

المحاضرة السادسة: أشكال ونماذج الاتصال.

1/ أشكال الاتصال:

تقوم المؤسسة بالاتصال مع الجمهور الذي تهتم به في اطار تحقيق أهدافها، ويختلف الاتصال حيث يأخذ الأشكال التالية:

* **الاتصال الداخلي:** هو الاتصال الموجه نحو موظفي المؤسسة، وهو عموماً يسعى للتعريف بأهداف المؤسسة، أي الاعلام والتحفيز والمحافظة على المؤسسة ضمن مناخ اجتماعي جيد.

* **اتصال التوظيف:** يكون موجه الى الجمهور الذي تريد المؤسسة أن تختار منه موظفيها، وهذا النوع نجده بالخصوص موجه نحو المدارس العليا والجامعات، وذلك لتوفره على الكفاءات التي تحتاجها المؤسسة.

* **اتصال سياسي:** تستعمل المؤسسة هذا النوع من الاتصال مع الجماعات المحلية و الإدارات العمومية، وتهدف من خلاله الى المحافظة على علاقتها الجيدة معها.

* **اتصال محلي:** يكون هذا الاتصال مع السكان الذين يقطنون بجوار مصنع أو مقر المؤسسة. والذي تنتج من ورائه علاقة حميمة مع هؤلاء الأشخاص وإمكانية تحويلهم الى زبائن أوفياء في المستقبل.

* **اتصال مالي:** موجه نحو عمال المؤسسة، البنوك، المؤسسات المالية، أصحاب رؤوس الأموال، وذلك لتسهيل الحصول على الموارد المالية التي هي بحاجة اليها.

* **اتصال تسويقي:** هو اعلام وإقناع المستهلك بالسلعة التي تنتجها المؤسسة والتأثير فيه لقبولها واستخدامها.

هناك تقسيم اخر لأشكال الاتصال:

* **اتصال تجاري:** ويتمثل في اتصال المنتج واتصال العلامة.

- اتصال المنتج: يعتمد أساسا على ابراز خصائص المنتج للمستهلكين بذكر المزايا والفوائد.

- اتصال العلامة: يراعي هذا النوع صورة العلامة والرموز المتعلقة بها، ويقوم بتوجيه المستهلكين وجذب اهتمامهم.

* اتصال المؤسسة: يهدف الى ابراز الخصائص المادية وكذا سياساتها بطريقة موضوعية وينقسم الى:

- اتصال داخلي: تتكفل به مديرية الاتصال أو الموارد البشرية بإقامة شركات الاتصال والتي تؤدي الى تسويق داخلي ناجح، بالاعتماد على التعريف بنفسها للزبائن الحاليين أو المستقبليين هذا من جهة، والتعرف على عميلها في العمق (مشاكله، سياسته، طموحاته، الخدمة التي يرغب في تحقيقها) من جهة أخرى.

- اتصال خارجي: تتكفل به مديرية الاتصال في المؤسسة، وهو اتصال تسويقي ويحدث بطريقتين هما:

1 - اتصال شخصي: ويحدث بين شخصين أو أكثر وينقسم بدوره الى اتصال شخصي رمزي، وهو اتصال لفظي أو غير لفظي يحدث من خلال الإعلانات التلفزيونية بين البائع والمشتري. وإلى اتصال غير رسمي وهو يستعمل المحادثة المباشرة بين البائع والمشتري دون وسيط.

2 - اتصال غير شخصي: في هذه الحالة لا يوجد اتصال مباشر بين البائع والمشتري، ويستخدم من أجل إثارة انتباه المستهلكين واهتمامهم بالسلع والخدمات، ويتم ذلك بالاعتماد على وسائل الاعلام.

2/ نماذج الاتصال:

ان النموذج يهتم بتحديد العناصر الأساسية لأي بناء أو عملية والعلاقة بينها. أو هو عبارة عن بناء شكلي أو صوري أو رياضي للعلاقة بين العناصر والمتغيرات التي تقوم بدراستها، وذلك للإسهام في تبسيط المعرفة وتنظيمها وشرح الظواهر العلمية ومساعدة الباحثين على التفسير والتوقع.

وعموما يمكن تعريف النموذج كالتالي: " هو تمثيل تجريدي مبسط لشبكة العلاقات بين مجموعة من المفاهيم والعوامل والمتغيرات المتعلقة بظاهرة محددة، في اطار منهجي محكم يتصف بالقدرة التفسيرية والتنبئية".

وسنتطرق لأهم النماذج المتعارف عليها في الاتصال:

1 - نموذج أرسطو:

يعتبر من أقدم النماذج وهو يتكون من ثلاث عناصر أساسية: المرسل (المتحدث أو

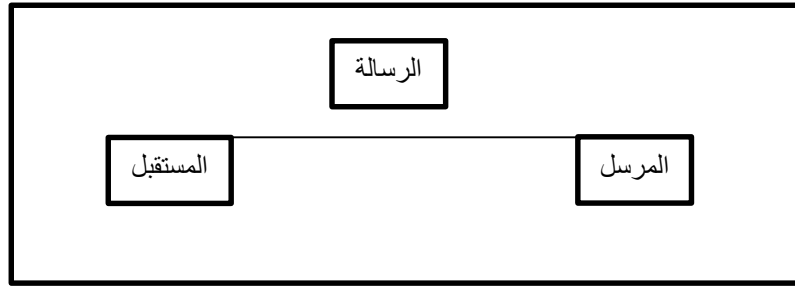
المصدر). الرسالة (المضمون أو النص). المستقبل (المتلقي).

وقد اعتبر العلماء أن هذا النموذج قدم أسسا لفهم عملية الاتصال بطريقة بسيطة جدا. حيث يتم نقل أو

توصيل فكرة معينة (الرسالة) من طرف المرسل عبر وسيلة التخاطب المباشرة، ليتلقاها في الأخير

المستقبل. وحسب أرسطو فإن الأثر المهم في هذه العملية هو الأثر الإقناعي، بالرغم من إمكانية وجود

اثار أخرى. والشكل الموالي يوضح ذلك:



شكل يوضح: نموذج ارسطو.

2 - نموذج هارولد لاسويل(1948):

يعتبر هذا النموذج من النماذج الأولى التي سعت الى تفسير عملية الاتصال، وقد اكتسب شهرة

واسعة بالرغم من بساطته. وقد حدد عناصر الاتصال في الإجابة على الأسئلة التالية:

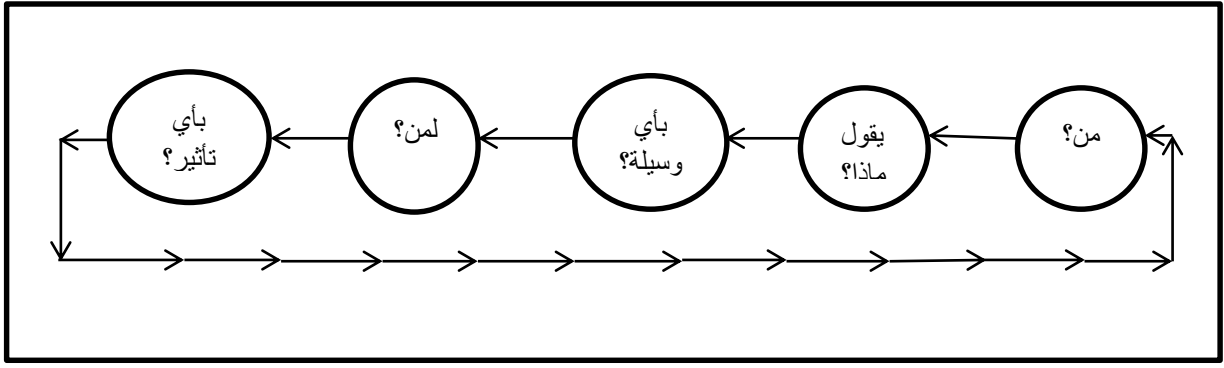
* من؟ تمثل (المرسل) / * يقول ماذا؟ (الرسالة) / * بأي وسيلة؟ (الوسائل الاتصالية كالصحف

واللوحات الاشهارية) / * لمن؟ (المستقبل) / * بأي تأثير؟ (الناتج النهائي لجهود عملية الاتصال،

وهذا يمكن قياسه من خلال عدد القراء أو المستمعين ومدى تغيير اتجاهاتهم واقتناعهم بالرسالة)

ويمكن تطبيق هذا النموذج في مجال الاعلام والاتصال، الدعاية والاعلان. وفيما يلي شكل موضح.

شكل يوضح: نموذج هارولد لاسويل



* **مصدر المعلومات:** هو الشخص الذي يصنع الرسالة.

* **الرسالة:** والتي ترسل من طرف مرسل الرسالة و تستقبل من طرف المرسل اليه.

* **الوسيلة:** بالنسبة لشانون فهو يقترح الهاتف كوسيلة لبعث الرسالة.

* **الإشارات:** والتي تتم عبر قناة وتوجد عدة أنواع من الإشارات كالصوت والحركات المرتبطة بنوع قناة الاتصال ونمط الارسال.

* **القناة:** والتي تمثل العنصر الوسيط في النموذج، وهذه القناة تتضمن الهواء، الضوء، الكهرباء، ذبذبات الراديو، الأوراق وغيرها. وهناك قنوات عديدة لنقل الرسالة.

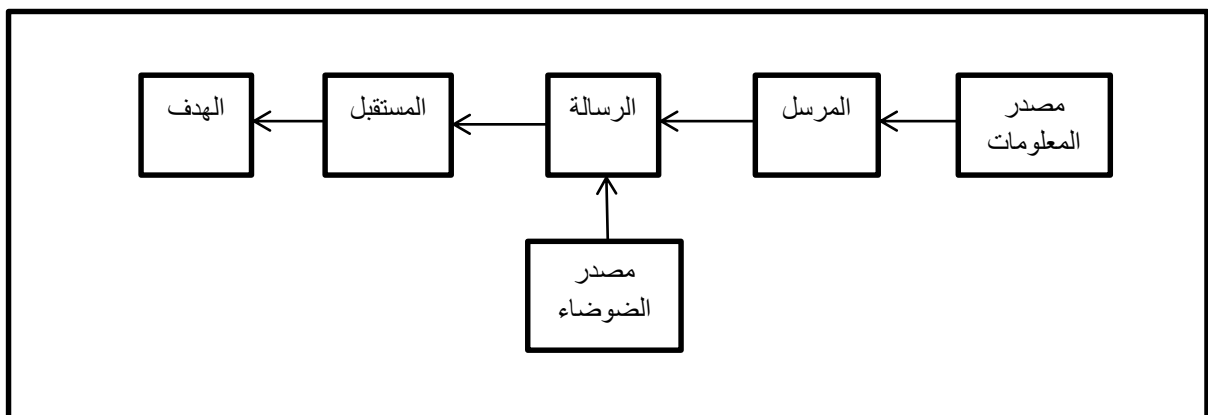
* **الضوضاء:** وهي نوع ثان من الإشارات التي تعرقل أو تعيق الرموز المنقولة، وتتعلق بالضوضاء كثيرا بمشاكل الاصغاء الجيد للرسالة.

* **المستقبل.**

* **الهدف:** وهو الشخص الذي يستقبل الرسالة.

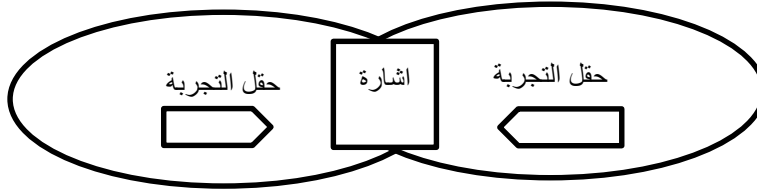
ويمكن توضيح العناصر التالية في الشكل الموالي:

شكل يوضح: نموذج شانون وويفر



4 - نموذج شرام:

هذا النموذج يعتبر أن طرفي الاتصال لديهما اطار من المراجع التي يستخدمونها في تحديد المعاني للإشارات المرسلة والمستقبلة، وهذا بمراعاة تكوين الفرد وظروف محيطه. وتختلف الإطارات المرجعية للأفراد تبعا لاختلاف تلك الاعتبارات. حيث حسب هذا النموذج هناك منطقة متداخلة من خلالها يمكن لطرفي عملية الاتصال التواصل بسهولة على أساس ان هذه المنطقة تعتبر مرجع فكري مشترك بينهما. وهذا ما يوضحه الشكل التالي:



شكل يوضح: نموذج شرام للاتصال.