



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد لمين دباغين-سطيف 2
كلية الحقوق والعلوم السياسية



ملخص

محاضرات السداسي الأول

في مقياس

مدخل لعلم الاتصال والإعلام

المقرر لطلبة

السنة الأولى (ليسانس) علوم سياسية

الأستاذ: مرابط عبد الحكيم

ملاحظة: الملخص يشمل فقط المحاضرات الملقاة

حضوريا على الطلبة

الموسم الجامعي: 2021-2022

مقدمة عامة:

الاتصال كان ومازال عنصرا هاما في الحياة، برزت أهميته وفاعليته مع زيادة التقدم التكنولوجي والتي جعلت من العالم قرية صغيرة.

وموضوع الاتصال هو من أكثر المواضيع التي شغلت اهتمام العلماء والباحثين

من فروع علمية مختلفة وفي مقدمتها:

-علم النفس.

-علم الاجتماع.

-علم السياسة.

-علم الأنثروبولوجيا (الأجناس البشرية).

-التاريخ.

فضلا على انه يمثل محور اهتمام المتخصصين في دراسة العلاقات الدولية والدراسات الأدبية والعلمية والتي تصدت جميعها بالدراسة والفهم والتحليل لهذه العملية.

ودراسة الاتصال او موضوع الاتصال وإلقاء الضوء على أبعاد هذه العملية يعد من الأمور الهامة والأساسية لكل عضو في المجتمع باعتباره طرفا مستمرا في العديد من العمليات الاتصالية على مدار يومه.

ومنه تأتي أهمية دراسة موضوع الاتصال ضمن هذا المقياس الذي يتوزع على

مجموعة من المحاور تتمثل فيما يلي.

محاور المقياس:

المحور الأول: مفهوم الاتصال والإعلام

- مفهوم الاتصال.

- مفهوم الإعلام.

المحور الثاني: مراحل تطور الاتصال وأنماطه.

أولاً: مراحل التطور

ثانياً: الأنماط

المحور الثالث: المفاهيم المشابهة للاتصال والإعلام.

- مفهوم الدعاية.

- مفهوم الإشاعة.

- مفهوم الإشهار.

المحور الرابع: مكونات العملية الاتصالية.

- المصدر (المرسل).

- الرسالة.

- المرسل إليه.

- الوسيلة (القناة).

- الصدى المرتد.

- التأثير.

المحور الأول: مفهوم الاتصال والإعلام

أولاً: -مفهوم الاتصال.

أصبح علم الاتصال من العلوم التي لها دورا كبيرا وأساسيا في حياة الأفراد والجماعات والدول، بل أصبح للاتصال حضور مميز في جميع المجالات الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية والعسكرية والتربوية.

ليس هناك تعريف واحد جامع مانع ومتفق عليه ولذلك سوف نتناول ابرز التعاريف التي تناولت المصطلح بالدراسة والبحث، وقصد الإحاطة به نقدم التعريف اللغوي ثم التعريف الاصطلاحي.

1-التعريف اللغوي:

ا-في اللغة العربية:

لغة كلمة اتصال مشتقة من كلمة " التواصل" من فعل " واصل" وكلمة تواصل جاءت على صيغة تفاعل، ومصدرها وصال ومواصلة وتشير كلمة تواصل إلى حدود المشاركة في الفعل ما بين الطرفين.ويكون نقيض التواصل هو التهجر والتنافر ومنه فالاتصال جاء من الفعل الثلاثي (وصل) وهو بمعنى الإبلاغ والإخبار والربط وإقامة الصلة والتتابع والاستمرار والتواصل.

ب-في اللغات الأجنبية:

في اللغات الأجنبية يستعمل البعض كلمة (اتصال) ترجمة لكلمة- (communication) وهي في اللغة الانجليزية مشتقة من كلمة (Common) ولفظها الفرنسي (commun) ومعناها في الحالتين (مشترك او عام). بمعنى انه عندما نقوم بعملية اتصالية أو بعملية اتصال فنحن نحاول ان نقيم رسالة مشتركة مع شخص آخر أو جماعة أخرى.

2-التعريف الاصطلاحي:

استعملت كلمة اتصال بكثرة من طرف العلماء خاصة علماء النفس والاجتماع واثروا معناها ونوعوها وانتهوا إلى تقديم العديد من التعاريف من بينها:

أن "الاتصال هو عملية تبادل للمعاني فيها طرفان (مرسل ومستقبل) يتبادلان المعاني والأفكار وهذا التبادل لا يتم إلا إذا وقع بين شخصين أو أكثر". فان وقع بين شخصين نسميه الاتصال الشخصي أو الفردي ويعد هذا النوع من الاتصال -في نظر

العلماء-اتصال بدائي. أما إذا وقع هذا الاتصال بين مرسل واحد وعدد كبير من الناس فنسميه بالاتصال الجماهيري أو الجماعي (communication de masse) وهو نوع من الاتصال المتطور والمتشعب.

والاتصال وجد منذ القدم لان الإنسان مدني بالطبع - كما يقول العلامة ابن خلدون- وبالتالي فهو دوما متحمس للاطلاع على أحوال جميع الناس ومنه فهو أميل إلى الاتصال.

ظهر الاتصال أول مرة من خلال وسيلة الكلام غير أن الكلام وان كان وسيلة للتبادل والتواصل فانه غير كاف إذ توجد وسائل أخرى للاتصال على غرار الرموز والإيحاءات وغيرها (الضحك - الصمت - البكاء - اللباس) فهذه الوسائل كلها يتم من خلالها نقل المعلومات والتبادل بين شخصين أو أكثر دون استعمال الألفاظ أو الكلام.

التعريف:

يمكن تعريف الاتصال من خلال بعض الاجتهادات لبعض الباحثين والمهتمين ويتعلق الأمر بـ:

تعريف فريدمان:

" الاتصال هو إيصال الخبر بين مرسل له ومستقبل له سواء كان المرسل شخصا أو جهازا آليا ".

من خلال هذا التعريف يتبين لنا أن المهم في عملية الاتصال هو ان يقع نقل الخبر دون اعتبار للوسيلة المستعملة في نقل هذا الخبر وهو بهذا ينفي الاتصال المادي أو وجود شخصين معا في مكان واحد لا يكفي لإثبات الاتصال.

نقد التعريف:

وجهت لهذا التعريف انتقادات عديدة إذ يذهب الأستاذ (تيرو) إلى أن هذا التعريف لا يهتم بالمنشور ولا يهتم بمحتوى الخبر ولا بوضعية القائمين بالعملية الاتصالية.

هكذا نلاحظ تعدد التعاريف بشأن هذا المفهوم وهو ما يجعلنا نقد التوضيحات

التالية:

1- أن تعدد التعاريف لا يعبر عن خلل في المفهوم بقدر ما يشير إلى ثراء في

المعنى وتأکید لأهميته.

2- أن تعدد التعاريف بشأن مفهوم الاتصال تترجم بـ:

- تعدد المدارس العلمية والفكرية للباحثين في المجال .

- تعدد الزوايا والجوانب التي يرى من خلالها هؤلاء الباحثين هذا المصطلح.

- اختلاف الفترة الزمنية التي قيلت فيها التعاريف.

ثانياً: مفهوم الإعلام.

بداية لا بد من الإشارة إلى أن الإعلام قديم قدم المجتمع البشري، فمنذ أن وجد الإنسان استخدم بعض الحركات (التي كانت تعكس الشكل البدائي للإعلام قبل أن يهتدي الإنسان إلى اللغة).

1- التعريف اللغوي: من الناحية اللغوية فإن مصطلح الإعلام يعني إخبار الآخرين أو اطلاع الآخرين.

والمصطلح المقابل له في اللغة الانجليزية هو (information) بمعنى المعلومة. ومنه يجب الإشارة إلى أن كلمة إعلام لغويًا مشتقة من العلم إذ يقال استعمله الخبر فاعلمه. ومنه فمن الناحية اللغوية يكون معنى الإعلام هو نقل الخبر وهو نفس المعنى الذي يطلقه علماء الإعلام على عملية الإعلام.

2- التعريف الاصطلاحي:

تعريف عبد اللطيف حمزة:

يعرف عبد اللطيف حمزة الإعلام بكونه " تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة ".

تعريف (تيرو):

يعرف (تيرو) الإعلام بكونه " نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة وبواسطة ألفاظ وأصوات أو صور وبصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور " .
هذا التعريف يعكس شيئين أساسيين في وجود عملية الإعلام وهما:

- الصيغة.

-شيوخ الخبر.

1-الصيغة:

أما الصيغة فتتطبع بنوع الوسيلة المستعملة وبالحاسة الموجهة إليها (السمع – البصر). فالصيغة تختلف في عملية الإعلام وتتنوع حسب الحاسة الموجهة إليها.

2-شيوخ الخبر:

بمعنى نشر الوقائع وجعلها معروفة عند عدد كبير من الناس ومعنى هذا أن هناك أحداث ووقائع تحدث وتقع ولكن تبقى سرية ولا تنتشر بين الناس وهي بهذا لا تسمى إعلامًا (الأسرار العسكرية والديبلوماسية).

وشيوع الخبر ونشره قد يقع بالوسائل القديمة (الكلام بين شخص وآخر أو بين شخص وجماعة) في تجمعات معينة (التجمعات الدينية أو السياسية أو الانتخابية أو التربوية....) وقد يقع بالوسائل الحديثة وهنا يصبح نشر الخبر منتظم ويخضع لتعقيدات مختلفة ولكنه يتصف بالديمومة.

وبهذا المعنى فإن الإعلام هو مفهوم عصري ينطبق خصوصا على عملية الاتصال التي تستعمل الوسائل العصرية من صحافة وإذاعة وتلفاز.

خصائص الإعلام: للإعلام خصائص يمكن حصرها فيما يلي:

1- خاصية الاتجاه: بمعنى أن الإعلام يأخذ اتجاها واحدا في الغالب (من فوق إلى تحت) بمعنى أنه خلافا للاتصال قل أن يوجد في عملية الإعلام تبادل أي أن الإعلام يفرق بين مصدر الخبر والمستقبل له وله وجهة واحدة هي من اعلي إلى أسفل.

2- الارتباط بالواقع: بمعنى أن الإعلام يصف الواقع ومرتبطة به وبمعنى آخر فإن الوقائع والأحداث هي منطلق الإعلام وانه ليس هناك إعلام بدون وقائع.

خلاصة المحور الأول:

هناك من الباحثين من يخلط بين مصطلحي ومفهومي الاتصال والإعلام الأمر الذي يدفع باتجاه تحديد العلاقة بينهما وفق ما يلي:

1- أن هناك من يعتبر أن الاتصال هو نقل الأفكار والمعلومات والآراء داخل مجتمع معين في حين أن الإعلام هو المنتج الإعلامي بمعنى الأنباء والبيانات والآراء والأفكار وسائر مضامين ومخرجات وسائل الاتصال والإعلام.

2- أن هناك من يعتبر أن الإعلام هو فرع من فروع الاتصال أي ان الاتصال اعم واشمل من الإعلام.

3- أن مفهوم الاتصال من جهة ومفهوم الإعلام من جهة أخرى هما مفهوما واحدا في حالتين:

أ- في الحالة التي يكون فيها القصد من العمليتين هو نقل الخبر إلى عدد كبير من الناس وهو ما يسمى بالاتصال الجماهيري.

ب- في الحالة التي يستعمل كل منهما نفس الوسائل (ولو ان وسائل الاتصال اشمل من وسائل الإعلام إذ أن وسائل الاتصال تتعدى المسرح والسينما).

4- أن العملية الاتصالية والعملية الإعلامية تحتوي كل منهما على عناصر مشتركة وقد تطرق علماء الإعلام وفي مقدمتهم العالم "لازويل" إلى هذه العناصر وهي: المرسل - الرسالة - الوسيلة - المستقبل - التأثير).

5- أن الإعلام خلافا للاتصال مرتبط اشد الارتباط بالوسائل الحديثة.

6- أن الإعلام وان كان يتفق مع الاتصال في شرطي (الصيغة وشيوع الخبر) فإنه يختلف عن الاتصال في نوعية نشر الخبر إذ أن الاتصال يقع بمجرد التقاء شخصين بينما في الإعلام يكون نقل الخبر عاما بين الناس.

المحور الثاني: مراحل تطور الاتصال وأنماطه.

أولاً: مراحل التطور

كغيره من المفاهيم مر مفهوم الاتصال بالعديد من المراحل وهي المراحل التي تم رصدها وتحديدها من طرف المختصين والباحثين وفق ما يلي:

1-مرحلة الإشارات: وتمثل المرحلة البدائية البسيطة وامتازت باستعمال الأصوات والإشارات.

2-مرحلة التخاطب باستعمال اللغة وتمثل تلك المرحلة التي تم فيها اكتشاف اللغة (تحمله من معان وأفاظ) مما مكن الأفراد من القدرة أكثر على التواصل.

3-مرحلة الكتابة تلك القفزة النوعية التي عرفها الاتصال بانتقال الاتصال من الكتابة التصويرية والمنقوشة إلى المنطوقة.

4-مرحلة الطباعة: وهي المرحلة التي تم فيها اكتشاف الطباعة الأمر الذي مكن من تعميم النمط الاتصالي من خلال نشر المئات والآلاف من النسخ من الصحف.

5-مرحلة الإعلام: وهي المرحلة التي تميزت بظهور وسائل الإعلام (السينما سنة 1895 والإذاعة سنة 1923 والتلفزيون بعدها

6-مرحلة الاتصالات الحديثة: وتعتبر عن عصر الشبكات الالكترونية واستخدام الحاسوب في مجال الإعلام.

ومجمل القول في مجال مراحل تطور الاتصال أن الاتصال مر من المرحلة البدائية التي اتسم فيها الاتصال بكونه بسيطاً إلى مرحلة الاكتشافات التي ميزتها الكتابة إلى العصر الحديث من خلال الثورة الصناعية وانتشار التصنيع والثورة الصناعية وإدخال تقنيات متطورة من بينها الطباعة وأخيراً اكتشاف وسائل الإعلام الحديث على غرار الصحافة والراديو والتلفزيون والتي أصبح بمقتضاها العالم قرية صغيرة.

ثانياً: أنماط (أنواع) الاتصال

1- الأنماط حسب المشاركين:

أ-الاتصال الذاتي: ويجري بين الفرد ونفسه (فرد واحد).

ب-الاتصال الشخصي: وهو الاتصال المباشر بين الأفراد (أكثر من فرد).

ج-الاتصال الجمعي: وهو على شاكلة الاتصال الشخصي غير أن عدد المعنيين من الأفراد بعملية الاتصال يزداد ويفوق الفردين (حالة الخطب المسجدية والمهرجانات الانتخابية والمحاضرات وغيرها ..).

د-الاتصال الجماهيري: ويتم بين جهات وأفراد وعدد كبير من الأفراد من خلال وسائل الاتصال الجماهيري (وسائل الإعلام) مثل الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح.

2-الأنماط حسب نمط الاتصال:

ا-الاتصال اللفظي: ويتم باستخدام اللغة المنطوقة والمكتوبة (المؤتمرات والندوات).

ب-الاتصال غير اللفظي: ويتم باستخدام لغة الإشارة أو الحركة.

3-الأنماط حسب الرسمية:

ا-الاتصال الرسمي: وهو ذلك النوع من الاتصال الذي يتم بين ادارات مختلفة ومستويات تنظيمية مختلفة بالطرق الرسمية (قرارات -مذكرات - تعليمات ...).

ب-الاتصال غير الرسمي: وهو ذلك النوع من الاتصال الذي يجري بين أفراد المنظمة خارج الأطر الرسمية.

4-الأنماط حسب جهة الاتصال:

ا-الاتصال الأفقي: وهو الذي يتم بين افراد ومستويات تنظيمية في نفس المستوى.

ب-الاتصال النازل: وهو الذي يتم بين أعلى التنظيم وأسفله.

ج-الاتصال الصاعد: وهو الذي يتم من أسفل إلى أعلى.

المحور الثالث: المفاهيم المشابهة للاتصال والإعلام.

- مفهوم الدعاية.

كلمة دعاية مشتقة من كلمة "ادعاء" والادعاء هو المطالبة بالشيء حقا كان أم باطلا، ومنه فهي تختلف لغة عن الدعوة التي هي المطالبة أو الادعاء إلى شيء مع الاعتقاد انه حق ثابت.

والدعاية بمدلولها اللغوي هي مزج بين الحق والباطل وهي تعتمد على التفتيق والتزويق.

التعريف:

عرفها البعض بكونها محاولة إعلامية للتأثير في اتجاهات الناس وآرائهم وسلوكهم. والوسيلة في هذا هي المعلومات وأحيانا الأكاذيب للتأثير على الرأي العام. كما عرفها البعض الآخر انطلاقا من هدفها بكون هدف الدعاية هو قيادة الأفراد والجماعات لاعتناق فكرة ما أو اتجاه معين، أو القيام بعمل يكون لهم الحرية فيه أو عدم القيام به.

كما عرفها الأستاذ عبد اللطيف حمزة بكونها " محاولة التأثير في الأفراد والجمهير والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها وذلك في مجتمع معين وزمان معين ولهدف معين ".

إجمالا يمكن القول إن الدعاية هي عملية اتصال شامل الهدف منها إجراء تغيير كلي أو جزئي للمجتمع من خلال الاستماتة والترغيب والترهيب ومنه فهي مختلفة عن الإعلام من هذا الجانب أي من جانب الهدف والطريقة.

خصائص الدعاية:

1-النشر: وهي خاصية أخذتها الدعاية من مفهومي الإعلام والاتصال.
2-التضخيم: والمقصود بها هو استعمال لغة تعتمد المبالغة في نشر الأفكار والآراء بهدف لفت الأنظار إليها.
غير ان نجاح التضخيم يتوقف على مجموعة من الشروط والقواعد الواجب اتباعها وهي:

1-التبسيط: بمعنى تجنب التعقيد لان الافكار المعقدة لا يتقبلها الناس وربما ينفرون منها.

2-إيجاد خصم أو عدو والعمل على محاربتة: لان الدعاية تريد ان تجعل من هذا الخصم مصدر كل بلاء وبالتالي وجب محاربة هذا البلاء.

3-التكرار: لان التكرار يرسخ الأفكار التي تدعو إليها الدعاية.

4-استغلال المناسبات: بمعنى اغتنام مناسبات معينة في اعتماد الدعاية.

- مفهوم الإشاعة.

تعريفها:

تعرف الإشاعة بكونها نشر الخبر بصفة غير منتظمة وبدون تحقق من صحة الخبر فهي انطلاقا من هذا التعريف لها صلة بالإعلام والاتصال من حيث أنها انشر بين عدد كبير من الناس خبرا أو أخبارا كثيرة. غير أنها تختلف عن الإعلام في كون نشر الخبر المتعلق بالإشاعة يكون بشكل سري لان الإشاعة تنتكر لمصدرها وتمتنع عن ذكر مصدرها.

والإشاعة كثيرا ما تنشر أخبارا وهمية وقد تلجا إلى نشر أخبار حقيقية غير أنها تحرفها وتزورها.

كما أنها تختلف عن الإعلام والاتصال في لجوئها إلى نشر الخبر بتدرج زمني وليس دفعة واحدة.

علاقة الإعلام بالإشاعة:

كثيرا ما يتواجد الإعلام جنباً إلى جنب مع الإشاعة ووجود هذه الأخيرة قد يكون موازيا للإعلام غير أن هذا التواجد متفاوت لأهمية: ففي القديم كانت الإشاعة هي الغالبة لغياب الإعلام أما الآن فيوجد إعلام وتغيب الإشاعة، بمعنى أن الإعلام يتنافى مع الإشاعة وبمعنى أدق أن انعدام الإعلام يولد الإشاعة، وهو ما يعني أن الإشاعة تظهر انطلاقا من حدث وقع بالفعل ولكن تم تحريفه وتشويهه للحاجة، كما أن الإشاعة تظهر من فراغ أو وهم وتلبية لنفس الحاجة.

خلاصة القول:

الإشاعة لها علاقة أكثر بالدعاية منه بالإعلام لان الإشاعة تنتهج نفس نهج الدعاية خصوصا من حيث التحريف والتضخيم غير أن الفرق بين الدعاية والإشاعة هو أن الدعاية تخدم مصالح معينة وهدف معين مصرح به ومعروف عند من يقوم بالدعاية وعند من تتوجه إليه الدعاية، في حين أن الإشاعة تخدم أغراض ومصالح ولكن عامة والعلاقة بين الإشاعة والإعلام هي أن الإعلام موضوعي أما الإشاعة فهي مبنية على الزيادة والنقصان والتحريف والتزييف.

- مفهوم الإشهار.

يعد الإشهار عملية من عمليات الاتصال بالجمهور كونه يهدف إلى نشر المعلومات إلى عدد كبير من الناس.

وهناك علاقة وطيدة بين الإشهار والإعلام والاتصال أكبر من علاقة الدعاية والإشاعة بالإعلام والاتصال.

التعريف بالإشهار:

يعرف الإشهار بكونه " مجموعة من الوسائل التقنية تستعمل لإعلام الجمهور وإقناعه بضرورة استعمال خدمة معينة او استهلاك منتج معين".

ورغم أن هناك تشابها بين الإعلام والإشهار إلا انه الفرق بينهما يمين في: أن الإعلام يكتفي بإعطاء المعلومات أما الإشهار فيلجأ إلى إقناع الناس من خلال استعمال (او باعتماد) الوسائل التقنية. ومن جهة أخرى فان الإشهار لا يكتفي بالكسب المعنوي بل يمتد هدفه الى الكسب المادي وهو بهذا يأخذ صبغة تجارية ومنه فهو عملية اقتصادية لترويج البيع والشراء.

أنواع الإشهار: هناك العديد من أنواع الإشهار نذكر من بينها:

- الإشهار الرسمي: وهو من اختصاص الدول وتعتمده لتدعيم قدراتها الاقتصادية
- العلاقات العامة: وهو نوع من الدعاية الاقتصادية ويكثر استعماله في الدول الغربية.
- الإشهار التجاري: ويستعمل للترويج للإنتاج الاقتصادي وينتشر خاصة في الدول

الرأسمالية.

العلاقة بين الإشهار والإعلام:

الإشهار مورد هام للإعلام غير انه مصدر خطر عليه لان الإشهار يجعل الإعلام في قبضة أرباب المال وبالتالي يبعده عن الإعلام الموضوعي.

المحور الرابع: مكونات العملية الاتصالية.

عندما قدم العالم "لازويل" تعريفه لعملية الاتصال تحدث عن العناصر الخمس الواجب توافرها في أي عملية اتصال سواء كانت بين الأفراد أو بين فرد وآخرين في مجال من مجالات الاتصال التي يتفاعل خلالها الأفراد لتحقيق أهداف معينة وقد لخص هذه العناصر في 05 عناصر تعد هي مكونات العملية الاتصالية وعبر عنها بـ: من؟ ماذا يقول؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ وبأي تأثير؟ ويمكن تفصيلها فيما يلي:

- المصدر (المرسل).

ويقصد به صانع الرسالة أو القائم بالاتصال أو منشئ الرسالة أو مصدر الرسالة وهو المقصود بالسؤال من؟ وهو الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال أو نقل المعلومات أو الأفكار أو المعاني أو الآراء إلى الآخرين وقد يكون المرسل شخصا أو مجموعة أشخاص وقد يكون مؤسسة أو شركة.

ملاحظة: يستخدم البعض المصدر بمعنى القائم بالاتصال غير أن ما تجدر الإشارة إليه هو أن المصدر ليس بالضرورة هو القائم بالاتصال.

- الرسالة.

وهي الفكرة أو المعلومة أو المعنى أو المحتوى الذي يقوم المصدر بنقله إلى المرسل إليه والى المتلقي. بمعنى أن الرسالة تتضمن المعاني والأفكار والآراء وفاعلية الاتصال تتوقف على الفهم المشترك للموضوع واللغة المستعملة في ذلك.

- الوسيلة (القناة).

وهي الأداة التي يتم من خلالها وبواسطتها نقل الرسالة من المرسل الى المرسل إليه (المستقبل) وتختلف الوسيلة باختلاف نوع الاتصال بمعنى ان كل نوع اتصال يتطلب وسيلة أو أداة معينة.

- المرسل إليه (المستقبل).

وهو من توجه إليه الرسالة سواء أكان فردا أم مجموعة أفراد أي انه الجمهور المتلقي للرسالة الاتصالية أو الإعلامية وهو الهدف المقصود من العملية الاتصالية.

- الصدى المرتد أو رجع الصدى.

وهو الصدى الذي تحدثه الرسالة المرسله ويأخذ اتجاهها عكسيا في العملية الاتصالية بمعنى انه يأخذ الاتجاه من المرسل إليه إلى المرسل والهدف منه هو التعبير عن الموقف من الرسالة وهو مهم في عملية تقويم عملية الاتصال. ومنه فهو العنصر الهام الذي يحقق دائرية الاتصال بحيث يصبح المتلقي مرسلا ولذا سمي بالتغذية الرجعية أو العكسية او المرتدة.

- **التأثير**. ويعني الاستجابة المستهدفة من العملية والتي تتفق مع هدف الاتصال

المتوقع (والتأثير يختلف عن رجع الصدى).