

المحاضرة 3: تقسيمات نماذج الاتصال

تتضمن تقسيمات نماذج الإعلام والاتصال الكثير من التقسيمات بناء على المتغيرات التي يحددها كل باحث، ولعل أشهر التقسيمات تلك التي تنبني على المعايير التالية: حسب عدد المشاركين في العملية الاتصالية، حسب الاتجاه، وحسب اللغة.

الأنواع	المتغيرات
اتصال شخصي: غالبا ما يكون وجاهي بين الفرد وغيره مباشرة تستخدم فيه الحواس، يتميز بانخفاض كلفته وطابعه العفوي لكنه أيضا محدود الاثر	حسب عدد المشاركين ¹
اتصال جمعي: يشترك فيه عدد أكبر من الافراد، يكون غالبا بين افراد الاسرة أو بين زملاء الدراسة أو بين أفراد مجتمع المؤسسة في العمل	
اتصال عام: يتم داخل المجتمع عبر الندوات والمحاضرات يشمل نطاق أكبر، واتصال جماهيري يستخدم وسائل الاتصال الجماهيري يتسم بقدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متعدد المستويات والاتجاهات	
الاتصال النازل: أي عملية التفاعل التي تبدأ من المستوى القيادي الأعلى إلى المستوى الأدنى، وغالبا ما تتضمن توجيه تعليمات، أو أوامر وقرارات.	من حيث الاتجاه
الاتصال الصاعد: الذي ينطلق من الأسفل من المستويات الإدارية الدنيا نحو المستويات العليا في شكل مقترحات تقارير، شكاوى وبلاغات	

¹ <https://l1nq.com/3pj9ot9>

الاتصال الأفقي: الذي يتم بين في نفس المستوى ويكون مضمونه عادة التنسيق وتبادل المعلومات.	
اتصال لفظي: يستعمل اللغة المنطوقة أي مجموع الرموز اللغوية المتفق حول معانيها، أي يستعمل المشافهة.	من حيث اللغة
اتصال غير لفظي: يستعمل تعبيرات الوجه الإيماءات، الأزياء، الألوان، الرموز والحركات.	

تجدر الإشارة إلى أن هذه التقسيمات المتضمنة في الجدول أعلاه، لا تمثل جمعا شاملا لكل التقسيمات وإنما لأهم التقسيمات الموجودة في الأدبيات المتعلقة بعلوم الإعلام والاتصال.

المحاضرة 4: نموذج أرسطو

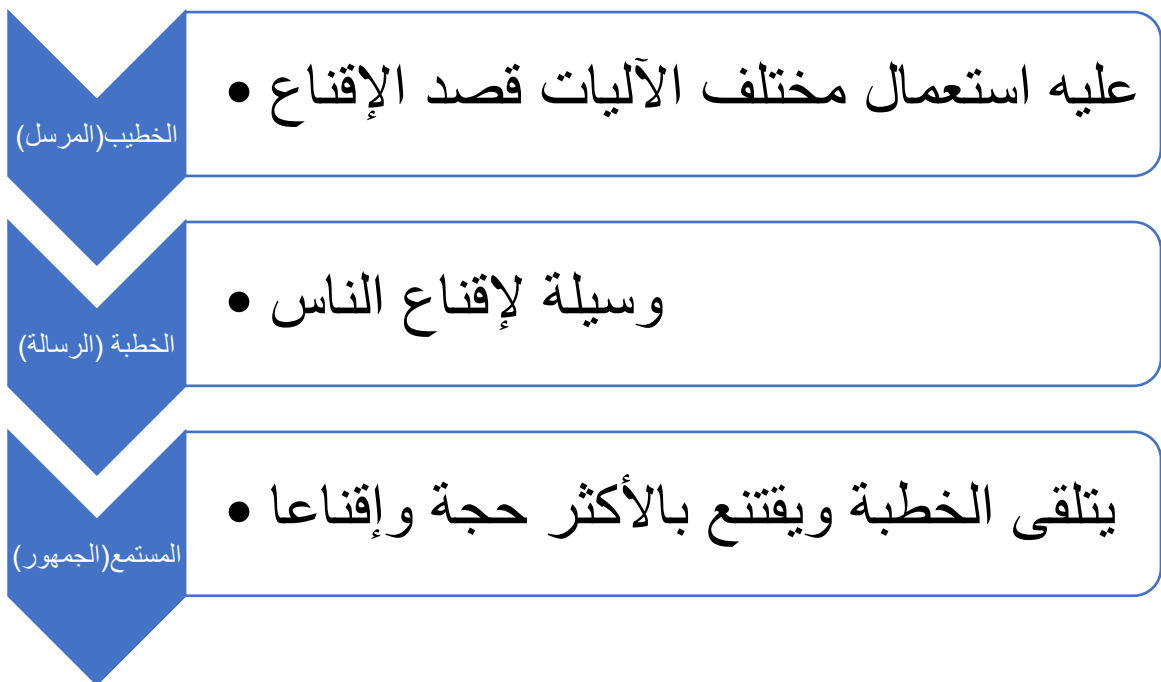
يعتبر نموذج أرسطو من أقدم النماذج التي أشارت إلى العملية الاتصالية عن طريق فعل النمذجة وتبسيطها، ورغم أن الملاحظ لمختلف نماذج الاتصال التي قدمت لاحقا، يجد أن نموذج أرسطو لم يشر إلى بعض العناصر الاتصالي، بيد أنها مبررة بالنظر إلى السياق الزماني المكاني والموضوعي آنذاك، حيث كانت في شكل فكرة مستلة من مجموعة كبيرة من الأفكار الفلسفية لأرسطو.

لقد توصل أرسطو إلى أن عملية الاتصال تقوم على ثلاثة عناصر رئيسية، وهذه العناصر هي: المتحدث والحديث نفسه أو الخطبة التي تلقي على المستمعين أو الجمهور، وعلى المتحدث أن يعمل بصورة دائمة على الوصول إلى إقناع الناس بما يقوله، وأرسطو هنا يقول "بما أن الخطابة قد وجدت لكي تؤثر في الناس، لذلك

يجب على الخطيب أن يدعم توضيح حديثه بالبرهان المبني على المنطق، بالإضافة إلى قياسه بتقديم مضمون الذي من الممكن تصديقه بشكل الذي يجعل المستمعين يعتقدون أنه شخصية صادقة ومقنعة.

لا يمكن أن يحدث هذا إلا إذا وضع المستمعين في الإطار الفعلي السليم، هذا يعني أن أرسطو قد أدرك أن الموقف الاتصالي هو من المواقف المعقدة والمركبة وأن الرسالة هي جزء منه، وهي غير قادرة على تحقيق الهدف منها، حتى ولو كانت على درجة عالية من الأحكام والدقة في صياغتها، إلا من خلال عوامل أخرى.

معنى ذلك أن على المرسل التعمق في فهم المستمعين وأن يؤثر فيهم بالشخصية لكي يستطيع النجاح وبلوغ هدفه من عملية الاتصال التي يقوم بها².



شكل يوضح النموذج الاتصالي لأرسطو³

² <https://sl1nk.com/fqnnywc>

³ المصدر: إعداد الباحث

يمثل الشكل أعلاه العناصر الثلاث الرئيسة لنموذج أرسطو، حيث أشار إلى الخطيب وهو المرسل والذي يجب أن تتوفر فيه مجموعة من المواصفات الاتصالية قصد جعل رسالته أكثر إقناعاً، وتأثيراً في الجمهور المستمع لرسالته، في حين يتحدث العنصر الثان المتعلق بالرسالة أو الخطبة بكونها الوسيلة الخاصة به قصد اقناع الجمهور المستمع بهدف جعلهم يتبنون الأفكار التي تلقونها من طرف الخطيب، ويختتم أرسطو نمودجه بالإشارة إلى عنصر المستمع أو الجمهور وهم الفئة المستهدفة من رسائل (خطبة) الخاصة بالخطيب.

المحاضرة 5: نموذج لاسويل

وضع هارود لاسويل Harold Laswell نموذجاً خاصاً في الاتصال، والذي أكد فيه على مكانة وأهمية عنصر التأثير في عمليات الاتصال المختلفة التي تحدث بين الأفراد والجماعات بصورة عامة، وبين هؤلاء الأفراد والجماعات حين يتواجدون في مؤسسات أو منظمات ذات طابع خاص، ويتلخص هذا النموذج في العبارة الشهيرة التي قالها لاسويل :

"من يقول؟ وما يقول؟ ولمن يقول؟ وبأية وسيلة؟ وبأي تأثير؟".

ولكي نوضح هذه العناصر المختلفة والمتراطة التي وردت في هذه العبارة لابد من الإجابة على جميع الأسئلة ودراسة عملية الاتصال من جميع جوانبها.

والسؤال الأول من يقول؟ يقصد به من يقوم بعملية الاتصال؟ ما هي صفاته ومميزاته إذا كانت له مميزات سواء الفردية أو الجماعية، وذلك أنه يعتبر عنصراً هاماً من عناصر العملية الاتصالية، والتي بدونها لا يمكن أن يحدث أن نوع من أنواع الاتصال أي أنه عنصر أساسياً في هذه العملية، أما العنصر الثاني من عناصر عملية الاتصال في نموذج لاسويل فهو يظهر بصورة واضحة فيما يطرحه السؤال الثاني أي ماذا يقول؟ والمقصود هنا بما يقول هو المادة أو المعلومة التي يقولها القائم بالاتصال عندما يقوم بذلك، وهذه المادة أو المعلومة يطلق عليها اسم

الرسالة، والرسالة التي تحدث عنها لاسوييل يجب أن تكون ذات صفات ومميزات خاصة، التي تجعل منها ممكنة الوصول إلى الواجهة المرسل إليها، ويكون باستطاعتها تحقيق الأهداف المنشودة والمحددة لها والمميزات التي نتحدث عنها تتعلق في المضمون وهي صياغة هذا المضمون الصياغة السهلة والمؤثرة فيمن يقوم بتلقي هذه الرسالة⁴.

والعنصر الثالث في هذا النموذج يهتم بالسؤال لمن يقول؟ أي المقصود هنا الجمهور الذي ترسل الرسالة إليه، ويقوم في استقبالها، يتأثر بها ويستفيد منها أو العكس، وهناك الكثير من أنواع الجماهير والتي تختلف عن بعضها البعض اختلافا كبيرا وواضحا أو يوجد بينها بعض الصفات المشتركة، من هنا واعتمادا على ما ذكر نقول إن على المرسل الذي يقوم في عملية الإرسال قبل القيام بعملية الإرسال أن يقوم بتحديد الجمهور الذي سوف يرسل إليه، أضف إلى ذلك أن على المرسل أن يحدد موضوع الرسالة ويصوغها صياغة تتفق مع الجمهور الذي يوجه إليه الرسالة.

أما العنصر الرابع في هذا النموذج فهو يركز على الوسيلة التي يستعملها المرسل عند القيام بإرسال الرسالة إلى الجمهور أو الفرد المستهدف هنا يجب أن يأخذ بالاعتبار نوع الوسيلة وهل يحقق الهدف المطلوب منها، وما هي صعوبة استعمال هذه الوسيلة أو فهمها بشكل المناسب، هذا لأن هناك الكثير من أنواع الوسائل التي تستعمل لتوصيل الرسائل، لذا علينا القيام باختيار الأكثر ملاءمة للجمهور، والتي تساعد على الاستفادة من الرسالة الموجهة إليه، وفي هذا الموضوع نذكر الرسائل المهمة والواسعة الانتشار، مثل الراديو والتلفاز والصحف وما إلى ذلك والتي جميعها تختلف عن بعضها البعض في صفاتها ومميزاتها ومدى فاعليتها.

والعنصر الخامس الذي يهتم به هذا النموذج ويعطيه الاهتمام الخاص، هو التأثير والمقصود هنا ما يحدث نتيجة للقيام بالاتصال من جانب المرسل إلى المستقبل، كيف يؤثر هذا الاتصال على طرفي عملية الاتصال عن

⁴ <https://l1nq.com/l2nfjde>

طريق الرسالة ومضمونها وأهميته بالنسبة للطرفين، ولأن عدم تحقيق التأثير من عملية الاتصال يعني أن هذه العملية قد فشلت ولم تحقق أهدافها التي جاءت من أجلها، حتى ولو أدت جميع العناصر الأخرى وظائفها المطلوبة منها بكفاءة عالية.⁵

المحاضرة 6: نموذج بيرلو

يتكون هذا النموذج من أربعة عناصر أساسية مرتبطة ومتصلة مع بعضها البعض بصورة التي لا تسمح لغياب أي عنصر منها لأن عدم وجود أي عنصر من هذه العناصر أو فعاليته يعني فشل عملية الاتصال وعدم تحقيقها للأهداف التي تسعى إليها أو جاءت من أجلها، وهذه العناصر هي:

المرسل - الرسالة - الوسيلة - المستقبل.

يرى صاحب هذا النموذج أننا نقوم بعملية الاتصال مع الآخرين لكي نؤثر عليهم بالموضوع أو المعلومات التي نريدها ونقوم في إرسالها، وأن أية عملية اتصال يجب أن يكون لها هدف التي تعمل وتسعى لتحقيقه، فالناس يسعون ويعملون بصورة دائمة ومستمرة للتأثير في بعضهم وفي البيئة التي يعيشون فيها، وترتبطهم فيها علاقات مختلفة مع غيرهم من الأفراد.

لذلك وعلى هذا الأساس يجب على القائم بالاتصال "أي المرسل" أن يعرف معرفة تامة الهدف الذي يهدف ويرغب في تحقيقه وأن يضع هذا الهدف بصورة دائمة أمام عينيه، أي أن على المرسل أن يقوم طوال الوقت في سؤال نفسه، عن ما هو التأثير الذي يريد أن يحققه، بالإضافة إلى نوع هذا التأثير المنشود والاستجابة التي يريد الحصول عليها من الفرد الذي يرسل إليه الإرسال؟ وفي حالة اختفاء الهدف، أو أنه أصبح غير معروف للإنسان، فإن هذا يعني أن عملية الاتصال لا تؤدي إلى فقدان الإحساس بالهدف أو عدم الكفاءة أو سوء الفهم

⁵ <https://sl1nk.com/vh70awd>

أو عدم الإدراك وفي بعض الأحيان يرجع انعدام الكفاءة إلى فقدان الهدف وعدم تحديده من قبل المرسل الذي يقوم في إعداد الرسالة وتحديد الأهداف التي تسعى لتحقيقها⁶.

المحاضرة 7: نموذج شانون وويفر

عرفت نماذج الاتصال المختلفة بعض الاستثناءات من حيث الطرح، أو التركيز على عنصر معين من العناصر التي تتخلل العملية الاتصالي، ولم يشذ نموذج شانون وويفر عن القاعدة حيث تمت الإشارة إلى عنصر التشويش بشكل واضح ومباشر، وهو ما لم يكن بالنسبة للنماذج الإعلامية والاتصالية التي سبقتة. كلود شانون ووارن وويفر وضعوا إطارا خاصا أو نموذجا الذي يصور مفاهيم الاتصال وعناصره المختلفة، وهذا النموذج يعتبر من أكثر نماذج الاتصال الموجودة تأثيرا في معظم الجوانب والمجالات، وعلى جميع المشتركين في العملية الاتصالية التي تعتمد عليه.

ويقوم هذا النموذج على وجود فكرة رئيسية أساسية، التي تكون موجودة أو تبدأ عند مصدر المعلومات الذي تخرج منه الرسالة المرغوبة من بين مجموعة كبيرة من الرسائل الممكنة، وتحمل إلى المرسل خلال قناة اتصال مثل الصوت الإشارات المختلفة والصور، حيث توضع في رموز Encoding على شكل إشارة، وبعدها تنقل هذه الإشارة بمساعدة أداة اتصال معينة إلى المستقبل، الذي يتلقاها أو يقوم بعملية فك هذه الرموز عن طريق عملية تسمى Decoding وبعد عملية فك الرموز هذه، تمر إلى الهدف Destination، أي أن أساس النشاط الذي يقوم به طرفي العملية، يكون على المرسل أن يضع أو يصوغ الفكرة الرئيسة في رموز معينة، وعلى المستقبل أن يقوم بعملية فك لهذه الرموز وإعادة تمثيلها إلى الفكرة الأساسية⁷.

⁶ <https://l1nq.com/lwbmo92>

⁷ <https://sl1nk.com/ebz35hr>

المحاضرة 8: نموذج روس

يعتبر نموذج روس: Ross model من النماذج التفاعلية ثنائية الاتجاه، ويعتمد على ستة عناصر

أساسية هي:

أ- المرسل Sender

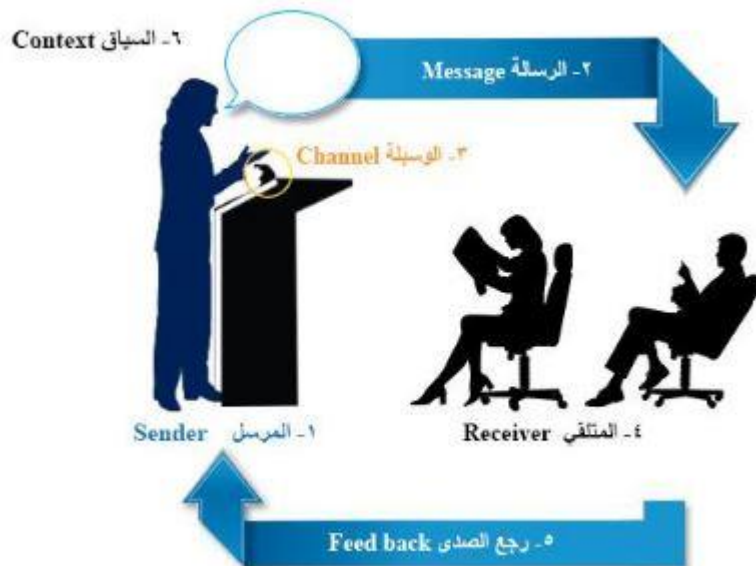
ب- الرسالة Message

ج- الوسيلة Channel

د- المتلقي Receiver

هـ- رجع الصدى Feed back

و- السياق Context



صورة توضح العملية الاتصالية حسب نموذج روس⁸

ويلاحظ أن النموذج اهتم بجمع الصدى، واهتم بالسياق أو الظرف، أو المناخ العام للاتصال، ويتضمن

هذا السياق اتجاهات وعواطف كلاً من المرسل والمتلقي.

ويدخل روس في نمودجه الرموز واللغة وترتيب المعلومات ويسمى ذلك الظرف الاتصالي.⁹

المحاضرة 9: نموذج أوسجود وشرام

حاول شرام في النموذج الاتصالي الذي جاء به أن يطور إطاراً نظرياً خاصاً، الذي يصف على أساسه

عملية الاتصال التي تحدث بين الأفراد بصورة عامة، أو بين الأفراد في المؤسسات، ويحللها، أي أنه بهذا

يهدف إلى القيام في تحليل فكرته التي مؤداها أن أساس الاتصال هو خلق نوع من الاتحاد بين المرسل

والمستقبل، حول موضوع الرسالة التي يريد المرسل القيام بإرسالها إلى المستقبل.

والاتصال عند ه يقوم على وجود ثلاثة عناصر أساسية:

1-العنصر 2- الرسالة 3- المستقبل.

والمصدر أو المرسل من الممكن أن يكون متمثلاً في فرد معين يتحدث أو يكتب أو يرسم أو مؤسسة

اتصالية، مثل الإذاعة أو التلفاز أو الجريدة، أي أننا نستطيع أن نقول أن شرام يركز على هذا العنصر، الذي

يعتبره صاحب الفكرة التي من الممكن أن تكون واضحة لدرجة أنها تعتبر صالحة ومناسبة للتوصيل إلى

المستقبل أو من الممكن أن يكون عكس ذلك.

أما الرسالة التي تعتبر العنصر الثاني من عناصر الاتصال فهي عملية التعبير عن هذه الفكرة

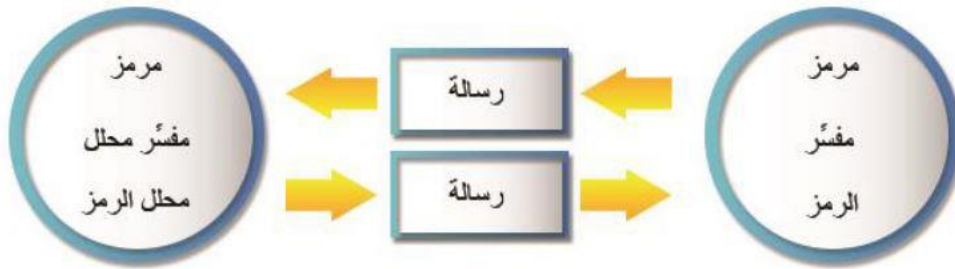
⁸ كمال الحاج: نظريات الإعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2020، ص 27.

⁹ كمال الحاج: المرجع نفسه.

والقيام بصياغتها في رموز بهدف تكوين رسالة أو إشارة، أي أن الرسالة من الممكن أن تكون في صورة كلمات مكتوبة على الورق أو موجات صوتية، أو أن تكون إشارة التي يمكن القيام بتفسيرها وإعطائها معنى محدد.

والمستقبل قد يتمثل في شخص ينصت أو يراقب ويشاهد ويقرأ أو قد يكون عضواً في جماعة مناقشة أو جمهور محاضرة، أو عضو في جمهور كبير مثل المستمعين للراديو ومشاهدي التلفاز، والمستقبل هو الذي يقوم بعملية فك رموز الرسالة التي تصل إليه من المرسل.

بالإضافة إلى هذه العناصر الأساسية هناك ما نطلق عليه اسم الاستجابة، أي رجع الصدى الذي من المحتمل أن لا يصل إلى انتباه مرسل الرسالة الأصلية، وإذا وصلت وفسرها المرسل تفسيراً صحيحاً، فإن الدورة الاتصالية تكتمل، وهذه الصورة تتكرر إلى ما لا نهاية، وهذه التفاعلات الاجتماعية هي بمثابة نسيج البناء الاجتماعي والثقافي.¹⁰



نموذج شارلز أوسجود للاتصال

يقوم أوسجود بتقديم العملية الاتصالية أنها عملية تفاعلية متكاملة يقوم المرسل والمستقبل كل منهما

بثلاثة أدوار "المرمّز، المفسّر، محلل الرمز"¹¹

¹⁰ <https://sl1nk.com/ebz35hr>

¹¹ كمال الحاج: مرجع سبق ذكره.

المحاضرة 10: نموذج ديفلور

يمثل هذا النموذج تطويرا لنموذج شانون قام به سنة 1966 ويناقش مدى التطابق بين الرسالة المنتجة

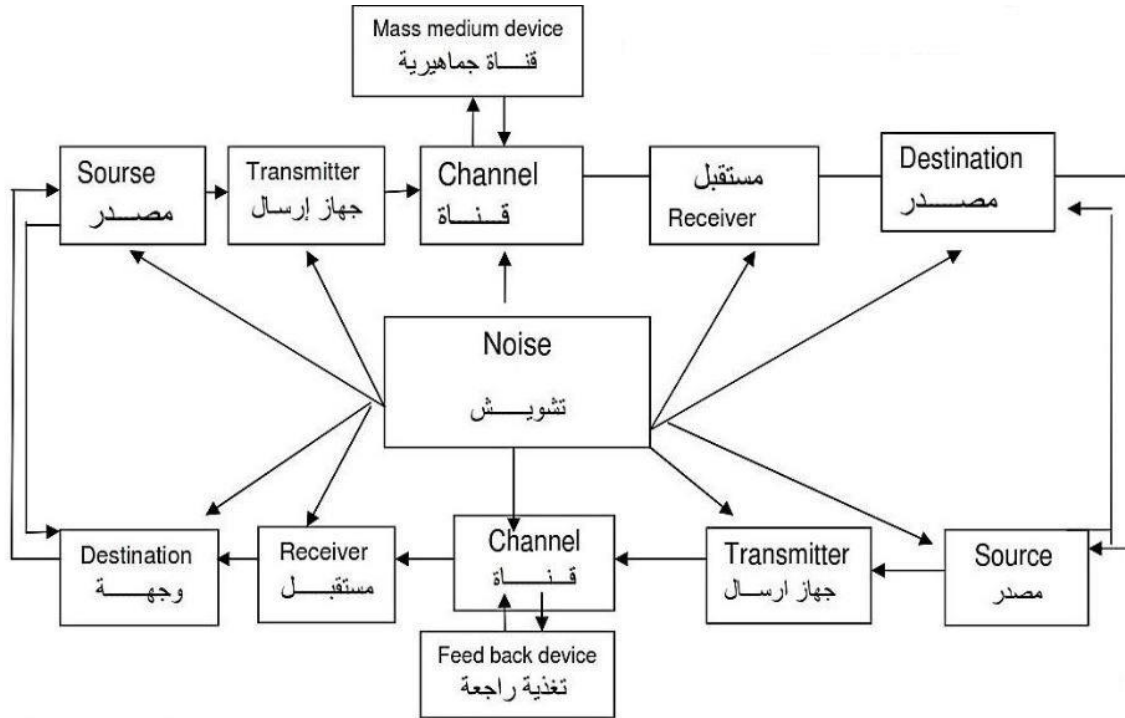
Produced Message من قبل المصدر والرسالة الواصلة إلى المستقبل Received Message حيث

لاحظ ديفلور بأنه أثناء عملية الاتصال يتحول المعنى Meaning الموجود في ذهن المرسل إلى رسالة اتصالية ومن

ثمّة يقوم جهاز الإرسال Transmitter بتحويل هذه الرسالة إلى معلومات تمر عبر قناة قد تكون جماهيرية مثلا

لتصل إلى المستقبل فيقوم المستقبل بتحليلها كرسالة اتصالية ليحصل على المعنى المطلوب فإذا كان هناك تطابقا بين

معنى الرسالة الصادرة عن المصدر ومعنى الرسالة الواصلة إلى المستقبل يكون الاتصال قد تم فعلا.



مخطط يوضح نموذج ديفلور¹²

يرى ديفلور " بأن هذا التطابق نادرا ما يكون كاملا وقد أضاف عنصر التغذية الراجعة أو الاستجابة إلى نموذج شانون وركز على كيفية حصول المصدر على استجابة من المستقبل تساعد على تعديل رسالته الاتصالية للتأثير على المستقبل أو وجهة الرسالة الاتصالية بشكل عام.¹³

المحاضرة 11: نموذج كاتز ولازارسفيد

قدم كاتز وزملائه نموذج الاستخدامات والشبكات بطريقة مختلفة ، حيث يرى أن كل فرد في المجتمع لديه عدد من العوامل الاجتماعية والنفسية ، والتي تولد له حاجات معينة من خلال خبرته الحياتية ، ويقوم برسم آماله أن وسائل الإعلام تلبي توقعاته لهذه الحاجة ، مقارنة بمصادر أخرى ، فينتج عن هذا هو أن يتخذ قرار بالاختيار بين وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى ، حيث يتم إشباع بعض حاجات الفرد بجانب نتائج أخرى كامنة ، وهو يقوم مرة أخرى إلى نشوء حاجته أو توقعات جديدة ، والتي تبدأ من التفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية ، وبهذا الشكل تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة ، واتخاذ الفرد قراراً بالتعرض إلى وسائل الإعلام رغبة في إشباعها.¹⁴

يعكس نموذج كاتز بعض الافتراضات الأساسية والتي يمكن تلخيصها كالتالي:

القيم والتقاليد السائدة في المجتمع يتم التعرف عليها من خلال المحتوى الذي يتبعه الجمهور، ويثق به، وليس الذي تقدمه وسائل الإعلام.

جمهور وسائل الإعلام نشط وإيجابي، ومتابعته واستخدامه للوسائل الإعلامية ما هو إلا موجه لتحقيق أهداف خاصة به.

¹³ طيبش المبلود: محاضرات على الخط لمقياس الاتصال في المؤسسة، بجامعة سطيف 2، متاحة على الرابط <https://cte.univ-setif2.dz/moodle/mod/page/view.php?id=3903>

¹⁴ <https://l1nq.com/lyuswsb>

جمهور وسائل الإعلام له القدرة على تحديد المضمون الذي يلبي احتياجاته وأهدافه، ودوافعه التي تجعله

لوسائل الإعلامية، لذلك فهو قادر على تحديد أهدافه.

يملك الجمهور الإعلامي مبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع حاجته، واختيار الوسيلة الإعلامية التي تعمل

على إشباع حاجته ورغبته.

العلاقة بين وسائل الإعلام وجمهورها تتأثر بالعديد من العوامل، حيث تتنافس وسائل الإعلام مع بعض

المصادر المختلفة لإشباع حاجة الأفراد، مثل الاتصال المباشر أو الشخصي، أو المؤسسات التدريبية الأكاديمية.

تحدد قيمة العلاقة بين الجمهور واستخدام وسيلة إعلامية أو محتوى معين، من قبل الجمهور، لأن الناس قد

تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة، خاصة وأن نتائج المحتوى ليست ثابتة ولكنها مختلفة.

فروض كاتز في الاتصال تطرح العديد من التساؤلات حول العوامل التي يتأثر بها الجمهور في إدراك نشاطه

وحاجته والعوامل التي تؤثر فيها، وقراره باستخدام لإشباع حاجته.

الفرد هو من يقرر اختيار وسيلة الإعلام التي تشبع رغبته، والوسيلة الإعلامية لا تستخدم الجمهور ولا تتحكم

به، الفرد هو من يختارها ويستخدمها.

الجمهور على علم بالنتائج والفائدة من اختياره للوسيلة الإعلامية التي يتعرض لها، الفرد هو أدرى بدوافعه

واحتياجاته.

استخدام الأفراد لوسائل الإعلام يجب أن يحقق الأهداف المرجوة، والتي تلبي ما يطمح إليه الأشخاص في

المجتمع، خاصة وأن الجمهور هو العنصر الفعال في عملية الاتصال.¹⁵

¹⁵ <https://sl1nk.com/z9yxal2>

- 1) راسم محمد الجمال (1991): الاتصال والإعلام في الوطن العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.
- 2) زهير احdden، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 3) نصيف فهمي منقريوس، الاتصال بين الجوانب الإنسانية والتكنولوجيا المعاصرة، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2010.
- 4) محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003.
- 5) عبد الرحمن درويش، مقدمة إلى علم الاتصال، مكتبة نانسي -دمياط، 2005.
- 6) حميدسميسم : نظريات لاتصال مصر :مكتبة نانسي، 2005 -
- 7) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب، 2010.
- 8) حسن مكاي، ليلي السيد:الاتصالونظريات المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط8/2009.
- 9) بسام المشاقبة: نظريات الاتصال، دار المسيرة للطباعة والنشر، 2011
- 10) سناء محمد سليمان، (2013)، "سيكولوجيا الاتصال الإنساني ومهاراته".
- 11) فضة عباسي بصلي، محمد الفاتح حمدي، (2017)، "مدخل لعلوم الاتصال والإعلام: الوسائل، النماذج والنظريات".
- 12) رحيمة الطيب عيساني، (2008)، "مدخل إلى الإعلام والاتصال: المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية"

- 1) Bauer, Martin W. / Bucchi, Massimiano 1970-. "Journalism, science and society science communication between news and public relations". New York Routledge 2007.
- 2) Bucchi, Massimiano 1970-. "Science and the media alternative routes in scientific communication". London ; New York Routledge 1998.
- 3) Gilles Willett (dr.), *La communication modélisée. Une introduction aux concepts, aux modèles et aux théories..* Éditions du Renouveau Pédagogique Ottawa. 1992.
- 4) Philippe Cabin et autres , *La communication, Etat des savoirs.* éditions sciences humaines 1998
- 5) David Holmes, (2009), "Communication Theory Media, Technology and Society
- 6) PeytonPaxson, (2010), "Mass communication and media studies: An Introduction