الرسالة وأبعادها

الرسالة: وهي المضمون والفكرة المراد توصيلها إلى المتلقي، وهى جوهر عملية الاتصال، ويجب أن تصاغ الرسالة بطريقة يفهمها المتلقي ويستطيع فك رموزها بسهولة، ويتطلب ذلك دراسة الجمهور دراسة واعية للتعرف على خبراته واحتياجاته، وأيضاً دراسة الجوانب السيكولوجية للجمهور، ويجب أن تحوى الرسالة كمية من المعلومات تتناسب وموضوع الرسالة، وأن تجيب على أسئلة المتلقي أو معظمها. وقد يكون الهدف من الرسالة ظاهراً وواضحاً، وقد يترك الهدف ليستخلصه المتلقي ويكون هنا هدفاً ضمنياً.

أبعاد الرسائل:

الرسائل الوظيفية: وهي التي تنقل معلومات فنية أو علمية أو قانونية أو اجتماعية أو إدارية أو اقتصادية ... الخ كما هو شأن القائد العسكري أو مدير الإنتاج الذي يعطي أوامر وتعليمات محددة.

الرسائل الواقعية: وهي مجموعة الأخبار والمعلومات التي تدور حول الأحداث وتنشرها الصحف وتذيعها الإذاعات المسموعة والمرئية.

الرسائل العاطفية: وهي التي تعبر عن المشاعر والانفعالات وتتوجه إلى العلاقات الإنسانية أساسا.

الرسائل الخيالية: ويقصد بها القصص والمسرحيات والتمثيليات والأفلام والأغاني وما إلى ذلك من الأساليب الفنية

ويمكن دمج هذه الأنواع من الرسائل في فئتين هما: إن الرسائل الأولى غالبا ما تكون وظيفتها إنتاجية. وأن الرسائل العاطفية والخيالية غالبا ما تكون وظيفتها استهلاكية.

شروط الرسالة:

أن تكون الرسالة مكتوبة بلغة سليمة إملاءً ونحوًا ولغةً، وأسلوبًا.

حسن اختيار الألفاظ المناسبة للمعاني، دون تعقيد.

البعد عن أساليب التبجيل أو التفخيم حتى لا يعد ذلك نفاقًا وتزلفًا.

مراعاة الذوق والأدب واللباقة بما يضمن اتصالًا جيدًا وفعالًا ومجديًا.