الإعلام يتكون من مجموعة من العناصر الرئيسية التي تُساهم في تشكيل منظومته وأدائه الفعّال. هذه العناصر مترابطة وتعمل معًا لتحقيق الأهداف الإعلامية، إليك تفصيل العناصر الرئيسية للإعلام: 1. المرسِل (Sender) أو منظمة. أدواره: ● تحديد الهدف من الرسالة الإعلامية. ● تصميم محتوى الرسالة بما يناسب الجمهور المستهدف. ● اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة لنقل الرسالة. أمثلة: ● الصحف والمجلات. مرئية، مسموعة، أو مزيجًا منها. خصائص الرسالة الإعلامية الجيدة: ● وضوح الهدف: يجب أن تكون الرسالة واضحة ومفهومة. ● جاذبية المحتوى: استخدام عناصر مرئية أو لغوية لجذب الانتباه. أشكال الرسائل الإعلامية: ● الأخبار والتقارير. ● الإعلانات. تختلف الوسيلة باختلاف طبيعة الرسالة والجمهور المستهدف. أنواع الوسائل الإعلامية: ● وسائل الإعلام التقليدية: مثل التلفزيون، الإذاعة، المجلات. ● وسائل الإعلام الرقمية: مثل الإنترنت، ● الوسائل التفاعلية: مثل المنتديات الإلكترونية، والبث المباشر. ● الجمهور المستهدف. ● الميزانية المتوفرة. خصائص المستقبل: ● التنوع: يشمل أشخاصًا من خلفيات مختلفة (ثقافية، اجتماعية، اقتصادية). ● التوقعات: يتوقع الجمهور محتوى يلبي احتياجاته (معلومة، ترفيه، أو رأي). 5. التأثير (Impact) هو النتيجة التي تتركها الرسالة الإعلامية على المستقبل والجمهور المستهدف. يمكن أن يكون التأثير فوريًا أو طويل الأمد، أنواع التأثير: ● معرفي: يزوّد الجمهور بمعلومات جديدة أو يغير فهمه لقضية معينة. ● سلوكي: يدفع الجمهور لاتخاذ قرارات أو تصرفات بناءً على الرسالة (مثل شراء منتج أو الانضمام إلى حملة). مثل إثارة الحماس، التعاطف، أو الغضب. عوامل تحدد التأثير: ● مدى ارتباط الرسالة باحتياجات واهتمامات الجمهور. ● الوسيلة المستخدمة ومدى انتشارها. تُمكّن هذه العملية المرسِل من تقييم فعالية الرسالة وتحسين الأداء. أشكال التغذية الراجعة: ● مباشرة: مثل التعليقات، المكالمات الهاتفية، أو التفاعل مع منشورات على وسائل التواصل الاجتماعي. أهمية التغذية الراجعة: ● قياس مدى تحقيق الأهداف الإعلامية. 7. السياق (Context) السياق هو الإطار الذي تُرسل فيه الرسالة الإعلامية. يشمل الظروف الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية، والسياسية التي تؤثر على فهم الرسالة.

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي