

موجز متعلق بالمحاضرات المقدمة في السداسي الأولى :

__تعريف الإعلام لغة:

ذكر صاحب كتاب مختار الصحاح في باب علم أن العلم العلامة وهو أيضا الجبل وعلم كل الشيء يعلمه علما عرفه, ورجل علامة اي عالم كبير جدا واستعمله الخبر فاعلمه إياه وأعلم القصار الثوب فهو عالم فالثوب معلم وأعلم الفارس أي جعل في نفسه علامة الشجعان ويقال تعلم بمعنى أعلم.

_ اما كلمة إعلام فهي مصدر الفعل أعلم بمعنى أخبر, فالعلم بالشيء هو خبرة به واحاطة به... قال تعالى: <<فمكث غير بعيد فقال أحطت ما لم تحط به وجئتك من سبأ من نبأ غير بعيد>> سورة النمل

فالكلمة تحمل معنيين تحصيل الخبر وابلغه ثم إبداعه.

__الإعلام اصطلاحا:

إذا كان مفهوم الإعلام يدور حول تحصيل المعلومات واستقصاء الأخبار فإنه لا يخلو من الكيفية التي بواسطتها تتم عملية نقلها ومنذ وقت طويل ناقش الباحثون ضبط مصطلح الإعلام فذهب العالم الألماني اونجورت إلى قوله ان الإعلام "هو التعبير الموضوعي "العقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهها

__ع. اللطيف حمزة الإعلام:

هو تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات السليمة والقوية

__ اما تعريف ابراهيم الإمام:

يرى أن الاعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والسليمة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعه من الوقائع او مشكلة من المشكلات حيث يعتبر هذا الرأي تعبير موضوعيا عن عقليات الجماهير وميولهم

__محمد سمير حسين:

يعرف الإعلام بأنه كافة الأوجه النشاطات الاتصالية التي تستهدف الجمهور بالحقائق والمعلومات الصحيحة حول القضايا والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية من دون تحريف وهذا بطبيعة الحال يؤدي إلى نشر أكبر قدر ممكن من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى الجمهور المتلقي من المادة الإعلامية

__علم الإعلام:

هو العلم الذي يسعى الى تشكيل جيد لبيئه عقليه ترتبط بمستويات متنوعة سياسية كانت او ثقافية او تربوية او اجتماعية وغيرها ، فهو من العلوم التي تسعى لتقدم إسهامات في بناء المجتمع والسير به نحو الرقي من خلال المعلومات السليمة والخبرات الحافزة التي يقدمها للجماهير .
-الاتصال:

جاء في قاموس المحيط وصل الشيء بشيء وصلا بلغه وانتهى اليه اما في اللغة اللاتينية ترجع في اشتقاقها الاول بمعنى مشترك

__يرى بعض الباحثين ان الاتصال في اصله عملية إعلامية يزيد عن معنى الإعلام بمعرفة الأثر الذي تتركه الرسالة

__ومكونات العملية الاتصالية هي:

1 المرسل او المصدر 2 المتلقي المستقبل 3 الرسالة المحتوى 4 الوسيلة 5 التأثير او الصدى 6 التشويش + البيئة

2 أهمية الاعلام والاتصال:

الإِتصال في أصله هو سنة بدليل قوله تعالى >> يا ايها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوباً وقبائل لتعارفوا ان اكرمكم عند الله اتقاكم <<

فالتعارف الإنساني مقصد من مقاصد الفطرة وقد أدرك البشر أهميته منذ فجر التاريخ وهو في الحقيقة جوهر العملية الاتصالية فما تتابع العصور لدى الناس بدور اتصالي استمرارية الحياة وتحقيق المصالح المختلفة وتوحيد الجهود وتكافل الجماعات وترابطها وتنظيم أنشطتها وتطوير ترقيه المستويات حياته لذلك يغدوا الاتصال بين الأفراد والجماعات الانسانية على مختلف المشارب والديانات الضرورية في تحقيق متطلبات الرقي الإنساني وعلى الرغم من أن الوظيفة الوجودية التي خلق آدم لاجلها هي عبارة الله على الرغم من أن المسؤولية فيها فردية إلا أنها في بعدها العام وظيفة اجتماعية كونية فالإنسان معتاد بطبعه أن يتصل بغيره ليتم له اشباع حاجاته المختلفه قال الله تعالى >> حرفع بعضكم فوق بعض درجات ليتخذ بعضهم بعضا سخريا << صدق الله العظيم... وقوله تعالى >> وعلم ادم الاسماء كلها << وفي هذا إشارة إلى قدرة البشر في الوصول الى فقه وفهم أدق مكونات هذا الكون

إن التجارب اليوم تؤكد ان إعداد الانسان علميا واطلاعه على طرق البحث العلمي وممارستها تجعله اقدر على مساهمة المجتمع الراقى. تعتبر المؤسسة الإعلامية ووسائل الاعلام إذا وظفت توظيفاً موضوعياً ودقيقاً قطاعاً هاماً من أجل توليد الأفكار واستثمارها فيما ينهض بالمجتمع. فشرائح المجتمع تاخذ منها وتعطيها تتاثر بها وتؤثر فيها وكل ما كان هذا الاخير مجيداً في اداء رسالته كلما توثقت العلاقة بين الجمهور والجهاز الإعلامى

وظائف العملية الإعلامية الاتصالية هي:

أ-التوعية:

هي توفير الحقائق التي تمكن الفرد من اتخاذ قرار معين ولا بد ان تتسم تلك الحقائق بالدقة و المصداقيه وان تستجيب لاحتياجات المتلقي.

ب- الحفز نحو التغيير الى الافضل :

ويرتبط ذلك في خلق ودعم الاتجاهات والقيم المناسبة مع خصوصيه وثقافه المجتمع واحياء روح الحماسة للتغلب على المشاكل والصعوبات والعوائق.

ج-المشاركة:

وتتمثل في تبادل الخبرات والأفكار والحقائق والآراء والترويج لسلعه او فكرة او قضية بالإضافة الى الوظيفة التربوية والسياسية والاجتماعية ناهيك عن الترفيهيه التي يظن البعض انها لا تنطوي على قيم بل العكس قد تحتوي على أهداف بعيدة ومغرضه احيانا، فقد يكون الترفيه في بعض الوسائل نوعا من الخداع والتضليل رسالة، .. إنه مفهوم شديد الخطورة و اذا كان البعض يرى انه لا يتصل من بعيد او قريب بالقضايا الجادة محلية كانت او إقليمية او عالمية يعني إنه مجرد شغلنذة او ساعة من الفراغ كما يؤكد ذلك الدكتور فضيل دليو الذي يشير في أحد كتبه بان هناك إيديولوجية في أحيين كثيره مضمرة بالفعل في أنواع من القصص الخيالية وعنصر الخيالية يفوق في الأهمية العنصر الواقعي في تشكيل آراء الناس وعليه الترفيه ليس امراً ثانويا كما يعتقد العامة

يرى الباحث الامريكي "جورج جيربنا" George Gerb " صاحب نظريه المؤشرات الثقافية بان اتجاهاتنا وسلوكياتنا السياسيه او غير السياسيه قد تتاثر بالمواد الترفيهيه التي تعرض لها بالدرجه نفسها او اكثر من تاثرنا بالحجج السياسية او المواقف الثقافيه ولهذا في اليابان في فترة من الفترات السابقة كشفت دراسة ان لبرامج التسلية والترفيه حصه الأسد في قنواتهم التلفزيونية حوالي 40% من البرامج التي ترفيهية 25% من البرامج الثقافية و 20% من البرامج الإخبارية و 13% من البرامج التربوية.

واذا رجعنا الى الوراء قليلا نجد ان معظم الافلام الخيالية والرسوم المتحركة في نهاية الثمانينات قد لعبت دورا بارزا في الصراع مع الكيان المتصل ومن أمثلة ذلك في فيلم الكرتوني في القط والفأر الذي يصور الفأر يتربسب دائما بشجاعته وذكائه على حماقة وظلم عدوه القط في إشارة هادفة الى قلة اليهود الفاعلة المحاطة بقلة العربي الغثائية استطاعت هذه القلة ان تؤدي دورا في ساحة البشرية وتكسب التعاطف الكثير من الدول معها

أنواع الاتصال :

يقسم الباحثون الاتصال الى عدة تقسيمات: سواء تعلق الامر باللغة او بالجهة او من حست الكيفية فمن حيث الجهة هناك اتصال روحي واتصال إنساني

فالالاتصال الروحي يظهر في العلاقة مع الخالق في امور الفرائض كالصلاة وغيرها. ولا يخلو ايضا هذا الاتصال في أدائنا للأعمال الاجتماعية والحياتية عامة بأنواعها اذ الاعمال في مرجعيتنا الاسلامية مقرونة بتقدم النية فيها فقد قال صلى الله عليه وسلم « إنما الاعمال بالنيات »
الاتصال الانساني: من انواعه

الاتصال من حيث اللغة.

1-اتصال غير لفظي:

وهو عبارة عن تعبيرات منظمة تشير إلى مجموعة معالم يستخدمها الانسان أو قد يقصدها باحتكاكه مع الآخرين ومن أنواعه لغة الصمت والتعبيرات الحسية الفسيولوجية.....

في اللغة الرمزية والإشارات كالإيماءات واللمس يطلق عليها اللغة الصامتة وهي من أقدم أنواع الاتصال ومهما تكن فعالية هذا النوع من اتصال فإنه قصير المدى من حيث المسافة والتي يمكن ان يغطيها بين مسافة الارسال كما انه يواجه صعوبة في بعض الأحيان ويصنف "رونالدهرسل" الاشارات غير اللفظية على النحو التالي:

أ-رموز الأداء:مثل حركات الجسد (تعبيرات الوجه إيماءات ضحك شرارة عيون ورموز)

ب-رموز اصطناعية: مثل استخدام ملابس معينة مستحضرات التجميل

ج-رموز معبرة عن مكانة الإنسان: وبذلك نجد الغرب في قضية الاسلام

د-الرموز الإعلامية: كان يبرز المحرر الصورة بطرق عدة أو بألوان مختلفة أو بوضع صورة ما في مسابقة مثلا تنافسية

ه-رموز ظرفية:من خلال استخدام الوقت والمكان مثل ان تأخذ موعدا مع شخص

2_الاتصال اللفظي:

ويكون باستخدام اللغة المنطوقة او المكتوبة من أجل توصيل الرسالة للمستقبل غالبا ما يكون من حيث اللغة أو الإتصال وجها لوجه او كتابته
-الاتصال من حيث مباشرة هناك اتصال مباشر اولا اتصال الشخصي او الاتصال الجماعي وهناك الإتصال العام الجماهيري

-الاتصال من حيث الرسمية

1_الاتصال الرسمي (التنظيمي):

وهو الذي يتم بين المستويات الإدارية المختلفة سواء في هيئة او مؤسسة او شركة ويكون بطرق رسمية متفق عليها يعتمد على خطابات وتقارير ومذكرات .ومن أقسامه:

ا-الاتصال النازل:

ويكون من الرؤساء إلى المرؤوسين مثل القوانين التي يضبطها رئيس دولة ما يوجهها للوزراء او ما يرسله مدير مؤسسات الى مسؤولين دونهم في المرتبة . ومن معيقات هذا الإتصال كثره المستويات التي تمر بها الرسالة وكذلك البعد الجغرافي بين مرسل والمتلقي، زياد على ذلك عدم فهم الباعث (الدافعية) من هذه الرسالة او السياق الذي ارسلت فيه.

ب_الاتصال الصاعد:

وهو عكسالاول ، وهذا النوع يكون في شكل شكاوى واقتراحات وملاحظات.
ومن بين الاساليب التي تحسن هذا النوع من الاتصال سياسة الباب المفتوح
اي الاستماع الى الراي او اراء المرؤوسين وتقبل النقد البناء ويكون هذا
الاتصال باشتراك اطراف إدارية في الملتقيات والندوات مما يجعلها تسهم في
كسر الحواجز بينها وبين المرؤوسين ويضاف الى هذا ايضا صناديق
الاقتراحات حتى تتاح الفرص للتعبير عن المواقف والآراء.
وهناك الاتصال الافقي: وهو الذي يكون بين مستويات ادارية على درجة واحدة
من الرتبة

عوائق الاتصال الرسمي (التنظيمي)

.انتشار ظاهرة الخوف من الرؤساء جراء عزلة الرؤساء
.تشويه الآراء والمواقف وظاهرته

.تعريف المعلومات او تشويها من الاسفل الى الاعلى اثناء نقلها
.بعد المسافه بين الادارات والمستويات الدنيا الا اننا اليوم مع مواقع التواصل
الاجتماعي يمكن اختزال هذه العوائق، ان عبر هذه المواقع يمكن التنديد او
توجيه النقد او التبليغ عن اختراقات قانونية كوسيلة معززة وداعمة لغيرها من
الرسائل والاساليب .

ج-الاتصال المباشر:

يقصد به العملية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والأفكار والاتجاهات
بطريقة مباشرة يتم وجها لوجه وفي اتجاهين دون عوامل او قنوات بسيطه حيث
يصبح المستقبل الاتصال ببعضهما البعض بمكان محدد ويكون التفاعل معهما
معا ويتيح مثل هذا الاتصال مجالات متنوعة كتكوين الصداقة بناء علاقات
اجتماعيه ويتيح فرصة للتعرف الفوري على تأثير الرسالة.

--خصائص الاتصال المباشر:

المرونة:

لان الرسالة فيه تخضع للتمحيص بين المرسل والمتلقي وصفة الثبات فيها او في بعض اجزائها غير مطلقة وفي حالة ما اذا كان كل من المتلقي او المرسل يعتمد على خلفية فكرية وقناعات سابقة معينة فإن الأمر يستدعي دقة في الاستماع والتمعن في الرسالة من اجل عرض الأدلة والبدائل المقنعة

_ التلقائية او العفوية:

عموما الاتصال المباشر يكون غير مقصود وغير رسمي وفي الاتصال المباشر نجد ايضا ان الكلمه المنطوقه كما يرى كثير من العلماء والباحثين اكثر فعاليه وتصديقا في المجتمعات الناميه من الكلمات المطبوعه يقف بالاتصال الشخصي بصوره كبيره في كثير من اوصاف الشعبيه وليس معنى هذا التقليد من اهميه الاتصال الجماهيري فولبتر شرام ان الوسائل التقليديه كالمقهى والسوق والحدائق العامه تؤدي دورا هاما في تعميق وسائل الاتصال الجماهيري

ببعض المزايا النفسيه فكونا يتم بشكل عفوي في كثير من الاحيانيه يكون له رجح صدق كبير ويساعد على نشر الافكار التي تنشرها وسائل الاعلام والاتصال باعتبار ان التعامل مع

بعض هذه الوسائل يكون محدودا من ناحيه ولا تعتمد عليه كل الشرائح الجماهيرية

_أهمية الاتصال المباشر:

-يحقق التفاعل الكامل بين المرسل والمتلقي اذا كان لكل منهما رغبة في ذلك
- تتوفر في هذا النوع من الاتصال جميع عناصر الاتصال بخاصة على وجه الخصوص رجح الصدق وهذا يتيح فرصة التغلب على مخاطر عدم الفهم
-يتيح الاتصال المباشر للمرسل ادخال تعديلات على الرسالة
- يتميز هذا النوع من الاتصال بالعمق لأنه غالبا فيه الاقناع والاقنتناع
_عيوب الاتصال المباشر:

على الرغم من أهمية هذا النوع من الاتصال الا انه لا يخلو من عيوب نجملها في مايلي:

-يتطلب نفقات عالية وجهدا كبيرا ووقتا اطول باعتباره يستدعي نقل الافكار والابخار الى عدد كبير ولان المكان محدود وكذلك الزمان فلا يمكن توصيل المعلومات الحديثه اولا باول

_ الاتصال الجماهيري:

المقصود به هو عملية نقل المعلومات والاتجاهات الى اعداد كبيرة نسبيا من أفراد بالاعتماد على وسيلة او أكثر من وسائل الاتصال الجماهيري وغالبا ما يكون باتجاه واحد

فنجذ "صالح أبو صبع"يعرفه العملية التي تتم باستخدام الوسائل الإعلامية الجماهيرية (كالصحف والكتب والمجلات والسينما والراديو والتلفزيون والانترنت ...)ويتسم هذا النوع من الاتصال بقدرته على ايصال الاخبار والمعلومات والاتجاهات الى جماهير عريضة....

اما عصام سليمان موسى في كتابه المدخل الى الاتصال الجماهيري يعرفه بانه اتصال منظم ومدروس يقوم على ارسال رساله عالميه صادرة عن مؤسسه اتصاليه عبر وسيله تبتسم بقدرتها على صنع نسخ كثيرة من الرسالة الاصلية لتوزع على جمهور عريض غير متجانس

-هذا النوع من الاتصالية يعمل على تقديم معاني مشتركة لملايين الاشخاص لا يعرفون بعضهم البعض معرفه شخصية حتى ان المرسل والمستقبل عموما لا يعرف احدهما الاخر معرفة حقيقية

- لكن ما يؤخذ على هذا النوع من الاتصال ايضا عادة ما يتسم بالبيروقراطية التي تستهدف الريح من جهة أو كسب الولاء من جهة أخرى مهما كانت الظروف.

- تتسم وسائل الاتصال بالعمومية بالغالب الاعم حتى تكون مقبولة ومفهومة.

- تتطلب عمليه الاتصال الجماهيري جهه معينه تتحكم في الرسائل التي تنشر الى الجمهور ويطلق على هذه الهيئة مصطلح حارس البوابة ومن امثله هيئة تحرير نشرة الاخبار ولهذا الحارس ثلاثة وظائف:

_تحديد المعلومات التي سيتم بثها للجماهير.

_ مراعاة الاولويات حسبما تراها في ترتيب الاخبار وتفسيرها

_ ضبط الوقت محدد لهذه المعلومات

_ لا تحدث في الاتصال الجماهيري التغذية الراجعة بشكل فوري في معظم

وسائل الاتصال انما تتم بشكل مؤجل ومتاخر

وقد لا تتم على الاطلاق بسبب الرقابة او الخوف .. يواجه الاتصال الجماهيري

في كثير من الاحياء الضوضاء (التشويش) الناتج عن اسباب اما بشرية او

تقنية

بالاتصال الجماهيري للمتلقي حق في اختيار وسيلة الاتصال التي يرغب فيها

بكل حرية كسر التلفزيون بمختلف فضاءاته وتردداته الموجودة فيه ايضا في

الاتصال الجماهيري

أهمية الاتصال الجماهيري :

. القدرة على التفصيل السريع للأفكار والأخبار والمعلومات

. مخاطبة شرائح واسعة من الجماهير

. المعلومات التي يوصلها كبيرة من حيث الحجم

. يتسم بالتنوع بما يناسب حاجيات الافراد على حساب خصائصهم

. يتسم بالاقتصاد في الوقت والمال اذا ما قورن بالاتصال المباشر

_ سلبيات الاتصال الجماهيري:

من عيوب الاتصال الجماهيري انه يقوم على جانب واحد فقط في الغالب الاعم

مما لايمكن معه فهم واقع المتلقي . احتياجاته النفسية وما إلى ذلك فلا تتاح له

الفرص للمستقبل بان تعرف احواله ، ومن ثم عدم الوقوف على التأثيرات السلبية

لرساله في وقت معين ومن جهة اخرى لا يتيح هذا النوع من الاتصال الفرصة

للمرسل على التعرف على مدى وصول الرسالة للمتلقي ومدى استيعابه لمضمونه

نتيجة عدم توافر التغذية العكسية في هذا النوع من الاتصال كما ان في هذا

الاتصال لا يمكن التغلب على مخاطرة الفهم الخاطئ لمضمون الرسالة وان حاول

التغلب على ذلك فسيكون نسبيا عبر الدراسات الميدانية التي تجرى على

الجماهير لمعرفة ميولها واتجاهاتها..

- قدره المرسل على التفاعل مع المتلقي وزيادة على ذلك فالمرسل الجيد كالمعلم مثلا لا يقتصر دوره او نجاحه على مدى من يملك من معلومات وثقافة بل على الأداء الجيد والاسلوب الناجح في اصال المعلومات باللغة الجيدة ومنطق قوي ومثل هذا الامر ينطبق على المذيع او الصحفي او الخطيب الى غير ذلك
__ قد اشارت العديد من الدراسات المتخصصة إلى وجود اربعة عوامل للاتصال:
أ_ المعرفة او الخلفية المعرفية للمرسل :

فالمرسل لا يحقق النجاح و التأثير الفاعل في المتلقي دون معرفة بحوثيات الرسالة المراد إيصالها، إذ لابد من ان يكون بدراية بالدراسات المتعلقة بموضوعه ونتائجها بالإضافة الى الاراء وغيرها من الأخبار والمعلومات فمثلا الذي يفتقد الى نصيب وافر من الأفكار الكافية فان عملية الاتصال ستفقد بلا شك عنصر فعاليتها ومن غير المتصور أن شخصا يحاول إقناع الاخرين وهو يحتقر بعض المعلومات سواء أساسية او ثانوية ولو كان الثاني يتمتع بمستوى علمي او لديه معلومات حول قضية ففي هذه الحالة لا يمكن ان نجد عملية اقناع ناجحة من طرف المرسل الى المتلقي وقد تكون عكسية
- أيضا في هذا الاطار لابد ان يكون المرسل ذا دراية كبيره بصياغة الرسالة وتصميمها وترتيب حسن للمعلومات بالإضافة للمهارة الكافية في عرض الافكار والقدرة على المناقشة وحسن استخدام اللغة

_ الخبرة والتجارب العلمية:

وهي تكتسب من خلال مشاهدة الآخرين او المشاركة معهم في العلاقات الاجتماعية والتجارب المشاركة كلما مر القائم بالاتصال بمزيد من التجارب والممارسات المختلفة تعززت فاعليته وتحصلت كفاءته ومن ما يدعه الخبراتي ايضا الاطلاع الواسع من النواحي المتعلقة بالموضوع في الرغبة الشديدة والباعث القوي او ما يسمى بالدافع الذاتي لدى المرسل لتعزيز فاعليته له اهمية مركزية في العملية الاتصالية وقد تصبح جميع العوامل أهمها فاذا لم تتوفر فيه ومنه الرغبة الجادة وتستمر في مختلف انشطته واعماله وبحوثه وتعليقاته ومتابعاته للاحداث فلا يتوقع له النجاح.

4_الاتجاهات:

يقصد بها اتجاهات المرسل او قائد الاتصال نحو المتلقي او الجمهور وايضا اجزاء عملية الاتصال فبقدر ما يكون المرسل ايضا على درايه بالاراء وتقدير الاتجاهات بقدر ما يكون ناجحا وفعلا في ايصال رسالته ويحظى بمكانه محترمه لذلك نجد مثلا ان الإسلام رسالة جاء بالتهيي أحسن(لا إكراه فى الدين) انه يعطي قيمة للانسان اما بالنسبة للمهارات الواجب توفرها عند المرسل ومراعاتها اثناء الحديث المباشر.

4 المقدمة:

بقدر ما يتلقى الكلمات والعبارات الملائمة والدقيقه بالافتتاحيه سيكون تثيره نوعيا على ادراك المتلقي لذلك يحبذ دائما ان يمهد المرسل في بداية كلامه بالكلمات التي توحى بالاحترام والتقدير للمتلقي وتنحى منحى يخدم غرضه.

نوعية الصوت:

يجب على المرسل ان يتحدث بطريقه غير هجومية أو عدوانيه حتى لا يخلق جوا من التوتر، وقد ترتبط نوعيه الصوت ايضا بالحالة النفسية والفكرة المتناولة
2 نبرات الصوت: ان يحرص المرسل في تعديل نبرات صوته الى احسن مستوى .

لابد ان تلائم مواضع الرسالة شروطا من الواجب توفرها :
إذ يتوقف نجاح الاتصال على الاتي:

_ اتقان الكتابة متضمنة في كتاب خبر او قصيدة او مقال للانتقاء الكلمات المناسبة واللازمة ويؤدي الغرض العام والمقصود وكذلك حينما نتحدث عن افكارنا بطريقه شفهييه يجب ان نكون على درايه بكيفيه اختيار الكلمات وتنظيمها ونطقها وكيف سيفسر الرسائل التي سنقولها وهذا ما يسمى بالاطار الدلالي للمتلقي
_ مهارتان متصلتان بفك الفكرة والرموز التي تمثل في حسن القراءة والاستماع

_ القدرة على التذكر ووزن الأمور والمعاني فنحن جميعا نتفق على ان مهارتنا في الاتصال ومقدرتنا على استخدام الرموز تؤثر على مقدرتنا في وضع افكارنا في رموز و على استخدام اللغة المناسبة.

يحدد من يرى يبرلو البداية اتجاهات المصدر نحو ثلاثة أشياء هي:

_ اتجاهات المصدر نحو نفسه:

اذا كان اتجاه المصدر او القائم بالاتصال نحو نفسه سلبيا فيحتمل ان يؤثر هذا التقييم السلبي لذاته على الرسالة التي يصنعها وعلى تأثيرها للمتلقي بينما اذا كان اتجاهه نحو نفسه ايجابيا ويعتقد انه (فراغ) فقد يجعله هذا الاعتقاد ناجحا بثقته بنفسه حيث تبين ان اتجاه الفرد نحو ذاته يؤثر على الطريق التي يتصل بها نحو ذاته ...كيف يمكن كسب ثقة الناس؟

إن هذا يحتاج إلى الآتي:

1 اظهار القائم بالاتصال اهتمامه الفعل بمصالح الجماهير

2حسن التوقيت في اختيار الوقت المناسب لكسب هذه الثقة في تقديم الرسالة في وقت غير مناسب لا يوفي بالغرض شخص يعاني من الخوف تاتي برامج تلقى عليه او لا توجد لهم مشاريع مستقبلية لهم لا يمكن أن يكتسب المتلقي ثقته به

ب _ اتجاهات المرسل نحو الموضوع:

فالكاتب او الأديب أو المذيع الخ لم يكن يؤمن بصدق ما يقوله ويقتنع به يصعب عليه نقل معلوماته بشدة وفعالية
ج اتجاهات المصدر للمتلقي (.....)

ويحترمه يصبح اقل انتقاء لرسائله ويزداد احتمال تقبل افكاره وتفهمه مقاصده لانه من الطبيعي ان لا يستمع الشخص ولا يقتنع بكلام شخص اخر يشعر معه في اعماقه انه لا يهتم به بصرف النظر عن صحة او منطقية المضمون

. يستعمل التأثیری في عدة مجالات وتخصصات إنسانية كعلم النفس بانواعه وفروعه وعلم الاجتماع بفروعه أوعلوم تجريبية أيضا

وعلوم الاعلام والاتصال باعتبار كونها من العلوم البينية فان هذا المصطلح بارز فيه بشكل ملحوظ ، وبالخصوص وان وسائل الاعلام والاتصال الجماهيري تاخذ هذا العنصر بعين الاعتبار

في اللغة: أثرٌ يُوثر تأثيراً فيه إذا ترك فيه أثراً كقولنا "أثر عليه المرض"، وتأثر به: وظهر فيه الأثر¹

التعريف الثاني: التأثير هو إضافة حالة نفسية ناتجة عن إضافة أفكار جديدة لدى المتلقي، تجعله عند تحركه مدفوعاً بهذه الحالة النفسية ومجموعة الأفكار والمعلومات التي لديه، ولهذه الحالة النفسية دور كبير جداً، بل أساس في تغيير سلوك إنسان أو مجموعة من الناس لفترة معينة في اتجاه معين.

والملاحظ في هذا التعريف أنه يركز على إضافة الأفكار بينما التأثير قد يكون بصقل وتوجيه الأفكار الموجودة مسبقاً لدى الفرد.

التعريف الثالث: التأثير هو نتيجة تفاعل اجتماعي بين عاملين وهما المؤثر و المتأثر بحيث يخلق لدى المؤثر عليه رد فعل معين.

والملاحظ في هذا التعريف أن التأثير لكي يحدث فلا بد من تفاعل بين المؤثر و المتأثر. التعريف الرابع: التأثير هو أحد مركبات عملية الاتصال؛ وقد أعطى العديد من الباحثين م التأثير مكانة مركزية في عملية الاتصال لأنه عبارة عن مركب ضروري وهام في كل عملية اتصال.

مستويات التأثير:

يستهدف بالتأثير ثلاثة مستويات هي

1- التأثير في المستوى المعرفي او الإدراكي ::

يتطرق إلى العمليات الذهنية والعقلية كالتعليم والتفكير كإمداد المتلقي معارف ومعلومات حول قضايا مختلفة، ومواضيع متنوعة في مجال مقصود .

2- التأثير في المستوى السلوكي:

هي التغييرات الظاهرة والتي يمكن قياسها عادة. مثال: التغيير الذي طرأ على سلوك الطلاب هل هل تحسن تواصلهم؟ هل زادت مهارتهم السلوكية مثلاً ، هل ساءت سلوكياتهم وهكذا مهار.

3- التأثير في المستوى العاطفي أو الوجداني :

ردود فعل عاطفية او نفسية تجاه موضوع معين. مثال: يتجلى ذلك في دفاعهم عن قضايا العلاقات وما الى ذلك

¹ يراجع في هذا معاجم اللغة التالية في مادة اثر : ابن منظور لسان العرب والمصباح المنير ومختار الصحاح والمعجم الوسيط

رجع الصدى (التغذية الراجعة) :

هو إعادة المعلومات للمرسل حتى يستطيع أن يقرر ما إذا كانت الرسالة قد حققت أهدافها أم لم تحقق , وهذه العملية لها أشكال متنوعة تبين مدى تأثير المتلقي بالرسائل التي نقلها المرسل إليه بالوسائل والطرق المختلفة وهي عنصر مكون وركن هام في العملية الاتصالية .

فرجع الصدى باختصار هو تلك الانطباعات وردود الافعال المعينة التي تكون لما تقوله او تفعله او تكتبه .

- أهمية رجع الصدى :

من خلال ما سبق يمكن القول إليه أن قيمة رجع الصدى في الاتصال تكمن في معرفة موقف المتلقي من محتوى الفعل الاتصالي , فالمعرفة لها دور في تعديل الرسالة او تدعيمها او تعزيزها.....الخ

وعليه يمكن القول ان رجع الصدى ما هو إلا رسالة من نوع خاص تتعلق بتأثير رسالة سابقة (من المصدر الى المستقبل) فهو رسالة من المستقبل الى المصدر (المرسل), ورجع الصدى يتأكد من ان عملية الاتصال تكون اكثر فعالية بمعرفة هذا الاخير

وظائف رجع الصدى :

بالنسبة للمرسل:

يتيح له فرصة قياس مدى فهم الرسالة من طرف المتلقي.

يتيح له اعادة النظر في الرسالة إن لم تستوعب من طرف المتلقي وتقديمها بأساليب مختلفة او عبر قنوات اخرى .

أنواع رجع الصدى:

هناك رجع صدى إيجابي ورجع صدى سلبي.