - Kennedy, G. A. (1989). The enduring relevance of Aristotle's rhetoric. Quarterly Journal of Speech, 75(1), 1-22. [DOI: 10.1080/00225173.1989.11823668].

حدد أرسطو ثلاثة عناصر رئيسية لتطوير الاتصال ضمن هذا النموذج:

المُصدّاقية (Ethos): تُمثل مصداقية المُتكلِّم¹⁷. ويكتسب المُتكلِّم المصدّاقية والمكانة والقوة من خلال كونه خبيراً في مجال محدد.

التعاطف (Pathos): يربط المُتكلِّم¹⁸ بينه وبين جمهوره من خلال استثارة مشاعرهم المختلفة (الغضب، الحزن، السعادة، إلخ).

المنطق (Logos): لا يكفي أن يكون الخطاب مُثيراً للاهتمام، بل يجب أن يستند إلى قواعد المنطق.

كما اقترح أرسطو، وفقاً للمخطط البياني لنموذج الاتصال الخاص به، النظر إلى خمسة مكونات لحالة الاتصال لتحليل أفضل¹⁹ طريقة للتواصل:

- المُتكلِّم
- الخطاب
- المناسبة
- الجمهور المُستهدف
- التأثير

مثال على نموذج أرسطو للتواصل:

تخيّل الأستاذة نصرالدين مزاري وهو يلقي محاضرة حول الاضطرابات العصبية لطلابه، يلقي المحاضرة بأسلوب مقنع يثير إعجاب طلابه ويُبهرهم. يكون الأستاذ هو محور الاهتمام، بينما جمهوره (طلابه) مجرد مُستمعين سلبيين. ومع ذلك، تُؤثّر رسالته عليهم وتحفّزهم على اتخاذ إجراءات معينة.

لذلك، في هذه الحالة، يُعدّ الأستاذ نصرالدين مزاري هو المُتكلِّم، ومحاضرته حول الاضطرابات هي الخطاب. والمناسبة هي محاضرة جامعية، والطلاب هم جمهوره المُستهدف. وتتمثّل نتيجة محاضرته في اكتساب الطلاب للمعرفة حول هذا الموضوع.

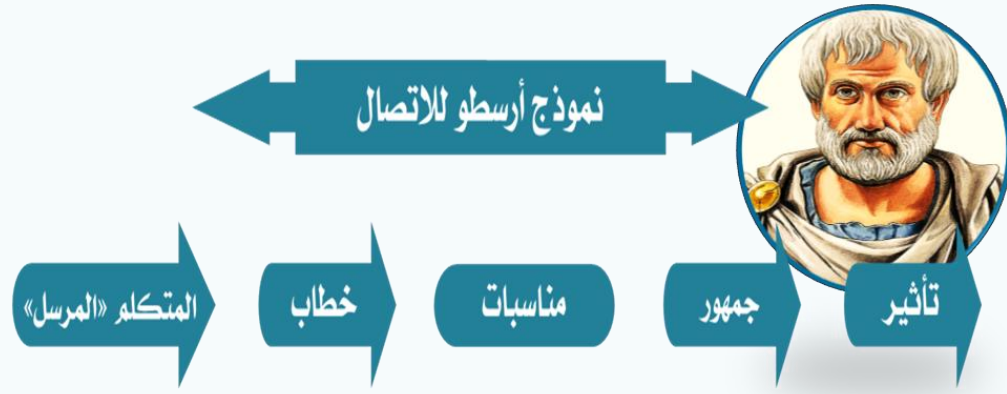
عيوب النموذج:

من أبرز عيوب هذا النموذج أنه لا يهتم بالمراجعة أو التغذية الراجعة في الاتصال؛ وذلك لأن الجمهور سلبي.

¹⁷ - Herrick, J. A. (1999). Aristotle's model of communication. *Communication Quarterly*, 47(2), 112-125. [DOI: 10.1080/01461979909369822].

¹⁸ - Pathos (Appeal to Emotions) (Αρχαία Ελληνικά: πάθος): Evoking the audience's emotions to connect with them and influence their judgment (Aristotle, 384 BCE).

¹⁹ - Logos (Logical Appeal) (Αρχαία Ελληνικά: λόγος): Using logic, reasoning, and evidence to persuade the audience (Aristotle, 384 BCE).



5. نموذج لاسويل (1948):

يرى نموذج لاسويل الاتصال بوصفه عملية نقل رسالة بهدف تحقيق نتيجة معينة. تُعتبر النتيجة في هذه الحالة التغيير المقاس والملموس الذي يحدث في مُتَلَقِّي الرسالة نتيجة لعناصر الاتصال²⁰. أي تغيير في أحد العناصر سيؤدي بالطبع إلى تغيير في النتيجة أيضاً²¹.

عناصر النموذج الأساسية:

يهدف نموذج لاسويل إلى الإجابة على الأسئلة الخمسة التالية لبيان مكوناته:

- من الذي صاغ الرسالة²²؟
- ماذا قالوا؟
- بأي وسيلة نقلوا الرسالة²³ (تلفزيون، راديو، مدونة)؟
- لمن توجهوا بها؟
- ما هو تأثيرها على المُتَلَقِّي؟
- تُمثّل إجابات هذه الأسئلة المكونات الرئيسية للنموذج:
- المُبَلِّغ: الشخص الذي ينشئ الرسالة.
- الرسالة: المحتوى المُنْقَل.
- الوسيلة: القناة المستخدمة لنقل الرسالة (التلفزيون، الراديو، إلخ).

²⁰ - Davies, P. J. (2002). The revival of interest in Harold Lasswell's propaganda model. European Journal of Communication, 16(2), 165-190. [DOI: 10.1177/026732310201600202].

²¹ - Lasswell, H. D. (1948). The language of politics. George Allen & Unwin, p63.

²² - Says What (Message): The content of the message being communicated (Lasswell, 1948), p51.

²³ - Carey, J. R. (1989). A brief history of communication theory. Communication Research , 16(1), 97-110. [DOI: 10.1177/009365028901600104].

- المتلقي/الجمهور: الأفراد الذين توجه إليهم الرسالة²⁴.

- التأثير: التغيير الناتج عن استقبال الرسالة.

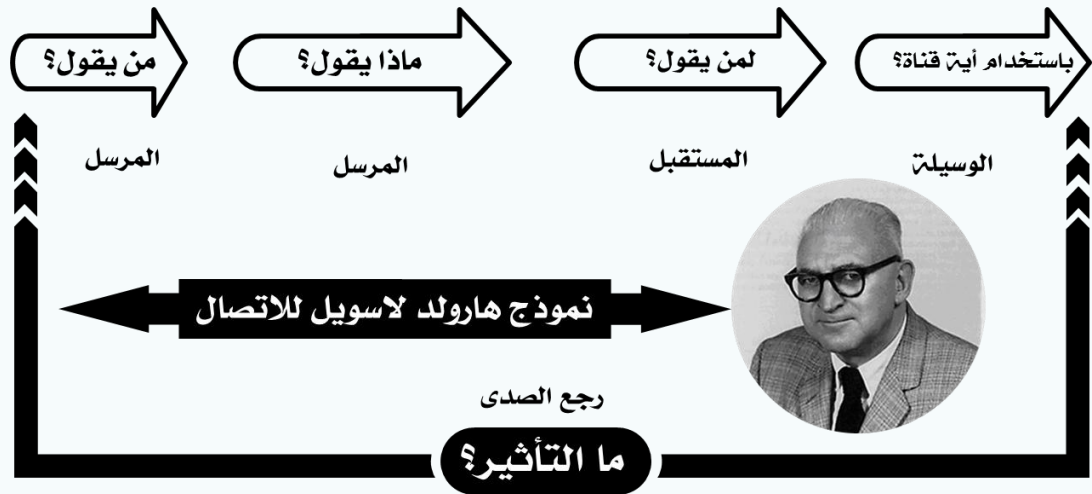
للحصول على فهم أفضل لكيفية تنظيم هذه المكونات الرئيسية، يُرجى الاطلاع على مخطط نموذج لاسويل للتواصل أدناه.

مثال على نموذج لاسويل للتواصل:

لنفترض أنك تشاهد قناة تسويقية على التلفزيون، ويظهر عليها مَبَوِّق حقائق يُدعى السيد ساندرز. يروج لعلامته التجارية الخاصة من الحقائق على أنها الأفضل. ولأنه يعلم أن الملايين من المشاهدين يتابعون عرضه، فهو عازم على ترك انطباع مميز²⁵.

من خلال فعله ذلك، يحقق شهرة لعلامته التجارية، ويروج لمنتجاته بأنها الأفضل في السوق، وبالتالي يزيد من عائدات المبيعات.

إذن، في هذه الحالة، يكون السيد ساندرز هو المَبْلَغ. والرسالة التي يوصلها هي الترويج لعلامته التجارية الخاصة من الحقائق على أنها الأفضل. والوسيلة التي يستخدمها هي التلفزيون. ويتكون جمهوره من مشاهدي التلفزيون في فترة المساء بالولايات المتحدة. والتأثير الذي يحققه من خلال ذلك هو زيادة شهرة العلامة التجارية وزيادة عائدات المبيعات.



6. نموذج بيرلو (1960)

²⁴ - In Which Channel (Medium): The means by which the message is transmitted (e.g., television, radio, social media) (Lasswell, 1948), p23.

²⁵ - With What Effect (Impact): The outcome or influence the message has on the audience (Lasswell, 1948), p12-31.

طُرِحَ نموذج بيرلو للاتصال لأول مرة عام 1960 في كتابه "عملية للاتصال"²⁶. ويُعد هذا النموذج مميزاً²⁷ لأنه يقدم تفاصيل دقيقة للعناصر الأساسية في كل مرحلة.

ما هو نموذج بيرلو للاتصال (S-M-C-R)؟

ببساطة، نموذج بيرلو هو نموذج خطي للاتصال يشير إلى أن عملية الاتصال هي نقل المعلومات عبر 4 خطوات أو عناصر رئيسية.

ما هي العناصر الرئيسية في نموذج بيرلو (S-M-C-R) ؟

كما هو موضح في الرسم التخطيطي للنموذج أدناه، فإن هذه الخطوات هي:

- المصدر: (Source) من يرسل الرسالة ويصوغ أفكاره بعناية.

- الرسالة: (Message) المحتوى²⁸ الذي يتم نقله.

- الوسيلة: (Channel) القناة التي تُنقل الرسالة من خلالها.

- المتلقي: (Receiver) من يتلقى الرسالة.

المرحلة الأولى: المصدر: يضع المصدر أفكاره بعناية في كلمات وينقلها إلى المتلقي. إذن، كيف ينقل المرسل

المعلومات إلى المتلقي وفقاً لنموذج بيرلو؟

بمساعدة:

مهارات الاتصال: يحتاج المصدر أولاً وقبل كل شيء إلى مهارات اتصال جيدة لضمان فعالية الاتصال. يجب

أن يعرف المتحدث متى يتوقف، وماذا يكرر، وكيف ينطق الكلمات، إلخ.

الموقف: ثانياً، يحتاج المصدر إلى الموقف الصحيح. فبدون ذلك، لن يظهر حتى المتحدث الماهر كفاءته. يحتاج

المصدر إلى ترك انطباع دائم على المتلقي (المتلقيين)²⁹.

المعرفة: هنا، لا تشير المعرفة إلى المؤهلات التعليمية ولكن إلى وضوح المعلومات التي يريد المصدر نقلها إلى

المتلقي.

النظام الاجتماعي: يجب أن يكون المصدر على دراية بالنظام الاجتماعي الذي يحدث فيه عملية الاتصال.

سيساعد ذلك المصدر على عدم إغضاب أي شخص.

²⁶ - Berlo, D. K. (1960). The process of communication. Holt, Rinehart and Winston, p55.

²⁷ - DeVito, J. A. (2017). Interpersonal communication: Essentials for effective everyday communication. Routledge, p11.

²⁸ - Source (S): The person who initiates the communication and encodes the message (Berlo, 1960), p22.

²⁹ - Message (M): The content being communicated, including both verbal and nonverbal elements (Berlo, 1960), p34.

الثقافة: أخيراً وليس آخراً، لتحقيق الاتصال الفعال، يحتاج المصدر إلى معرفة الثقافة التي يحدث فيها اللقاء الاتصال. وهذا مهم بشكل خاص للتواصل عبر الثقافات.

المرحلة الثانية: الرسالة: ينشئ المتحدث الرسالة عندما يحول أفكاره إلى كلمات. إليك العوامل الرئيسية للرسالة:

- المحتوى: ببساطة، هو نص المحادثة.
- العناصر: الكلام وحده لا يكفي لفهم الرسالة بالكامل. لهذا يجب مراعاة عناصر أخرى: الإيماءات، لغة الجسد، تعابير الوجه، إلخ.
- التعامل: يجب أن يدركوا أهمية الرسالة حتى يتمكنوا من إيصالها بشكل مناسب.
- البنية: يجب على المصدر هيكلة الرسالة بشكل صحيح لضمان فهم المتلقي لها بشكل صحيح.
- الرمز: يجب أن تكون جميع العناصر، اللفظية وغير اللفظية، دقيقة حتى لا تتعرض رسالتك للتحريف والسوء فهم.

المرحلة الثالثة: الوسيلة: للوصول من المصدر إلى المتلقي، تمر الرسالة عبر الوسيلة. يحدد نموذج بيرلو أن جميع حواسنا هي قنوات تساعدنا على الاتصال مع بعضنا البعض.

- يسمح لنا حاسة السمع بمعرفة أن شخصاً ما يتحدث إلينا.
- من خلال حاسة الذوق، نجمع معلومات عن حدة طعام نتناوله.
- تسمح لنا حاسة البصر بفك رموز إشارات المرور أثناء القيادة.
- نقرر ما إذا كنا نحب عطرًا معينًا أم لا بشممه.
- من خلال لمس الماء نشعر ما إذا كان شديد البرودة للسباحة³⁰.

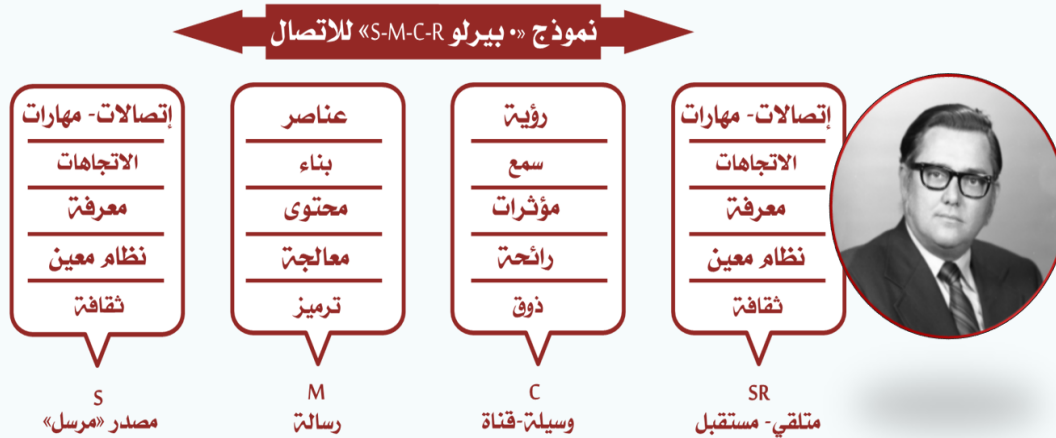
المرحلة الرابعة: المتلقي

المتلقي هو الشخص الذي يتحدث إليه المصدر، ووجهة الرسالة التي يتم إيصالها. لفهم الرسالة بشكل كامل، يجب على المتلقي أن يستخدم نفس العناصر التي يستخدمها المصدر. وهذا يعني أن يمتلك المتلقي مهارات تواصل وموقف ومعرفة مشابهة للمصدر، وأن يكون على دراية بالنظام الاجتماعي والثقافة التي يحدث فيها

³⁰ - Channel (C): The medium through which the message is transmitted (e.g., face-to-face, email, phone call) (Berlo, 1960), p12-47.

الاتصال. ومثال على نموذج بيرلو للاتصال (S-M-C-R) ، مشاهدة الأخبار على التلفزيون هو مثال على نموذج بيرلو (S-M-C-R) للاتصال³¹:

- المصدر: مقدم / مقدمة الأخبار هم مصدر الأخبار التي يتم نقلها.
- الرسالة: الأخبار نفسها هي الرسالة التي يريد المصدر إيصالها.
- الوسيلة: التلفزيون هو القناة التي تُستخدم لنقل الرسالة.
- المتلقي: المشاهدون هم متلقو الرسالة.



7. نموذج اسغود-شرام (1954)

وفقًا لدنيس ماكويل وسفين وين dahl في كتابهما "نماذج الاتصال لدراسة الاتصال الجماهيري"، فإن ظهور هذا النموذج "يمثل قطيعة واضحة مع الصورة الخطية/الاتجاه الواحد التقليدية للتواصل".³²

ما هو نموذج أوسغود-شرام للاتصال؟

نموذج أوسغود-شرام هو نموذج دائري للاتصال، حيث تنتقل الرسائل في اتجاهين بين ترميز الرسالة وفك تشفيرها. لذلك، فإن هذا النموذج مفيد لوصف الاتصال التفاعلي المتزامن³³، ولكنه أقل ملاءمة للحالات التي يكون فيها التغذية الراجعة قليلة³⁴ أو معدومة.

من المثير للاهتمام أنه في نموذج أوسغود-شرام للاتصال، لا يوجد فرق بين المرسل والمستقبل. كلا الطرفين يقومان بنفس القدر من ترميز الرسائل وفك تشفيرها³⁵. المترجم هو الشخص الذي يحاول فهم الرسالة في تلك اللحظة.

³¹ - Receiver (R): The person who decodes the message and interprets its meaning (Berlo, 1960), p10.

³² - Schramm, W. (1954). The process of communication. University of Illinois Press. (Original work published 1954), p22.

³³ - Gouran, D. S., & Philipsen, P. H. (1999). Communication: A symbolic perspective. Longman, p18.

³⁴ - Carey, J. R. (1989). A brief history of communication theory. Communication Research, 16(1), 97-110. [DOI: 10.1177/009365028901600104].

علاوة على ذلك، يوضح نموذج أوسغود-شرام للاتصال أن المعلومات لا فائدة منها حتى يتم صياغتها بالكلمات ونقلها إلى الآخرين.

ما هي المبادئ والخطوات الرئيسية في عملية الاتصال وفقًا لهذا النموذج؟

يقترح نموذج أوسغود-شرام للاتصال 4 مبادئ رئيسية للاتصال:

- الاتصال دائري: يتغير دور الأفراد المشاركين في عملية الاتصال كالمُرْزِين والمُفَكِّين للرسائل.
 - الاتصال متساوٍ ومتبادل: يشارك كلا الطرفين بشكل متساوٍ كمرْزِين ومُفَكِّين للرسائل.
 - تتطلب الرسالة تفسيرًا: يحتاج تفسير المعلومات بشكل صحيح لفهمها.
- كما هو موضح في مخطط نموذج أوسغود-شرام للتواصل أدناه³⁶، يقترح هذا النموذج 3 خطوات في عملية الاتصال:

- الترميز: تحويل الأفكار إلى رسائل.
 - فك التشفير: تحويل الرسائل إلى أفكار.
 - التفسير: إدراك معنى الرسالة.
- مثال على نموذج أوسغود-شرام للاتصال:
- تخيل أنك لم تسمع عن صديقك الجامعي منذ 15 عامًا. فجأة، يتصل بك، وتبدأ في محادثة بعضكما البعض بما حدث خلال الفترة التي لم تروا فيها بعضكما البعض.
- في هذا المثال، أنت وصديقك تقومان بشكل متساوٍ بتشفير الرسائل وفك شفرتها، وتواصلكما متزامن. كلاكما تفسران رسائل بعضكما³⁷ البعض.

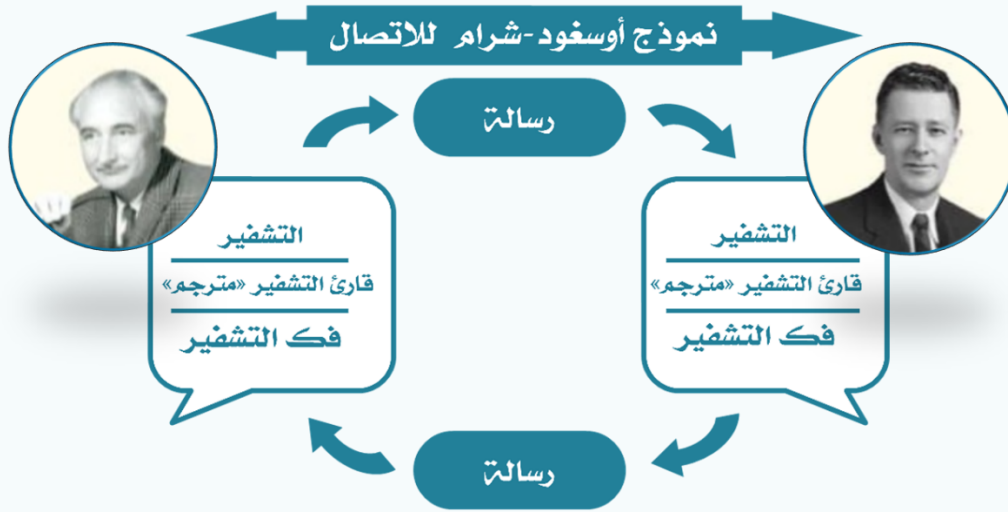
حتى أن شرام ذكر في كتاب "نظرية المعلومات والاتصال الجماهيري:"

"من المغالط التفكير في أن عملية الاتصال تبدأ من مكان وتنتهي في مكان آخر. إنها عملية لا نهاية لها حقًا. نحن في الحقيقة مراكز تحويل نتعامل ونعيد توجيه تيار المعلومات الكبير اللامتناهي."

³⁵ - Schoenhaut, M. K. (1988). The Osgood-Schramm model of communication: An overview. Communication Quarterly, 36(4), 328-339. [DOI: 10.1080/01461978809369524].

³⁶ - Circular Communication: Unlike the linear sender-message-receiver model, the Osgood-Schramm model emphasizes a two-way flow of messages between participants (Schramm, 1954), p23.

³⁷ - Equality of Participants: Both the sender and receiver are actively involved in encoding (putting thoughts into messages) and decoding (interpreting messages) (Schramm, 1954), p30.



قائمة المراجع (المحاضرة الثانية):

1. "Communication Theory: Foundations, Perspectives, and Practice" by James R. Carey (1989): This book provides a comprehensive overview of communication theory, including the social model of communication, p31.
2. "Social Theory and Social Change" by Peter Berger and Thomas Luckmann (1966): This book introduces the concept of the social construction of reality and how it relates to communication, p22.
3. "The Social Construction of Reality" by Peter L. Berger and Thomas Luckmann (1967): This article introduces the concept of the social construction of reality and how it relates to communication.
4. Aristotle. (384 BCE). Rhetoric. [In W. Rhys Roberts (Trans.)]. W. D. Ross (Ed.). Oxford University Press. (Original work published 384 BCE.)
5. Berlo, D. K. (1960). The process of communication. Holt, Rinehart and Winston, p55.
6. Bruce H. Westley and Malcolm S. MacLean (1957), A Model of Communication for Public Health Education. P55.
7. by Dennis S. Gouran and Peter H. Philipsen (1999): Communication: A Cultural Perspective, p88.
8. Carey, J. R. (1989). A brief history of communication theory. Communication Research , 16(1), 97-110. [DOI: 10.1177/009365028901600104 .]
9. Carnegie, D. (1931). The art of public speaking. Simon and Schuster, p12-33.
10. Channel (C): The medium through which the message is transmitted (e.g., face-to-face, email, phone call) (Berlo, 1960), p12-47.
11. Circular Communication: Unlike the linear sender-message-receiver model, the Osgood-Schramm model emphasizes a two-way flow of messages between participants (Schramm, 1954), p23.

12. Davies, P. J. (2002). The revival of interest in Harold Lasswell's propaganda model. *European Journal of Communication*, 16(2), 165-190. [DOI: 10.1177/026732310201600202.]
13. DeVito, J. A. (2017). *Interpersonal communication: Essentials for effective everyday communication*. Routledge, p11.
14. Equality of Participants: Both the sender and receiver are actively involved in encoding (putting thoughts into messages) and decoding (interpreting messages) (Schramm, 1954), p30.
15. Gouran, D. S., & Philipsen, P. H. (1999). *Communication: A cultural perspective*. Waveland Press.
16. Herrick, J. A. (1999). Aristotle's model of communication. *Communication Quarterly*, 47(2), 112-125. [DOI: 10.1080/01461979909369822.]
17. In Which Channel (Medium): The means by which the message is transmitted (e.g., television, radio, social media) (Lasswell, 1948), p23.
18. Kennedy, G. A. (1989). The enduring relevance of Aristotle's rhetoric. *Quarterly Journal of Speech*, 75(1), 1-22. [DOI: 10.1080/00225173.1989.11823668.]
19. Lasswell, H. D. (1948). *The language of politics*. George Allen & Unwin, p63.
20. Logos (Logical Appeal) (Αρχαία Ελληνικά: λόγος): Using logic, reasoning, and evidence to persuade the audience (Aristotle, 384 BCE.)
21. Marler, J. M., & Cooper, P. L. (2016). *Intercultural communication: A practical introduction*. Routledge, p55.
22. Message (M): The content being communicated, including both verbal and nonverbal elements (Berlo, 1960), p34.
23. Mind Tools Editorial Team. (2023, January 10). The importance of cultural sensitivity in communication. Mind Tools.
24. Pathos (Appeal to Emotions) (Αρχαία Ελληνικά: πάθος): Evoking the audience's emotions to connect with them and influence their judgment (Aristotle, 384 BCE.)
25. Pierce, J. R. (1961). *Information theory and communication systems*. Dover Publications, p56.
26. Receiver (R): The person who decodes the message and interprets its meaning (Berlo, 1960), p10.
27. Says What (Message): The content of the message being communicated (Lasswell, 1948), p51.
28. Schoenhaut, M. K. (1988). The Osgood-Schramm model of communication: An overview. *Communication Quarterly*, 36(4), 328-339. [DOI: 10.1080/01461978809369524.]
29. Schramm, W. (1954). *The process of communication*. University of Illinois Press. (Original work published 1954), p22.
30. Shannon, C. E. (1948). A mathematical theory of communication. *The Bell System Technical Journal*, 27(3), 379-423. [DOI: 10.1002/j.1538-7305.1948.tb01338.x.]
31. Source (S): The person who initiates the communication and encodes the message (Berlo, 1960), p22.
32. Weaver, W. (1949). The theory of communication. *Scientific American*, 181(1), 11-17. [DOI: 10.1038/scientificamerican0749-11.]
33. Wilbur Schramm (1954), *The Elements of Communication*, including the Westley & MacLean model, p71.
34. With What Effect (Impact): The outcome or influence the message has on the audience (Lasswell, 1948), p12-31.