

## ارتباطات و روابط عمومی

محمد تقی متانت پور\*

کارشناس ارشد حوزه روابط عمومی

### چکیده

محور اساسی فعالیت‌های روابط عمومی، ارتباط است. روابط عمومی در سازمان‌ها از طریق ایجاد و ارتقاء ارتباط خود با قشرهای گوناگون جامعه و همچنین کارکنان خود می‌توانند قله‌های موفقیت را ببیند. در این مقاله انواع، اجزاء و عناصر ارتباط معرفی می‌شود. در ارتباط همیشه آنچه مورد نظر است محقق نمی‌شود، بلکه محدودیت‌ها یا موانع، ارتباط را ناقص، گمراه و یا حتی غیرممکن می‌سازند که در این بحث محدودیت‌ها نیز شناسایی می‌شوند.

واژگان کلیدی: روابط عمومی، ارتباطات، ارتباط

مجله مطالعات نوین در

اقتصاد، مدیریت و

حسابداری

دوره: ۳

شماره: ۲

تابستان ۱۴۰۰

صفحه: ۲۴-۴۴

**Journal of New Studies  
in Economics,  
Management and  
Accounting**

Vol: 3

No.: 2

Summer-2021

Page: 24-44

## مقدمه

درواقع ارتباط، محور اساسی فعالیت‌های روابط عمومی است. به بیان دیگر پل ارتباطی میان مردم و خدمات هر سازمان محسوب می‌شود. بر این اساس، موفقیت روابط عمومی در گرو ارتباط با قشرهای گوناگون جامعه و همچنین کارکنان سازمان می‌باشد. لذا در ابتدا باید به شناخت ارتباط و گونه‌های آن پرداخت.

## مفهوم ارتباط

ارتباط در فرهنگ‌های فارسی به معانی ربط دادن، بستن علاقه، پیوستگی و بستگی، پیوند چیزی به چیزی، اتصال و رابطه آمده است، اما در علوم ارتباطات، جایگزین لغت انگلیسی و فرانسه است که مفاهیم گوناگونی از قبیل انتقال و انتشار Communication اندیشه‌ها و آگاهی‌ها، ایجاد پیوستگی اجتماعی و اشتراک فکری و همکاری عمومی را در برمی‌گیرد. هر یک از دانشمندان و متخصصان امر برای ارتباط تعریفی ارائه داده‌اند. از نظر ادوین امری و همکارانش، ارتباط عبارت از فن انتقال اطلاعات و افکار و رفتارهای انسانی از یک شخص به شخص دیگر می‌باشد. هر کدام از ما با یک شخص دیگر از طریق حواس پنجگانه (بینایی، بویایی، چشایی، بسوایی و شنوایی) دائم در حال برقراری ارتباط هستیم. هنگامی که لبخند بر لب می‌آوریم، بدین طریق احساس دوستانه را منتقل می‌کنیم یا طنین صدای هر یک از ما در موقع گفتن صبح‌به‌خیر نمایشگر احساس ما از ناراحتی یا خوشحالی بسیار می‌باشد و بالاخره کلماتی که ما برای صحبت کردن و یا نوشتن به کار می‌بریم، عامل انتقال احساس و اندیشه ما به شخص یا گروه دیگری هستند.

انجمن بین‌المللی تحقیقات ارتباط جمعی، ارتباط را این‌گونه تعریف می‌کند، هنگام صحبت از ارتباط، منظور روزنامه‌ها، نشریه‌ها، مجله‌ها، کتاب‌ها، رادیوها، تلویزیون‌ها، ارتباطات راه دور (تلفن، تلگراف، کابل‌های زیردریایی) و پست است. همچنین ارتباط چگونگی تولید و توزیع کالاها و خدمات مختلفی را که وسایل و فعالیت‌های فوق به عهده‌دارند و مطالعات و پژوهش‌های مربوط به محتوا پیام‌ها و نتایج و آثار آنها را در برمی‌گیرد. (معمد نژاد، ۱۳۸۳، ص ۲۷)

ارتباط را می‌توان جریانی دوطرفه دانست که طی آن دو یا چند نفر به تبادل افکار، نظریات، احساسات و حقایق می‌پردازند و از طریق به کار بردن پیام‌هایی که معنایش برای همه آنها یکسان است به انجام این امر

مبادرت می‌ورزند. هنگامی که ارتباط را کوشش آگاهانه فرستنده پیام برای سهیم ساختن گیرنده در اطلاعات، عقاید و طرز فکرهایشان می‌دانیم، مسئله تفاهم و هماهنگی فرستنده و گیرنده اهمیت اصلی و اساسی خود را به دست می‌آورد. (صبری، ۱۳۸۱، ص ۵)

ارتباط هنگامی می‌تواند بین دو یا چند نفر اتفاق بیفتد که گیرنده، منظور و مفهوم خود را به صورت یک نماد کلامی و غیرکلامی وجود خارجی ببخشد و به مخاطب انتقال دهد و دریافت‌کننده پیام نیز از آن نماد همان مفهوم و معنی را دریافت کند. در اینجا دو عنصر جداگانه وجود دارد. نخست معنی و دیگری نماد. معنی در ذهن برقرارکننده ارتباط وجود دارد و قابل انتقال نیست، این نماد است که به صورت کلامی یا غیرکلامی منتقل می‌شود. مخاطب، این نماد را از طریق یکی از حواس دریافت می‌کند و به ذهن خود منتقل می‌نماید. مخاطب و گیرنده پیام باید همان معنی را به ذهن خود متبادر کند و همان معنی فرستنده پیام را به آن نماد نسبت دهد.

کلمات یکی از مهم‌ترین نمادها و علاماتی هستند که در عمل ارتباط به کار گرفته می‌شوند تا منظور و مفهوم را از گوینده به دریافت‌کننده برسانند؛ اما کلمات تنها نماد برای انتقال پیام نیستند، اگرچه بهترین و مهم‌ترین آن‌ها هستند. همه کسانی که به کشورهای خارجی سفر کرده‌اند، به خوبی می‌دانند که کلمات چه نقشی در امر ارتباط دارند. آن‌ها تجربه کرده‌اند که اگر زبان مشترکی برای ارتباط وجود نداشته باشد، تنها می‌توان با حرکات چهره و دست و سایر تلاش‌ها مقاصد بسیار پیش‌پاافتاده و جزئی را بیان داشت ولی انتقال مفاهیم، تجارب و مقاصد، عملاً ممکن نخواهد بود. (میر سعید قاضی، ۱۳۷۰، ۱۰۳-۱۰۱).

اغلب متخصصان برای کلمه «ارتباط» به طور مفرد و کلمه «ارتباطات» به صورت جمع، معانی متفاوتی را بیان می‌کنند.

کلمه ارتباط به طور مفرد، به معنای جریانی است که ضمن آن یک پیام از یک منشأ به یک مخاطب منتقل می‌گردد و به زبان ساده‌تر می‌توان گفت ارتباط شامل چگونگی بیان یک مطلب برای یک فرد است.

کلمه ارتباط به صورت جمع معمولاً به وسایل و روش‌های ارتباطی اطلاق می‌شود. از این لحاظ یک روزنامه، یک سازمان رادیویی یا تلویزیونی، یک مؤسسه مطبوعاتی، یک کمپانی فیلم‌برداری و یک چاپخانه، از انواع ارتباطات به شمار می‌روند. باید گفت که اصطلاح ارتباطات به تأسیسات و وسایلی که وظیفه انتقال افکار و

اخبار و رفتارهای انسان را به عهده‌دارند، اختصاص داده می‌شود و اصطلاح ارتباط برای معرفی جریان انتقال و دریافت پیام‌ها به کار می‌رود (معمتمد نژاد، ۱۳۸۳، ص ۲۸-۲۷).

به دنبال تعریف‌های فوق یکی از بهترین تعریف‌هایی را که تاکنون درباره ارتباط بیان شده است و متعلق به چارلز کولی، می‌باشد، نقل و بررسی می‌کنیم. چارلز کولی ارتباط را چنین تعریف کرده است.

ارتباط مکانیسمی است که روابط انسانی بر اساس و به‌وسیله آن به وجود می‌آید و تمام مظاهر فکری و وسایل انتقال و حفظ آن‌ها در مکان و زمان بر پایه آن توسعه پیدا کند. ارتباط حالت چهره، رفتارها، حرکات، طنین صدا، کلمات، نوشته‌ها، چاپ، راه‌آهن، تلگراف، تلفن و تمام وسایلی که اخیراً در راه غلبه بر مکان و زمان ساخته شده‌اند، همه را در برمی‌گیرد.

تعریف کولی در مورد ارتباط کامل و جامع‌ترین تعریف محسوب می‌شود. در این تعریف چند عنصر وجود دارند که با تجزیه و تحلیل آن‌ها اهمیت پدیده ارتباط و نقش وسایل ارتباطی در جوامع معاصر به‌خوبی آشکار می‌گردند:

۱- نخستین اندیشه مهم موجود در این تعریف آن است که ارتباط را در مبنای اساسی روابط انسانی قلمداد می‌کند.

۲- اندیشه مهم دیگر آن معرفی ارتباط به‌عنوان جریان خاصی است که روابط انسانی با استفاده از آن عملاً برقرار می‌گردند.

۳- در این تعریف به عنصر دیگری که می‌توان آن را نمادگذاری و مظهر سازی (کلمات، علامات، تصویرها و مانند آن) نامید و لازمه برقراری ارتباط بین انسان‌هاست، نیز اشاره می‌شود.

۴- آخرین عنصری که در این تعریف مشاهده می‌گردد، وسیله انتقال است که موضوع و محتوای روابط انسانی (اطلاعات، افکار، تمایلات، تجربه‌ها و نظایر آن) را از شخصی به شخص دیگر یا از گروهی به گروه دیگر، منتقل می‌کند.

از تعریف فوق می‌توان نتیجه گرفت که ارتباط، رابطه انسانی را از حالت جوهر به مرحله وجود می‌رساند و از حالت بالقوه به حالت بالفعل درمی‌آورد و به آن واقعیت تاریخی می‌دهد؛ به‌عبارت‌دیگر باید گفت که رابطه انسانی بدون ارتباط مانند عکس با تصویری است که هنوز ظاهر نشده یا مشخصات و حدود آن آشکار نگردیده

است. موضوع دیگری که در تعریف بالا دیده می‌شود مکانیسم ارتباط است. در این تعریف، کولی ارتباط را یک مکانیسم یا ترکیب و جریان خاصی می‌داند که معمولاً ضمن آن پیام‌های شخص، اشخاص یا گروه‌ها که منشأ و منبع ارتباط نامیده می‌شوند. اغلب با نشانه‌ها و علامت‌های مخصوص (رقم، کلمه، صدا، ...) از طرف فرد یا مرکز فرستنده (ارتباط گر یا تهیه‌کننده پیام‌ها)، نشانه‌گذاری (نظیر تلگراف مورس) می‌گردند و با استفاده از یک وسیله یا مجرا یا شبکه ارتباطی منتقل یا پخش می‌شوند و پس از دریافت از طرف یک فرد یا مرکز گیرنده و تبدیل نشانه و رمز به زبان عادی، به مخاطب یا مخاطبان ارائه می‌گردند (معتمد نژاد، ۱۳۸۳، ص ۳۵-۲۸).

با توجه به عناصری که در تعریف ارتباط شناخته شدند، می‌توان انواع ارتباط و وسایل ارتباطی را مورد مطالعه قرار داد.

## انواع ارتباط

### ارتباط از نظر برقرارکننده و دریافت‌کننده

از نظر برقرارکننده و دریافت‌کننده، ارتباط به قسمت‌های زیر تقسیم می‌شود:

۱. ارتباط انسان با مبدأ خلقت
۲. ارتباط انسان با انسان
۳. ارتباط انسان با حیوان
۴. ارتباط حیوان با انسان
۵. ارتباط حیوان با حیوان
۶. ارتباط انسان با ماشین و ماشین با انسان

### ارتباط از نظر نماد

ارتباط را از نظر نمادی که به کار گرفته می‌شود می‌توان به دو گروه تقسیم کرد:

۱. ارتباط کلامی

در این نوع ارتباط کلمات که واحد زبان هستند به صورت نوشتاری و یا گفتاری در خدمت ارتباط درمی‌آید.

## ۲. ارتباط غیرکلامی

هرگاه برای انتقال پیام از نمادی غیر از کلمات استفاده شود، ارتباط غیرکلامی برقرار گردیده است. نماد غیرکلامی می‌تواند به صورت نقاشی، رقص، زبان و یا هر نماد دیگر باشد. عموماً ارتباط غیرکلامی را به صورت زبان علامات، زبان اشیاء و زبان حرکات تقسیم می‌کنند.

### انواع ارتباط با توجه به عکس‌العمل گیرنده پیام

ارتباط به لحاظ عکس‌العمل گیرنده پیام به انواع زیر تقسیم‌بندی می‌شود:

#### ۱. ارتباط خطی

در این نوع ارتباط گوینده فرمان می‌دهد و مخاطب بدون اینکه حق انتخاب، تفسیر، توضیح و سؤال داشته باشد، خواسته برقرارکننده ارتباط را برمی‌آورد.

#### ۲. 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 متمایل به انجام کار و یا پذیرش اندیشه می‌نماید.

#### ۳. ارتباط دوجانبه

در این نوع ارتباط، گیرنده و فرستنده مطالب، منظورها و مفاهیم خود را با یکدیگر در میان می‌گذارند. هر یک از طرفین ارتباط، حق عکس‌العمل، اظهارنظر و انتخاب، تفسیر و تحلیل پیام طرف مقابل را دارند.

#### ۴. ارتباط پر وجهی

در این نوع ارتباط، گیرنده و فرستنده با مجموعه پیام‌های کلامی و غیرکلامی همدیگر را مخاطب قرار می‌دهند. ضمناً هر دو تحت تأثیر پیام‌های دیگری هستند که درباره همان موضوع از منابع دیگر دریافت می‌کنند، یعنی منابع دیگر نیز سعی می‌کنند آن‌ها را در آن زمینه تحت تأثیر قرار دهند. در این نوع ارتباط، انتخاب، تحلیل و تفسیر گیرنده از پیام، با آزادی اطلاع و بینش بیشتری انجام می‌گیرد. (میر سعید

قاضی، ۱۳۷۰، ص ۱۰۵-۱۰۳)

## انواع ارتباط از نظر محتوا و کارکرد

از نظر محتوا و کارکرد ارتباط به انواع زیر تقسیم می‌شود:

۱. ارتباط خصوصی و بی‌واسطه

ارتباطی است فوری و رودررو که طی آن، پیام مستقیماً میان پیام‌دهنده و پیام‌گیرنده (یا هر دو گروه کوچک) ردوبدل می‌شود. ویژگی‌های این نوع ارتباط عبارت‌اند از:

الف. فرصت جابه‌جایی پیام گیرنده و پیام‌دهنده

ب. فرصت تصحیح یکدیگر

ج. ارتباط چهره به چهره و عمیق

د. قابل‌رؤیت بودن آثار پیام

۲. ارتباط جمعی یا عمومی

از نظر لغوی به معنای ابزارهایی است که از طریق آن‌ها می‌توان به افرادی نه به‌طور جداگانه یا با گروه‌های خاص و همگون، بلکه به جماعت کثیری از مردم به‌طور یکسان دسترسی پیدا کرد. امروزه این نوع وسایل عبارت‌اند از روزنامه، رادیو، تلویزیون، سینما، اعلان‌ها و...

ویژگی‌های این نوع ارتباط عبارت است از:

الف. پیام‌گیران ناآشنا و پراکنده

ب. بازگشت پیام یا بازخورد با تأخیر

ج. سرعت عمل زیاد

د. تکثیر پیام

ه. ارتباط سطحی و ناپایدار

۳. ارتباط نوشتاری

ارتباطی است که در آن، اطلاعات از طریق قلم بر کاغذ نقش می‌بندد (مانند نامه، روزنامه، کتاب و غیره).

## ۴. ارتباط غیر نوشتاری

ارتباطی است که اطلاعات و افکار از طریق امواج (مانند رادیو، تلویزیون، تلفن و غیره) میان افراد مبادله می‌شود.

## ۵. ارتباط ملی

ارتباطی است که پیام‌ها، اطلاعات و مفاهیم از طریق وسایل ارتباط جمعی (نظیر رادیو، تلویزیون و مطبوعات) در چارچوب جغرافیایی یک کشور منتشر می‌شود.

## ۶. ارتباط فراملی

پیام‌ها و اطلاعاتی که از طریق ماهواره‌ها، مرزهای جغرافیایی را درمی‌نوردد و موجب نزدیکی میان انسان‌ها بر روی کره زمین می‌شود (مانند تلویزیون آسیایی، اروپایی و تلویزیون‌های بدون مرز و غیره).

## ۷. ارتباط کلامی

در این نوع ارتباط، اطلاعات و افکار از طریق زبان و گفتار منتقل می‌شود (نظیر تلفن، تلگراف و غیره).

## ۸. ارتباط غیرکلامی

ارتباطی است که مفاهیم و معانی به صورت غیرزبانی و غیر گفتاری میان انسان‌ها منتقل می‌شود (نظیر عکس، تصویر، فیلم و غیره).

## ۹. ارتباط انسانی

اطلاعات و مفاهیمی که میان دو انسان ردوبدل می‌شود (مانند نامه، تلفن و غیره).

## ۱۰. ارتباط ماشینی یا ابزاری

این درست برعکس ارتباط انسانی است. در این نوع ارتباط، گردش اطلاعات میان دو ابزار یا ماشین ردوبدل 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

درست برعکس ارتباط زمانی است و محدود به زمان خاصی نیست و اطلاعات آن می‌تواند پیوسته معتبر باشد (مانند کتابخانه).

#### ۱۳. ارتباط فrazمانی

در این نوع ارتباط، انتقال اطلاعات و دریافت پیام به امکانات گسترده فنی و برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی و نیز بودجه و پرسنل و ... نیاز دارد (مانند رادیو، تلویزیون، تلکس، فاکس و غیره).

#### ۱۴. ارتباط غیرسازمانی

ارتباطی است که به امکانات فنی و بودجه و سازمان‌دهی و مقررات نیاز ندارد (مانند نامه‌ها و گفت‌ووشنودهای حضوری و...).

#### ۱۵. ارتباط نمادین

ارتباطی است که طی آن پیام‌ها در قالب علائم و نشانه‌ها از طریق حواس فرد دریافت می‌شود (مانند حالات چهره پیام‌دهنده، حرکات و ژست‌های او، لحن و طنین و اوج صدایش) این عوامل و بسیاری عوامل دیگر، بخشی از پیام هستند که پیام‌گیرنده، آن‌ها را نشانه خوانی می‌کند. این حالات و حرکات می‌تواند از فرهنگی به فرهنگ دیگر متفاوت باشد.

ارتباط از لحاظ کارکرد، به گونه‌های مختلفی تقسیم می‌شود. برلو در این مورد می‌گوید: ارتباط میان دو یا چند نفر که به‌طور متقابل به یکدیگر وابسته‌اند، معمولاً بر سه نوع است و هر کدام در موردی به کار گرفته می‌شود. نخست، ارتباطی که می‌توان آن را تولید می‌نامید و برای انجام کاری برقرار می‌شود و هدف از آن شیوه‌های تولیدی بی‌شماری است که افراد از طریق آن‌ها به مقاصدشان می‌رسند. دوم، ارتباطی است که در جهت ابداع است و هدف آن به وجود آوردن دگرگونی و آفرینش اندیشه‌های تازه است. سوم، ارتباطی است که هدفش حفظ و بقاء است. خواه بقای هویت فرد خواه حفظ روابط بین افراد. چنین روابط یا پیام‌هایی ممکن است صرفاً به‌صورت سلام و احوال‌پرسی یعنی به‌قصد حفظ و تجدید دوستی با دیگران باشد که در هر حال، طی

آن، مقداری اطلاعات نیز ردوبدل می‌شود. پیام‌هایی از این دست، موجب بقای نظام‌های تولید و ابداع نیز می‌شود.

به‌طور مثال می‌توان به پیام‌هایی اشاره کرد که برای تحقق اهداف اداری و تشکیلاتی و یا به‌منظور اجتماعی کردن (جامعه‌پذیری) تازه‌واردها به یک فرهنگ یا نظام بکار می‌گیریم. (دادگران، ۱۳۷۴، ص ۳۲-۲۹)

اجزا و عناصر ارتباط:

فرایند ارتباط از ابتدا تا انتهای چرخه آن، متشکل از مراحل، اجزاء و عناصر مختلفی است. یک جریان ارتباطی، از آغاز تا پایان آن، از اجزاء گوناگون تشکیل شده است که هر جزء دارای ویژگی خاصی می‌باشد. برای شناخت جریان ارتباطی باید این اجزاء را شناخت و رابطه هر یک را با اجزاء دیگر درک کرد.

بدیهی است که هر جریان ارتباطی، بسته به نوع ارتباط در هر موقعیت عملی متفاوت بوده و دارای ویژگی‌های خاص خود می‌باشد. به‌عنوان مثال در یک موقعیت، ارتباط کلامی به خدمت گرفته می‌شود، در یک‌زمان ارتباط غیرکلامی. در زمانی ارتباط به‌صورت واژه‌های نوشتاری است و در زمان دیگر با رنگ یا موسیقی و حتی با زمان (دیر آمدن عمدی در یک ملاقات عمومی نشان‌دهنده بی‌علاقگی و عامل انتقال این پیام‌ها می‌باشد).

در نتیجه هر جریان ارتباطی دارای ویژگی‌های خاص خویش است. با این حال متخصصین امر ارتباطات معتقدند که در تمام صور ارتباطات به هر شکل که می‌خواهد باشد چند جزء، مرحله و عنصر معین و اصلی وجود دارد. در کتاب‌های ارتباطی این قسمت را تحت عنوان مدل‌های ارتباطی بررسی می‌کنند. مدل ارتباطی عبارت است از تبیین اجزاء اصلی تشکیل‌دهنده همه انواع ارتباطات و بیان تقدم و تأخر و کیفیت هر یک از این اجزاء.

با در نظر گرفتن عناصر مختلف ارتباط می‌توان جریان‌های ارتباطی را از هم متمایز ساخت و برای هر کدام تعریف خاصی ارائه داد:

۱. ساده‌ترین جریان ارتباطی شامل سه عنصر اصلی پیام‌دهنده، پیام، پیام‌گیرنده است. در این جریان منشأ پیام یعنی پیام‌دهنده یا گوینده شخص واحد است. مخاطب پیام - پیام‌گیرنده یا شنونده - نیز یک فرد

است و پیامی که مستقیماً بین آن‌ها مبادله می‌شود و معمولاً به صورت نگاه، حرکت سر و دست، لبخند یا گفتگو ظاهر می‌گردد، جنبه بیان حضوری دارد و از شخص گوینده یا شنونده به طور عینی جداشدنی نیست. بنابراین در جریان ساده ارتباط از آنجایی که عنصر پیام به طور مستقیم بین دو طرف مبادله می‌گردد، به عنصر دیگری به عنوان «وسیله انتقال» نیازی نیست.

۲. در ارتباط‌های غیرمستقیم که برای برقراری تماس بین پیام‌دهنده و پیام‌گیرنده، یک وسیله خارجی احتیاج است، عنصر جدیدی به نام «وسیله ارتباطی» به عنوان چهارمین عنصر ارتباط، خودنمایی می‌کند. یکی از نمونه‌های این نوع ارتباط، مبادله پیام از طریق نامه است. در چنین ارتباطی پیام‌دهنده و پیام‌گیرنده از یکدیگر دور هستند و ناچارند پیام خود را که دیگر جنبه بیان حضوری ندارد و به صورت مکتوب درآمده‌است، با استفاده از وسیله خاصی نظیر کاغذ به هم منتقل سازند.

۳. در ارتباط‌های جمعی به سبب فراوانی پیام‌ها، وسعت میدان ارتباط و پراکندگی پیام‌گیرندگان و همچنین لزوم پخش سریع پیام‌های ارتباطی، دیگر امکان ارتباط مستقیم وجود ندارد و جریان ارتباط غیرمستقیم نیز به عناصر تازه‌ای نیازمند است. در این نوع ارتباط، یکی از عناصر جدید «عامل ارتباط یا ارتباط‌گر» یا «فرستنده» است که باید به عنوان خبرنگار یا عکاس یا فیلم‌بردار، پیام ارتباطی را از منشأ و مأخذ اصلی (صحنه یک واقعه یا شخص مطلع) به دست آورد. این پیام ارتباطی پس از تهیه و تنظیم، با استفاده از یک «وسیله» یا «مجرای ارتباطی» مانند روزنامه، فرستنده رادیو یا تلویزیون پخش می‌گردد و برای آنکه «پیام‌گیرندگان» بتوانند آن را دریافت کنند ناچارند از عنصر ارتباطی تازه که «دستگاه‌گیرنده» است و معمولاً روزنامه یا گیرنده رادیو و تلویزیون می‌باشد، استفاده کنند.

در جریان این ارتباط، گاهی پیام‌های کسب‌شده از طرف ارتباط‌گر با علامت رمزی خاصی نظیر الفبای تلگرافی موریس، اعداد و ارقام و امثال آن‌ها منتقل می‌گردند، در این صورت قبل از آنکه پیام‌ها در اختیار مخاطبان اصلی گذاشته شوند، باید از صورت رمز خارج گردند و با بیان قابل‌فهم عامه پخش شوند. در این حال ارتباط‌گر، نقش رمزگذار را نیز به عهده می‌گیرد و پیام‌گیرنده، وظیفه رمز یاب پیدا می‌کند.

باید دانست در این جریان ارتباطی علاوه بر عوامل اصلی فوق، عامل مهم دیگری به عنوان «بازگشت پیام» یا عکس‌العمل پیام‌گیرندگان نیز باید در نظر گرفته شود. این عکس‌العمل برخلاف عکس‌العمل پیام‌دهنده و

پیام گیرنده در ارتباط مستقیم که به صورت مرئی و متقابل صورت می‌گیرد، معمولاً نامرئی و پراکنده و غیرمستقیم است، زیرا پیام گیرندگان وسایل ارتباط جمعی، خوانندگان روزنامه‌ها، شنوندگان رادیوها و بینندگان تلویزیون‌ها که در شهرها یا کشورهای مختلف پراکنده‌اند، نه تنها در برابر مطالب مطبوعات و برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی استنباط و ادراک مشابه ندارند، بلکه به علت محدودیت‌های اجتماعی و سیاسی، فقدان وسایل و دوری مسافت و موانع دیگر، امکان اظهار نظر فوری و مستقیم را نیز ندارند و اگر عکس‌العملی هم نشان دهند، بسیار محدود و پراکنده است. به‌طور کلی می‌توان گفت در ارتباطات شخصی که دو یا چند نفر رودرروی یکدیگر قرار دارند و باهم گفتگو می‌کنند، جنبه دوطرفه بودن ارتباط حفظ می‌شود اما موقعی که ارتباط برقرارکننده «فرستنده» با اشخاص معین سروکار ندارد و به‌وسیله روزنامه یا رادیو یا تلویزیون با هزاران و میلیون‌ها نفر تماس می‌گیرد، دیگر ارتباط دارای جنبه متقابل نیست و کنترل جریان ارتباطی فقط در اختیار ارتباط گیر است و گیرندگان از عکس‌العمل متقابل محروم هستند و اگر هم بین روزنامه‌ها و خوانندگان و فرستنده‌های رادیویی و تلویزیونی با شنوندگان و بینندگان آن‌ها تماس‌هایی برقرار می‌شود، نمی‌توان آن‌ها را متقابل شناخت؛ بنابراین تا زمانی که ارتباط جنبه

شخصی دارد، برای انتقال پیام از پیام‌دهنده به پیام گیرنده و عکس‌العمل متقابل او، نیازی به وسیله ارتباطی نیست و کسانی که رودرروی هم قرار دارند، به‌طور مستقیم با یکدیگر به تبادل پیام می‌پردازند؛ اما از زمانی که ارتباط، غیرشخصی می‌شود و برای هماهنگی و همفکری گروه‌های وسیع اجتماعی به کار می‌رود، امکان تبادل نظر متقابل وجود ندارد و باید پیام‌های ارتباطی با وسیله واسطه نیرومندی که بتواند آن‌ها را در همه‌جا و برای همه پخش کند، همراه باشند. این وسایل جوامع کنونی، شامل روزنامه، مجله، کتاب، رادیو، تلویزیون و سینماست و به همین سبب به آن‌ها وسایل ارتباط توده‌ای یا جمعی می‌گویند.

در جریان ارتباط جمعی وسایل ارتباطی عامل انتقال پیام‌هایی هستند که از طرف فرستندگان (مدیران و روزنامه‌نگاران مطبوعات و رادیو و تلویزیون) برای گیرندگان یعنی افراد جامعه ارسال می‌شوند (معمد نژاد، ۱۳۸۳، ۴۶-۴۳).

## ضرورت و اهمیت ارتباطات

از آنجایی که ارتباطات یکی از اهرم‌ها و وسایل مؤثر در زندگی اجتماعی انسان به شمار می‌رود، نقش ارتباطات را در جریان توسعه جوامع بشری نمی‌توان امری ساده تلقی کرد. آنچه در حال حاضر به صورت یک پدیده متحول و مهم در جوامع مختلف نمود عینی یافته و همه کنش‌های اجتماعی را تحت تأثیر قرار داد، پدیده‌ای است که باید آن را شکل تکامل یافته شبکه‌های ارتباطی بشر نخستین تا به امروز دانست. رشد و تکامل فعالیت‌های ارتباطی و وابستگی جوامع حاضر به نقش کلیدی آن برای ایجاد تحولات اساسی، چنان پرشتاب و عمیق بوده است که به حق بایستی آن را به مثابه انقلابی عظیم دانست و زمینه اصلی هرگونه دگرگونی اجتماعی و فرهنگی را در گسترش شبکه‌های ارتباطی دانست. انسان امروزی پس از تأمین نیازهای اولیه خود ناگزیر به استفاده از شبکه‌های ارتباطی موجود در جامعه است تا به کمک آن بتواند مراحل رشد و تکامل مادی و معنوی را طی کند، به خصوص اینکه کمبود نیروی انسانی در زمینه‌های گوناگون گروه‌های مختلف جامعه را ملزم به بهره‌گیری از شبکه‌ها و وسایل ارتباطی متعددی نموده است. همچنین بسیاری از پژوهشگران مسائل مربوط به توسعه کشورهای جهان سوم معتقدند که با استفاده صحیح از وسایل ارتباط جمعی می‌توان با فقر و بی‌سوادی به مبارزه‌ای بی‌امان پرداخت و با ارائه پیام‌های فرهنگی و اجتماعی و آموزش فنون حرفه‌ای به گروه‌های کار در جامعه کمک‌های شایانی نمود. (صبری، ۱۳۸۱، ص ۵۷-۵۶)

اهمیت و وابستگی شدید سیاسی، اقتصادی و فرهنگی کشورهای جهان سوم به وسایل ارتباطی و فناوری‌های ارتباطات، سبب شده است که دستیابی و استفاده از این وسایل و ابزارها در میان کشورهای در حال توسعه اهمیت فوق‌العاده پیدا کند.

## اهداف ارتباط

در برخی متون اهداف ارتباط را به این شکل بیان کرده‌اند (صبری، ۱۳۸۱، ص ۲۳)

۱. فهماندن (خبر دادن و آموزش دادن)

۲. تغییر عقیده دادن

۳. گسترش و توسعه رابطه موجود

۴. تفریح

۵. ایجاد رفتار موردنظر

البته این نکته را نیز یادآوری می‌کنیم که برای فرستنده پیام رسیدن به چند هدف هم‌زمان نیز می‌تواند مدنظر قرار گیرد که این امر بستگی به طراحی پیام و رعایت مسائل جزئی تر دارد.

ارسطو هدف از ارتباط را اقناع دیگران می‌داند و معتقد است که برقرارکننده ارتباط از هر راه و با هر وسیله‌ای که امکان داشته باشد مایل است طرف مقابل ارتباط یا مخاطب خود را تحت تأثیر و نفوذ خود درآورد و نظر و اندیشه خود را به او بقبولاند (محسنیان راد، ۱۳۷۸، ص ۳۲۸).

به نظر می‌رسد که ارتباط برای دستیابی به یکی از اهداف زیر برقرار می‌شود:

۱. خبر دادن یا مطلع کردن

۲. آموزش دادن

۳. تفریح و سرگرمی

باید گفت که به‌رغم پاره‌ای از مشکلات ارتباط، انسان‌ها چاره‌ای جز ایجاد ارتباط ندارند و هدف‌ها یا مقاصد ارتباط نیز طی زمان، برای هر فرد و بین افراد در هر زمان معین و مشخص فرق می‌کند. در جریان تبادل بین دو نفر، احتمالاً یکی از آن دو نقش فرستنده و دیگری نقش دریافت کننده دارد.

### ویژگی‌های ارتباط

کرونی - لانگ برای ارتباط چندین ویژگی برمی‌شمارد که عبارت‌اند از:

۱. ارتباط تکرار نشدنی است؛ به عبارت دیگر، ارتباط در قالب یک نظام خودرأی نه تعیین گرا عمل می‌کند. در چنین نظامی، درونداد را نمی‌توان با شناسایی برونداد تعیین کرد و مدل را باید بر پایه مقدمات مربوط به احتمالات ساخت نه بر پایه مقدمات انگارانه.

۲. ارتباط برگشت‌ناپذیر است که با نشان دادن عامل مسیر و جهت، به اصل موضوع پیشین می‌افزاید.

۳. ارتباط امری پیوسته و مداوم است. لذا هر توصیفی از فرهنگ که توجه و تأکید آن بر رویدادهایی باشد که مشاهده‌کننده به دلیل ذی‌ربط بودن آن‌ها را در اختیار کرده است، از دیدگاه ارتباط بی‌اعتبار است. فقدان

عمل ذی ربط بودن را باید جدا در نظر گرفت (و ثبت کرد) زیرا همان قدر به انتقال اطلاعات کمک می کند که رویدادها.

۴. ارتباط مقوله ای پویا و به بیان دیگر بسیار مرکب و تفصیلی است.

۵. ارتباط دو نوع دارد: رقمی و قیاسی.

در بسیاری از موارد این دو نوع باهم مخلوط می شوند، برای مثال هنگام استفاده از رفتار غیر کلامی (ارتباط قیاسی) ضمن صحبت کردن (ارتباط رقمی).

۶. تعامل (هم کنشی) بین انسان ها (ارتباط بین شخصی) همیشه عملی است مکمل یا متقارن و در عین حال عملی است که در یک رشته اعمال پیاپی تبادل انجام می شود و حدود آن را باید شناخت و تحلیل کرد؛ اما این اعمال پیاپی تبادل، تحت تأثیر بازخورد هستند و لذا برای تحلیل آن ها به جای شیوه ساختاری باید از شیوه سیبرنتیکی استفاده کرد. (باد، ۱۳۷۷، ص ۳۶-۳۵)

### نقش های ارتباط

ارتباط در معنای وسیع خود، عبارت است از کار فردی و جمعی مبادله حقایق و عقاید در درون هر نظام اجتماعی مشخص. با در نظر گرفتن این تعریف از ارتباط می توان نقش های اصلی ارتباط را به صورت زیر تعریف کرد:

۱. اجتماعی کردن. فراهم ساختن یک حمایت همگانی و فکری برای عموم مردم در جهت همبستگی و آگاهی اجتماعی تا به این ترتیب افراد بتوانند با استفاده از آن به طور فعال در زندگی عمومی مشارکت داشته باشند.

۲. اطلاع رسانی. گردآوری، ذخیره، پردازش اخبار و عقاید لازم برای رسیدن به شناختی آگاهانه از وضعیت فرد، جامعه و شرایط ملی و بین المللی و تصمیم گیری مناسب بر اساس آن.

۳. ایجاد انگیزه. پیشبرد هدف های کوتاه مدت و بلند مدت اجتماعی یا هر دو و نیز آرزوهای فردی به منظور ایجاد انگیزه فعالیت های فردی و جمعی در جهت اهداف عمومی

۴. آموزش و پرورش. انتقال دانش برای تکامل معنوی بیشتر، منش سازی و کسب مهارت‌ها در طی سال‌های زندگی.

۵. پیشرفت فرهنگی. انتشار کارهای فرهنگی و هنری، حفظ میراث فرهنگی و گسترش افق‌های فردی از طریق پیدا کردن قوه ابتکار و تحریک آفرینش و نیازهای زیبایی‌شناختی.

۶. تفریح و سرگرمی. اشاعه و ترویج نمایش، ادبیات، ورزش و نظایر این‌ها برای سرگرمی و تفریح فردی و جمعی.

۷. یکپارچگی و انسجام دهی. قرار دادن پیام‌های گوناگون در دسترس افراد، گروه‌ها و ملت‌ها برای کمک به شناخت و درک دیدگاه‌ها و آرزوهای مشترک یکدیگر.

ارتباط، جدا از این کارهای خاص که عمدتاً به افراد مربوط می‌شود، در تعهدات جمعی نقشی حیاتی و فزاینده ایفا کرده است. دولت‌ها در برنامه‌ریزی برای آینده، نیازمند اطلاعات درباره مسائل بسیار متنوع و فراوانی همانند رشد جمعیت، میزان محصول و منابع آب، نه تنها در قلمرو خود، بلکه در خارج از کشور هستند. در گفتگوهای مربوط به موافقت‌های بین‌المللی، چنانچه مقامات عمومی درباره بازارهای جهانی کالا و بازارهای مالی، اطلاعات کافی نداشته باشند، دچار مشکل می‌شوند. مؤسسه‌های عمومی نظیر سازمان‌های نیروهای مسلح، احزاب سیاسی، شرکت‌های هواپیمایی، دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های پژوهشی، امروزه بدون مبادله روزانه اطلاعات، قادر نیستند وظیفه خود را به شایستگی انجام دهند.

با این حال، نظام‌های اطلاعاتی، در بسیاری موارد، جوابگوی نیازهای عمومی و خصوصی نیستند. در اینجا باید خاطر نشان کرد که ارتباط به رفع نیازهای مادی و غیرمادی، یا هر دو، کمک می‌کند. بهره‌وری بالاتر، محصول فراوان و بهداشت بهتر تاندازه‌ای وابسته به ارتباط است، اما خود آبادسازی، هویت فرهنگی، آزادی، احترام به منزلت انسانی و کمک‌های متقابل نیز بستگی به ارتباط دارد.

بیشتر امور نیز بستگی به نحوه استفاده از ارتباط دارد. برای مثال ارتباط نهادی شده (تشکیلاتی)، ممکن است یا برای آگاه کردن و کنترل یا تحت نفوذ آوردن شهروندان به کار افتد. نظام‌های اطلاعاتی که از منابع گوناگون برداشت می‌کنند مشوق آزاداندیشی می‌باشند، حال آنکه نظام‌هایی که منابع خود را محدود می‌کنند، ممکن است کارشان منجر به تلقین فکر شود. این واقعیت اغلب دست کم گرفته می‌شود که آن نقش‌هایی که

ارتباط ایفا می‌کند برحسب نیازهای یک جامعه مشخص یا از کشوری به کشور دیگر می‌تواند متفاوت باشد؛ اما چنانچه این حقیقت اساسی نادیده گرفته شود، برخورد واقع‌گرایانه با مسائل ارتباط در دنیای پاره‌پاره اما به هم وابسته، ممکن نیست. (یونسکو، ۱۳۷۵، ص ۵۵-۵۳).

### موانع و محدودیت‌های ارتباط

حواس انسان نقش بسیار مهمی در ارتباط ما با جهان خارج دارند. آن‌ها محرک‌های خارجی را دریافت کرده و به مغز هدایت می‌کنند. حواس انسان دارای محدودیت‌هایی در ارتباط می‌باشند. برای مثال گوش انسان فرکانس‌های خاصی را می‌شنود. حس بینایی انسان نیز در میدان طول موج نورانی محدودی می‌تواند عمل نماید. برقرارکننده ارتباط باید این محدودیت‌های فیزیکی مخاطبین را در نظر بگیرد و ارتباط خود را بر اساس آگاهی بر توانایی‌های ارگانیک مخاطبین هماهنگ نماید.

علاوه بر محدودیت‌های ارگانیک، محدودیت‌های روانی نیز وجود دارد. گیرنده پیام در زمان برقراری ارتباط در حقیقت یک مقدار نماد دریافت می‌کند. آیا نمادهای بیشتری که برای آن پیام خاص کافی بود دریافت نمی‌دارد؟ آیا سمبل‌های اضافی را تصفیه می‌کند و یا برعکس نمادهای کم و ناکافی دریافت می‌نماید؟ آیا قادر است از طریق قدرت تعمیم و استنباط پیام را دریافت و درک کند؟ و بالاخره محدودیت‌های فرهنگی نیز وجود دارند که شامل اطلاعات، تجربه، دانش، آداب و رسوم و سنت‌ها می‌شوند. برای مثال آیا متن پیام با سنت موردپذیرش و عادات دریافت‌کننده تضاد ندارد؟

در برابر محدودیت‌های فوق عوامل مزاحم در ارتباط نیز مطرح هستند. عوامل مزاحم عبارت‌اند از هرگونه محرک غیرضروری که در لحظه برقراری ارتباط به گیرنده پیام برسد. این عوامل به مزاحم‌های فنی و محیطی تقسیم می‌شوند. عوامل مزاحم فنی عبارت‌اند از وجود عوامل فنی غیر لازم در نماد پیام؛ مانند وجود خشه (پارازیت) در صدای رادیو، پرش تصویر در ارتباط تلویزیونی، چاپ بد یک نوشته ارتباطی.

عوامل مزاحم محیطی عبارت است از: هر عامل محیطی که برگیرنده پیام در لحظه برقراری

پیام تأثیر بگذارد، مانند محیط دودآلود، هوای گرم، صداهای مزاحم و...

عموماً در ارتباط چهار نماد ممکن است به گیرنده پیام برسد که عبارت‌اند از:

۱. محرک‌های کلامی عمدی
۲. محرک‌های کلامی غیرعمدی
۳. محرک‌های غیرکلامی عمدی
۴. محرک‌های غیرکلامی غیرعمدی

محرک‌های کلامی و غیرکلامی غیرعمدی، آن دسته از محرک‌هایی هستند که بدون برنامه‌ریزی قبلی و قصد و اراده به گیرنده رسیده‌اند. در یک ارتباط مؤثر باید تا آنجا که مقدور است این محرک‌های غیرعمدی را کم و آن‌ها را حذف کرد و در مقابل محرک‌های کلامی و غیرکلامی عمدی لازم، مفید، برگزیده و برنامه‌ریزی‌شده را روانه مخاطب نمود. (میر سعید قاضی، ۱۳۷۰، ۱۱۹-۱۱۸)

خشه یا پارازیت به‌عنوان یک عامل بازدارنده عمومی در ارتباط محسوب می‌شود. خشه خود به چهار دسته تقسیم می‌شود. نوع نخست را می‌توان خشه حقیقی نامید و آن عبارت است از اختلال شنیداری بین منبع و دریافت‌کننده. این نوع خشه شایع‌ترین عیب و اشکالی است که ارتباط فنی دچار آن می‌شود و درعین‌حال از همه اشکالات آسان‌تر می‌توان آن را شناخت و رفع کرد. نوع دوم خشه را می‌توان خشه زبانی خواند. این نوع خشه احتمالاً به علت فقدان زبان مشترک یا بر اثر مشکلات مؤثر بر مداخله معنا پیدا می‌شود. نوع سوم خشه درونی است این نوع خشه اگرچه با خشه زبانی بی‌ارتباط نیست، اما سروکار آن بیشتر بامعنای نمادین و تأویل پیام‌های دریافت شده است. دسته چهارم را می‌توان زیر عنوان خشه روانی رده‌بندی کرد. بار اضافی یا سرریز را می‌توان یکی از شکل‌های ظهور و بروز این نوع خشه دانست، اما دقیقاً همان مداخله بین منبع و دریافت‌کننده نیست، بلکه بیشتر پدیده‌ای است که بر انتخاب پیام‌های مرتبط با بافت مشخصی تأثیر می‌گذارد. (باد، ۱۳۷۷، ص ۲۰۳-۲۰۱)

### دو مانع عمده دیگر ارتباط از نظر یونسکو عبارت‌اند از:

۱. زبان. حدود ۳۵۰۰ زبان گفتاری را در گرداگرد جهان شناخته‌اند. تنها در قاره آفریقا، به چیزی نزدیک به ۱۲۵۰ زبان سخن می‌گویند. بسیاری از کشورها خود به نحوی شگفت‌آور دارای زبان‌های سیار هستند؛ در اتحاد جماهیر شوروی سابق ۸۹ زبان، در هند ۱۶۵۰ زبان و لهجه وجود دارد که از میان آن‌ها پانزده زبان برای

مقاصد آموزشی و رسمی به کار می‌رود. این گوناگونی زبان‌ها، مبین تنوع فراوان فرهنگی جهان است، لیکن موانعی بدیهی در ارتباط پیش می‌آورد و در بین جوامع زبانی، مسائل اجتماعی فرهنگی ایجاد می‌کند. علاوه بر آن، استفاده از تنها چند زبان برای ارتباط بین‌المللی برای مثال ۶۰ درصد از کل ارتباط عملی، به زبان انگلیسی صورت می‌گیرد به این معناست که بیشتر مردم دنیا قادر به بهره‌گیری از پژوهش‌ها و فناوری‌های امروزی نیستند. (یونسکو، ۱۳۷۵، ص ۸۰)

از نظر یونسکو، زبان ابزار ارتباطی افراد است و از طرفی، بخشی از میراث فرهنگی آنان به شمار می‌رود. برای بسیاری افراد، زبان دارای جنبه‌ی عاطفی است و پیوندها و ارزش‌های فرهنگی نیز ریشه در میراث ادبی، تاریخی، فلسفی و آموزشی آن‌ها دارد. به همین دلیل، زبان کاربران شبکه نباید مانعی برای دستیابی به میراث‌های فرهنگی قابل‌دسترس در دنیای شبکه باشد. به بیان دیگر، توسعه هماهنگ جوامع اطلاعاتی تنها در صورت بالا بردن سطح امکانات دسترسی به اطلاعات چندزبانه و چند فرهنگی میسر خواهد شد. (یونسکو، ۱۳۸۴، ص ۲۲-۲۱)

۲. بی‌سوادی. دومین مانع بزرگ در ارتباط است. گزارش تازه‌ای اشاره به آن دارد که پیش‌تر مردم در خصوص اتلاف، به معنای فیزیکی کلمه فکر می‌کنند؛ مانند اتلاف منابع، انرژی یا پول ... اما گونه دیگر اتلاف، تأثیری به مراتب شدیدتر بر گره کور مشکلات جهانی دارد: اتلاف نیروی بالقوه فراگیر انسانی. غیر از میلیون‌ها نفری که به زبان‌های غیر نوشتاری صحبت می‌کنند و آن‌ها که در ایام حیات، عقب‌افتاده و دچار نیمه بی‌سوادی می‌شوند، میلیون‌ها تن هستند که یا به خاطر فقر یا به این علت که آنان تمایل لازم سیاسی به ریشه‌کن کردن بی‌سوادی در برخی کشورها نداشته‌اند، فرصت فراگیری نیافته‌اند. باین‌وجود، از جنگ جهانی دوم به این سو نرخ بی‌سوادی به شدت کاهش یافته است. (یونسکو، ۱۳۷۵، ص ۸۱)

## نتیجه‌گیری

روابط عمومی در تعریف، بر مجموعه‌ای از کنش‌های هدفمند دلالت دارد که در راستای شناساندن سازمان به جامعه و شناسایی جامعه برای سازمان اعمال می‌شوند و این کنش‌ها منطبق با ارزش‌های سازمانی و در جهت تحقق اهداف ترفیعی سازمان در جامعه در قالب فعالیت‌های اطلاع‌رسانی، تبلیغاتی، تحقیقاتی، اطلاع‌یابی خود را نشان می‌دهند.

از این رو می‌توان گفت پارادایم مسلط بر مجموعه فعالیت‌های اصلی روابط عمومی از آن فرایند ارتباط است؛ اعم از ارتباط با درون یا بیرون از سازمان و در دنیای امروز هر چه این ارتباط تعاملی‌تر باشد از مقبولیت بیشتر برخوردار و به هدف نزدیک‌تر است.

به عبارتی، ماهیت وجودی روابط عمومی به عامل ایجاد ارتباط و ایفای نقش پل واره آن بازمی‌گردد و کارکردهای اطلاع‌رسانی، تحقیقاتی انتشاراتی، تبلیغاتی و ... آن در سایه همین ارتباط هویت می‌یابند و قابل اجرا می‌شوند.

از این رو هر آنچه فرایند ارتباط را متأثر سازد بر ساختار، نحوه عمل و برنامه‌های روابط عمومی هم اثرگذار خواهد بود.

ساده‌ترین تجسم از ارتباط، پیوستاری است که در یک طرف آن پیام‌رسان و در دیگر سو مخاطب قرار دارد و ابزارهای ارتباطی، محمل‌هایی هستند که مأموریت انتقال پیام و بازخورد آن را برای ساکنان دو سر پیوستار بر عهده دارند.

## منابع

- باد، جان (۱۳۷۷). ارتباط شناسی و کتابداری. ترجمه محبوبه مهاجر، نورالله مرادی، تهران، انتشارات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران
- دادگران، محمد (۱۳۷۴). مبانی ارتباطات جمعی، تهران، فیروزه.
- صبری، حمید (۱۳۸۱). آشنایی با دانش ارتباطات، تبریز، مؤلف.
- معتمد نژاد، کاظم (۱۳۸۳). وسایل ارتباط جمعی (جلد نخست)، ۲ جلد، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی
- میر سعید قاضی، علی (۱۳۷۰). تئوری و عمل در روابط عمومی و ارتباطات، تهران، مبتکران.
- یونسکو (۱۳۷۵). یک جهان چندین صدا. ویرایش شن مک براید. ترجمه ایرج پاد، تهران، انتشارات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
- یونسکو (۱۳۸۴). وضعیت تحقیق در جامعه اطلاعاتی. ترجمه تاج‌الملوک ارجمند، تهران، سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران.