



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

# مدل‌های ارتباطی

در شماره گذشته راجع به ارتباط، اهداف و عناصر ارتباط و انواع ارتباط توضیحات مختصری ارائه شد در ادامه این بحث ضروری به نظر می‌رسد که انواع ارتباط مدل‌های ارتباطی را تشریح و بررسی کنیم. و تعاریفی دقیق از انواع ارتباط داشته باشیم.

**۱: ارتباط خصوصی و بدون واسطه:** ارتباطی است رودررو - فوری که طی آن پیام بدون واسطه و مستقیم بین پیام گیرنده و پیام دهنده مبادله می‌شود. این نوع ارتباط ویژگی‌های مهم دارد.

**الف - فرصت جابه جایی پیام گیرنده و پیام دهنده**

**ب - فرصت تصحیح یکدیگر ج - ارتباط چهره به چهره و عمیق د - قابل رویت بودن آثار پیام**

**۲: ارتباط جمعی یا عمومی:** ارتباط جمعی یا عمومی تعبیر جدیدی است که جامعه شناسان امریکایی برای مفهوم MassMedia به کار برده‌اند. این واژه که از ریشه لاتین media (وسایل) و اصطلاح انگلیسی Mass یا توده تشکیل شده است. از نظر لغوی به معنای ابزارهایی است که از طریق آنها می‌توان با افرادی به طور جداگانه یا با گروه‌های خاص و همگون و جماعت کثیری از مردم به صورت یکسان دسترسی پیدا کرد. امروزه این وسایل عبارتند از: روزنامه، رادیو، تلویزیون، سینما و اعلانات. بدیهی است که در میان ابزارهای پخش پیام روزنامه و رادیو و تلویزیون دارای نکات مشترکی است چرا که پیام‌های آنها به صورت متناوب پخش می‌شود.

بنابراین در تعریف ارتباط جمعی می‌توان گفت:

ارتباط جمعی یا عمومی انتقال اطلاعات با وسایلی چون (روزنامه - کتاب - امواج رادیو، تلویزیون و ...) برای گروه غیر محدودی از مردم با سرعت زیاد است این نوع ارتباط هم به نوبه خود دارای ویژگی‌هایی است:

**الف - نا آشنا و پراکنده بودن پیام گیران ب - بازگشت پیام یا باز خورد با تاخیر ج - سرعت عمل زیاد د - تکثیر پیام ه - ارتباط سطحی و ناپایدار ز - پیام‌های انبوه ر - قابل رویت نبودن آثار پیام**

**۳: ارتباط نوشتاری:** ارتباط نوشتاری ارتباطی است که در آن اطلاعات از طریق قلم بر کاغذ نقش می‌بندد (مانند نامه، روزنامه، کتاب و ...)

**۴: ارتباط غیر نوشتاری:** ارتباطی است که اطلاعات و افکار از طریق امواج (مانند رادیو، تلویزیون، تلفن، تلگراف و ...) میان مردم مبادله می‌شود.

**۵: ارتباط ملی:** ارتباطی است که پیام‌ها، اطلاعات و مفاهیم از طریق وسایل ارتباط جمعی نظیر (رادیو، تلویزیون، مطبوعات) در چار چوب جغرافیایی یک کشور منتشر می‌شود.

**۶: ارتباط فراملی:** پیام‌ها و اطلاعاتی که از طریق ماهواره‌ها مرزهای جغرافیایی را

در می‌نوردد و موجبات نزدیکی میان انسان‌ها بر روی کره زمین می‌شود (مانند تلویزیون آسیایی و اروپایی و تلویزیون‌های بدون مرز و...)

۷: **ارتباط کلامی:** در این نوع ارتباط اطلاعات و افکار از طریق زبان و گفتار منتقل می‌شود (نظیر تلفن و تلگراف)

۸: **ارتباط غیر کلامی:** ارتباطی است که مفاهیم و معانی از طریق غیر زبانی و گفتاری میان انسان‌ها منتقل می‌شود (نظیر عکس، تصویر، فیلم، رنگ‌ها، لباس و...)

۹: **ارتباط انسانی:** اطلاعات و مفاهیمی که میان دو انسان رد و بدل می‌شود  
۱۰: **ارتباط ابزاری یا ماشینی:** در این نوع ارتباط که درست بر عکس ارتباط انسانی است گردش اطلاعات میان دو ابزار یا ماشین رد و بدل می‌شود (نظیر انتقال اطلاعات مخزن به بلندگو یا صفحه تلویزیون)

۱۱: **ارتباط زمانی:** ارتباطی است که انتقال اطلاعات باید در زمان معین انجام گیرد در غیر این صورت ارزش چندانی ندارد (مانند گزارش‌های خبری)

۱۲: **ارتباط غیر زمانی:** که درست بر عکس ارتباط زمانی، محدود به زمان خاصی نیست و اطلاعات آن می‌تواند پیوسته معتبر باشد (مانند کتابخانه)

۱۳: **ارتباط سازمانی:** در ارتباط سازمانی انتقال اطلاعات و دریافت پیام به امکانات گسترده فنی و برنامه ریزی و سازماندهی و نیز بودجه و پرسنل و... نیاز دارد (مانند رادیو - تلویزیون - تلکس - فاکس)

۱۴: **ارتباط غیر سازمانی:** ارتباطی است که به امکانات فنی و بودجه و سازماندهی و مقررات نیاز ندارد (مانند نامه و گفت و شنودهای حضوری)

۱۵: **ارتباط نمادین:** ارتباطی است که طی آن پیام‌ها در قالب علایم و نشانه‌ها از طریق حواس فرد دریافت می‌شود (مانند حالات چهره‌ی پیام دهنده - لحن و طنین صدا - حرکات و ژست) این عوامل بخشی از پیام هستند که پیام‌گیر آن را نشانه خوانی می‌کند و این حالات و حرکات می‌تواند در فرهنگ‌های مختلف معانی متفاوتی داشته باشد.

۱۶: **فرا ارتباط:** در این نوع ارتباط فقط جزیی از پیام را پیام دهنده می‌دهد ولی پیام‌گیر تمام پیام را در می‌یابد.

۱۷: **ارتباط احساس برانگیز:** ارتباطی که به هنگام انتقال پیام به معنای دقیق پیام اندیشیده نمی‌شود و بیشتر به ضرب آهنگ‌ها تکیه می‌شود (مانند ذکر مصائب که علما و مداحان در آخر منابر می‌خوانند)

۱۸: **ارتباط از لحاظ کارکرد:** (میان دو یا چند نفر که به طور متقابل به یکدیگر وابسته‌اند)

الف: تولید ارتباطی است که برای انجام کاری برقرار می‌شود و هدف از آن شیوه‌های تولیدی بی‌شماری است که از طریق آن افراد به اهداف و مقاصد خود می‌رسند.

ب: ابداع ارتباطی که در جهت بوجود آوردن و آفرینش ایده‌های تازه است.

پ: حفظ بقا. ارتباطی است که هدفش حفظ و بقاست. خواه بقای هویت فرد و خواه حفظ روابط بین افراد.

### انواع ارتباط با توجه به عکس‌العمل گیرنده پیام:

الف: ارتباط خطی: در این نوع ارتباط گوینده فرمان می‌دهد و مخاطب بدون آنکه حق انتخاب، تفسیر و توضیح و سوال داشته باشد خواسته برقرار کننده ارتباط را بر می‌آورد.

ب: ارتباط خطی، ترغیبی و تشویقی: در این نوع ارتباط فرستنده پیام همراه با پیام مقدار زیادی مطالب تشویقی و ترغیبی هم ارسال می‌دارد و گیرنده پیام را تشویق و ترغیب به انجام کار و یا پذیرش ایده می‌نماید.

پ: ارتباط دوجانبه: در این نوع ارتباط گیرنده و فرستنده مطالب منظورهای و مفاهیم خود را با یکدیگر در میان می‌گذارند و هر یک از طرفین ارتباط حق عکس‌العمل، اظهار نظر و انتخاب و تفسیر و تحلیل پیام طرف مقابل را دارند.

ت: ارتباط پروجهی: در این نوع ارتباط گیرنده و فرستنده با مجموعه پیام‌های کلامی و غیر کلامی همدیگر را مخاطب قرار می‌دهند ضمناً هر دو تحت تاثیر پیام‌های دیگر که درباره همان موضوع از منابع دیگر دریافت می‌کنند هستند. یعنی منابع دیگر نیز سعی می‌کنند آنها را در آن لحظه و در آن زمینه تحت تاثیر قرار دهند. در این نوع ارتباط انتخاب، تحلیل و تفسیر گیرنده از پیام، با آزادی اطلاع و بینش بیشتری انجام می‌گیرد و نقطه نظرهای جدید ارتباطات بدین صورت بیان می‌شود.

### مدل‌های ارتباطی:

برای مطالعه جریان ارتباطی نیاز داریم عوامل درگیر در جریان ارتباطی را از هم جدا نموده و هر یک از عوامل را به صورتی جداگانه بررسی نماییم. یک روش ساده و عملی برای بررسی و مطالعه این عوامل این است که جریان ارتباطی و عوامل تشکیل دهنده آن را به صورت یک مدل ترسیم و بررسی نماییم. این روش به ما فرصت می‌دهد تا با ترسیم عوامل تشکیل دهنده جریان ارتباطی و روابط بین آنها چگونگی کار جریان ارتباطی را بهتر و ساده‌تر دریابیم.

الف: مدل ارسطویی: یک مدل ساده و قدیمی است و فقط سه عامل: فرستنده - پیام و گیرنده را در نظر دارد. در این مدل تقریباً هیچ‌گونه ارتباط متقابلی بین گیرنده و فرستنده پیام وجود ندارد.

ارتباط یک جریان یک طرفه است که همیشه از طرف فرستنده به گیرنده جریان دارد. ارسطو به وسیله ایراد نطق و خطابه در پارک‌ها و مکان‌های عمومی سعی در روشن کردن اذهان عمومی درباره مسایل سیاسی - اجتماعی زمان خود داشت. این نظریه در

مورد جریان ارتباطی به صورت زیر مدل شده است.

شنونده                      پیام                      سخنران

### ب: مدل تئوری اطلاعاتی "Information Theory model"

مدل تئوری اطلاعاتی به وسیله کلودشانون پیشنهاد شده است این مدل روی پیام تاکید دارد اتفاقاتی که برای اطلاعات گنجانیده شده در یک پیام ارتباطی می افتد تا از منبع به مقصد یا از فرستنده به گیرنده برسد. به طور کلی این مدل جریانی را تشریح می کند که در آن دستگاه فرستنده ارتباط روی اطلاعات که به صورت سیگنال کد شده اند پس از عبور از کانال ارتباطی به وسیله دستگاه گیرنده ارتباط گرفته شده و به مقصد می رسند. مدل تئوری ارتباطی به سادگی چگونگی کار جریان ارتباطی را تشریح می کند در این مدل اطلاعات به عنوان کاهش درجه عدم اطمینان و نا آگاهی نسبت به چیزی تعریف شده است.

مقصد	دستگاه گیرنده	کانال	دستگاه گیرنده	منبع
پیام	سیگنال گرفته شده	سیگنال فرستاده شده	پیام	

پارازیت

در هر مدل عوامل تشکیل دهنده جریان ارتباطی عبارتند از: فرستنده پیام - پیام - کانال - گیرنده پیام - پاسخ یا بازخورد

### فرستنده پیام (Sender)

اولین قدم در برقراری هر ارتباطی به وسیله فرستنده پیام برداشته می شود، فرستنده مجموعه ای از ایده ها، نگرش ها و باورهای خود را به گیرنده منتقل می سازد. فرستنده زبانی مخصوص به خود را دارد و بایستی از حداقل مهارت های لازم برای برقراری ارتباط برخوردار باشد. فرستنده در برقراری ارتباط هدف مشخص و معینی را دنبال می کند و نیاز به اطلاع دادن، آموزش و یا تغییر نگرش و رفتار گیرنده می تواند بخشی از اهداف فرستنده پیام باشد.

فرستنده ممکن است یک سخنران، یک نویسنده، نقاش، شاعر و یا گرافیست باشد. گاهی اوقات نیز فرستنده پیام گروهی از کارکنان یک سازمان ارتباطی است.

### پیام message

پیام چیزی است که به وسیله فرستنده تولید شده و در کانال ارتباطی جریان می یابد. برای مثال در یک سخنرانی پیام عبارتست از مجموعه ای از انگیزه های گفتاری و دیداری که به وسیله سخنران تولید شده و در کانال ارتباطی (سخنرانی) جریان می یابد پیام هر چیزی است که فرستنده به ارتباط می گذارد. هر چند ممکن است مقدار زیادی از آن بدون هدف و برنامه قبلی باشد؛ پیام را بایستی از فرستنده آن (منبع) جدا نمود. در عین حال پیام رابطه نزدیکی با فرستنده آن دارد. لاجن ساد یک سخنران هنگام سخنرانی ممکن است بدون برنامه قبلی باشد اما قطعاً در برقراری ارتباط و تاثیر پیام موثر است.

پیام به خودی خود چیزی جز مجموعه ای از انگیزه ها نیست. این انگیزه ها ممکن است به صورت

یک تصویر مجموعه‌ای از حروف و کلمات چاپی در یک روزنامه و یا امواج رادیو و تلویزیونی باشد. پیام فقط برای کسانی که قادر به گرفتن و تجزیه و تحلیل آن باشند معنی و مفهوم دارد.

### کانال Channel

کانال وسیله‌ای است که از طریق آن پیام به صورت کد با سیگنال فرستاده می‌شود. کانال ممکن است هوا چاپ و یا سیم‌های تلفن باشد. کانال‌های ارتباطی انواع مختلفی دارند و به دو دسته تقسیم می‌شوند: شخصی و جمعی - کانال‌های شخصی عبارتند از آنهایی که ارتباط بین دو یا عده مشخص و معدودی را برقرار می‌کند مانند تلفن یا سخنرانی. کانال‌های جمعی برای برقراری ارتباط با عده کثیری از گیرندگان که ممکن است تا حدود زیادی هم ناشناخته باشند مورد استفاده قرار می‌گیرند. کانال‌های ارتباطی جمعی مانند روزنامه، مجله، فیلم، رادیو و تلویزیون پیام ارتباطی متفاوتی را منتقل می‌کند. مثلاً ارتباط میان فرد که در یک کانال ارتباطی مشخص است انگیزه‌هایی را منتقل می‌کند که رادیو قادر به انجام آن نیست. کلمات موقعی که به صورت گفتار بیان شوند اثرات متفاوتی دارند تا این که همان کلمات در یک روزنامه چاپ شوند همچنین کانال ممکن است اثر مستقیم روی پیام و جریان ارتباطی داشته باشد. بعضی‌ها آن چه را که می‌شنوند باور می‌کنند و بعضی‌ها آن چه را که می‌خوانند.

### گیرنده پیام: Reciver

گیرنده پیام عبارتست از شخص یا اشخاصی که ارتباط را دریافت می‌کنند. در ارتباطات جمعی گیرنده پیام را با اصطلاح مخاطب می‌شناسیم مخاطب ممکن است یک فرد معین و شناخته شده و یا گروه یا قشر عظیمی از مطالعات و پژوهش‌ها که تا حال در ارتباطات جمعی و رسانه‌های ارتباطی انجام شده حول محور گیرنده پیام و مخاطب و شناخت او استوار بوده است. گیرنده پیام ممکن است شنونده معمولی یک سخنرانی، خواننده یک کتاب و روزنامه و یا شنونده رادیو یا بیننده یک فیلم یا تلویزیون باشد. ممکن است گیرنده پیام به طور تصادفی پیام را دریافت کند یا این که قصد و نیت قبلی برای این کار داشته باشد.

### پاسخ Response

پاسخ عبارت است از تغییری که در اثر ارتباط در نگرش و در نتیجه رفتار گیرنده به وجود می‌آید. اگر ارتباط تغییری در نگرش و رفتار گیرنده به وجود نیاورد می‌توان گفت که ارتباط موفقی نبوده است. تغییر در رفتار ممکن است آشکار یا غیر قابل رویت باشد بنابراین بعد از برقراری ارتباط نبایستی بلافاصله منتظر تغییر در رفتار گیرنده بود. همچنین ممکن است که ارتباط فاقد اثر خاصی روی مخاطب باشد و یا تغییری در نگرش مخاطب به وجود آورد. این تغییر در ابعاد گوناگون تجلی پیدا می‌کند. یکی از صورت‌ها تغییر در رفتار است که به آن پاسخ می‌گوییم و به صورت‌های مختلفی ظاهر می‌شود که به آن بازخورد اطلاق می‌کنیم.

## بازخورد Feed back

بازخورد انواع پاسخی‌هایی را که گیرنده از خود نشان می‌دهد تشریح می‌کند این پاسخی‌ها ممکن است نشانه شکست یا موفقیت ارتباط باشد بازخورد ممکن است به صورت یک عکس‌العمل آشکار و آنی ظاهر شود یا این که با تاخیر به فرستنده پیام برسد فرستنده پس از اطلاع از پاسخ و واکنش گیرنده (بازخورد) ممکن است تغییرات کمی و کیفی در پیام به وجود آورده و آن را اصلاح کند. بازخورد ممکن است یک واکنش ناخود آگاه باشد. در یک ارتباط رادیویی یا تلویزیونی بازخورد از طریق نامه‌ها - تلفن‌های مخاطبان به فرستنده می‌رسد و مبنایی برای اصلاح و تصحیح ارتباطات آینده می‌شود.

## مدل‌های ارتباطی:

فرایند ارتباط از ابتدا تا انتهای چرخه آن متشکل از مراحل، اجزا و عناصر مختلفی است که هر جز دارای ویژگی خاصی می‌باشد.

برای شناخت جریان ارتباطی باید این اجزا را شناخت و رابطه هر یک را با اجزا دیگر درک کرد. در کتب ارتباطی این قسمت را تحت عنوان مدل ارتباطی بررسی می‌کنند.

مدل عبارت است از نمونه کوچک شده یک پدیده که اجزا و روابط بین آنها و قسمت‌های مختلف آن پدیده را نشان می‌دهد.

از دیگر مدل‌های ارتباطی مدل دیوید برلو می‌باشد. دیوید برلو در سال ۱۹۶۰ مدلی را طراحی کرد و در کتاب خود، ضمن چاپ تصویر این مدل به تفصیل درباره فراگرد ارتباطات انسانی توضیح داد.

مدل برلو حاوی چهار عنصر منبع، پیام، کانال و گیرنده است. منبع و گیرنده هر کدام دارای مهارت‌های ارتباطی نگرش، دانش، سیستم‌های اجتماعی و فرهنگ هستند و پیام نیز به رمز، محتوا، نحوه ارائه، عناصر و ساخت تقسیم شده است. کانال شامل شنیدن، دیدن، لمس کردن، بوییدن و چشیدن است. برلو می‌نویسد: «می‌توان گفت که همه انواع ارتباطات انسانی دارای منبع هستند. منبع می‌تواند شخص یا گروهی باشد که با هدف و دلایل خاص اقدام به برقراری ارتباط می‌کند. یک منبع معین با ایده‌ها، نیازها، مقاصد، اطلاعات و هدفی برای ارتباط، جز اول یک فراگرد ارتباط است. جز دوم هدف است. هدف منبع باید به شکل یک پیام توضیح داده شود. در ارتباط شود. یک پیام رفتاری است فیزیکی و در دسترس. در ارتباط انسانی ایده‌ها، اهداف و مقاصد به صورت یک مجموعه منظم از نمادها ترجمه می‌شود.»

برلو در ادامه می‌نویسد: «این که چگونه اهداف منبع به صورت یک مجموعه منظم از نمادها در می‌آید نیاز به جز سوم ارتباط دارد. این جز سوم رمزگذار است (در مدل رمزگذار وجود ندارد) رمزگذار مسوول گرفتن عقاید و تبدیل آن به صورت رمز است. در واقع هدف منبع به صورت یک پیام عرضه می‌شود. در ارتباط فرد با فرد و وظیفه کد گذاری بر اساس مهارت‌های حرکتی منبع انجام می‌شود. سازوکار صوتی منتج که منبع به ساخت کلمات شفاهی، نت‌های موسیقی و غیره می‌شود، سیستم ماهیچه‌های دست

که کلمه را می‌نویسد، تصویری را می‌کشد و غیره و سیستم‌های دیگر ماهیچه بدن که حرکات چهره، بازوها، حالت بدن و... را انجام می‌دهد؛ همه در واقع مهارت‌های ارتباطی منبع محسوب می‌شوند.

وقتی ما درباره یک ارتباط پیچیده‌تر صحبت می‌کنیم، اغلب منبع را از رمزگذار جدا می‌کنیم. در آغاز ما طررحمان را به حداقل پیچیدگی محدود می‌کنیم ما یک منبع ارتباط همراه هدف داریم و یک رمزگذار که این هدف را به صورت پیام توضیح می‌دهد و یا بازگو می‌کند.

چهارمین جز مورد نیاز کانال است. ما به کانال به صورت‌های مختلف می‌توانیم نگاه کنیم. نظریه ارتباط حداقل سه معنی برای کانال ارایه می‌دهد. به صورت خلاصه کافی است بگوییم کانال، یک وسیله و یک حامل پیام است. این گفته صحیح است که پیام‌ها فقط در بعضی کانال‌ها می‌توانند وجود داشته باشند، اما انتخاب کانال‌ها یک عامل مهم در تعیین تاثیر ارتباط است.

برای این که ارتباط روی دهد باید شخصی در سوی دیگر کانال قرار دهیم فقط قسمتی از کار را انجام داده‌ایم. وقتی ما صحبت می‌کنیم کسی باید آن را گوش کند و... آن‌ها همان گیرنده ارتباط هستند که در واقع نشان‌گاه ارتباط هستند.

در ارتباط منابع (فرستندگان و گیرندگان) باید دارای سیستم‌های مشابه باشند. اگر سیستم‌های آن مشابه نباشد ارتباط نمی‌تواند رخ دهد. دیوید برلو در ادامه توضیح مدل خود می‌نویسد: «ما اکنون همه اجزای اساسی ارتباط را به جز یکی داریم و آن رمزخوان است. درست همان گونه که یک منبع نیاز به رمزگذار برای بازگو کردن هدف‌هایش به صورت پیام و به صورت توضیح هدف به صورت یک رمز دارد، گیرنده نیز نیاز به یک رمزخوان برای بازخوانی و رمز خوانی پیام دارد. کار این رمزخوان قرار دادن رمز به شکلی است که بتواند برای گیرنده مورد استفاده باشد. در ارتباط فرد با فرد، رمزگذار مجموعه‌ای از مهارت‌های حرکتی منبع خواهد بود با اشاره به این نکته باید گفت ما می‌توانیم رمزخوان را به عنوان مجموعه مهارت‌های حرکتی گیرنده نگاه کنیم در حالت ارتباط یک یا دو نفر با هم رمزخوان می‌تواند به عنوان حواس تصور شود. به این ترتیب اجزایی که برای مدل ارتباط مورد بررسی قرار خواهیم داد عبارتند از ۱: منبع ارتباط ۲: رمزگذار ۳: پیام ۴: کانال ۵: رمزخوان ۶: گیرنده ارتباط

در قسمتی دیگر برلو کوشش در توجیه خواننده می‌کند که چرا در مدل او پارازیت جایی ندارد. برای توجیه این مطلب ابتدا هدف از ارتباط را توضیح می‌دهد و می‌نویسد: «می‌توان هدف از ارتباط را چنین برشمرد که یک ارتباط گر، امیدوار است که ارتباطش بالاترین حد صحت high - fidelity را داشته باشد. برلو این بالاترین صحت را چنین توضیح می‌دهد که وقتی رمزگذاری در بالاترین حد صحت انجام شود بیان معنی منبع به طور کامل انجام خواهد شد یا بالاترین حد صحت رمزخوانی آن است که با دقت کامل یک پیام برای گیرنده ترجمه شود. برلو پارازیت را در مفهوم گسترده‌تری بکار می‌برد و شامل عواملی می‌داند که در هر یک از اجزای ارتباطی می‌تواند ایجاد شود و آن را دچار اختلال کند.

در شماره بعد راجع به خصوصیات رسانه‌های ارتباطی و محیط سیستم‌های ارتباطی توضیح خواهیم داد و امیدواریم که مژمر ثمر واقع شود.