

الفصل الأول
الاتصال ونظرياته المعاصرة

♦ تحديد مفهوم الاتصال :

- ♦ يرجع أصل كلمة اتصال إلى الكلمة اللاتينية communts ومعناها أي مشترك أو عام.
- ♦ الاتصال عملية يتضمن المشاركة أو التفاهم حول شيء أو فكرة أو أحساس أو اتجاه أو سلوك أو فعل ما.
- ♦ الاتصال من أقدم أوجه النشاط الانساني.
- ♦ انواع الاتصال المختلفة تلعب دورا كبيرا في حياة كل شخص مهما كانت الوظيفة التي يشغلها.
- ♦ الاتصال يؤثر على كل فرد بشكل أو بآخر.
- ♦ يعد الاتصال من السمات الانسانية الأساسية.
- ♦ الاتصال هو القناة التي تربطنا بالانسانية وهو الذي يمهد لكل ما نقوم به من أفعال.

♦ تعريفات الاتصال :

- ♦ **تعريف (كارل هوفلاند) للاتصال:** هو العملية التي يقدم خلالها القائم بالاتصال منبهات (عادة رموز لغوية) لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبلي الرسالة).
- ♦ **تعريف (تشارلس موريس) للاتصال:** هو استخدام الرموز لكي تحقق شيوعا ومشاركة لها مغزى.
- ♦ **تعريف (الباحث جورج لندبرج) للاتصال:** هو نوع من التفاعل الذي يحدث بواسطة الموز.
- ♦ **تعريف (جيهان رشتي) للاتصال:** هو العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة.
- ♦ **كائنات حية أو بشر أو الات – في مضامين اجتماعية معينة** وفيها يتم نقل أفكار ومعلومات بين الأفراد عن قضية أو معنى أو واقع معين فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء.

♦ **تعريف (سمير حسين) للاتصال:** هو النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو الانتشار أو الشيوع لفكرة أو موضوعاً و منشأة أو قضية وذلك عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات بأستخدام رموز ذات معنى واحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى الطرفين.

♦ **تعريف (محمد عودة) للاتصال:** هو العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين يختلف من حيث الحجم ومن حيث العلاقات المتضمنة فيه.

♦ **تعريف (محمد عبد الحميد) للاتصال:** هو العملية الإجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالة بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع وبين الثقافات المختلفة لتحقيق أهداف معينة.

♦ الخصائص الأساسية في اللغة:

♦ تتكون اللغة من مجموعة من المفردات تحكم تركيبها وترتيبها قواعد خاصة تمنح هذه المفردات معاني خاصة.

♦ ان يكون لبعض هذه المفردات نفس المعنى الذي تعبر عنه مجموعة من المفردات الأخرى فيستطيع الانسان ان يعبر عن معظم المعاني بطرق مختلفة ويلاحظ ان فكرة انشاء القواميس والمعاجم تعتمد على هذه الخاصية.

♦ أقسام الاتصال الانساني حسب اللغة:

♦ **الاتصال اللفظي:** يدخل ضمن هذا التقسيم كل انواع الاتصال التي يستخدم فيها اللفظ كوسيلة لنقل رسالة من المصدر إلى المتلقى ويكون هذا اللفظ منطوقاً فيدركه المستقبل بحاسة السمع.

♦ **الاتصال غير اللفظي:** يدخل ضمن هذا التقسيم كل انواع الاتصال التي تعتمد على اللغة غير اللفظية ويطلق عليه أحيانا اللغة الصامتة.

♦ **لغات الاتصال غير اللفظي (حسب تقسيم بعض العلماء):**

- ◆ لغة الإشارة: تتكون من الإشارات البسيطة أو المعقدة التي يستخدمها الإنسان في الاتصال بغيره.
- ◆ لغة الحركة أو الأفعال: تتضمن جميع الحركات التي يأديها الإنسان لينقل إلى الغير ما يريد من معاني أو مشاعر.
- ◆ لغة الأشياء: يقصد بها ما يستخدمه مصدر الاتصال غير الإشارة والأدوات والحركة للتعبير عن معاني أو إحاسيس يريد نقلها للمتلقى.
- ◆ أنواع الإشارات غير اللفظية (حسب تقسيم هارسون):
- ◆ رموز الأداء: تشمل حركات الجسد-تغيرات الوجه -حركات العيون -الأيماءات).
- ◆ رموز اصطناعية: (مثل نوع الملابس-أدوات التجميل-الأثاث والمعمار -الرموز المعبرة عن مكانة الإنسان).
- ◆ رموز إعلامية: نتيجة الاختيارات والترتيب والأبتكارات من خلال استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية (مثل حجم البنط ونوع الصورة والألوان والظلال ونوع اللقطة التلفزيونية بعيدة أو متوسطة أو مقربة).
- ◆ رموز ظرفية: تنبع من استخدامنا للوقت والمكان ومن خلال ترتيب المتصلين والأشياء حولهم (مثل ترتيب جلوس الزوار حسب اهميتهم الإجتماعية أو تجاهل شخص نعرفه بطريقة متعمدة).
- ◆ عرض (مارك ناب) للمهام التي يؤديها الاتصال غير اللفظي في علاقته بالاتصال اللفظي.
- ◆ التكرار أو الاعداء: حيث يقوم الاتصال غير اللفظي باعادة ماقلناه لفظيا.
- ◆ التناقض: يمكن للسلوك غير اللفظي ان يناقض السلوك اللفظي.
- ◆ البديل: يمكن للاتصال غير اللفظي ان يكون بديلا للاتصال اللفظي.

♦ **مكمل أو معدل:** يمكن للاتصال غير اللفظي ان يكون مكملًا للاتصال اللفظي.

♦ **التأكيد:** مثل ان يقوم الشخص بالتركيز صوتيًا على كلمات معينة للتأكيد على الرسائل اللفظية.

♦ **التنظيم:** يمكن للاتصال غير اللفظي ان ينظم الاتصال بين المشاركين.

انواع الاتصال من حيث حجم المشاركين في العملية الاتصالية:

♦ **الاتصال الذاتي:** هو ما يحدث داخل الفرد ويتضمن أفكاره وتجاربه ومدرسته.

♦ **الاتصال الشخصي:** هو الاتصال المواجهي حيث يمكن فيه ان نستخدم حواسنا الخمس ويتيح هذا الاتصال التفاعل بين شخصين أو أكثر في موضوع مشترك.

♦ **الاتصال الجمعي:** يحدث بين مجموعة من الأفراد (مثل أفراد الأسرة وزملاء الدراسة والعمل).

♦ **الاتصال العام:** يعني وجود الفرد مع مجموعة كبيرة من الأفراد كما هو الحال في المحاضرات والندوات والأمسيات الثقافية وعروض المسرح ويتميز التفاعل بين أعضاء هذا النوع من الاتصال بانه مرتفع ويتميز بوحدة الاهتمام والمصلحة والالتقاء حول الاهداف العامة.

♦ **الاتصال الوسطي:** يسمى بالاتصال الوسطي لانه يحتل مكانا وسطا بين الاتصال المواجهي والاتصال الجماهيري.

♦ **الاتصال الجماهيري:** هو عملية الاتصال التي تتم باستخدام وسائل الأعلام الجماهيرية ويتميز في قدرته على توصيل الرسائل إلى الجمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات.

الشروط اللازمة لنمو وسائل الاتصال الجماهيرية:

♦ وجود قاعدة اقتصادية متينة توفر التمويل اللازم للحصول على تكنولوجيا الاتصال.

- ♦ وجود قاعدة علمية وثقافية في المجتمع يكون بإمكانها انتاج المعلومات وتوزيعها واستهلاكها.
- ♦ وجود قدر معقول من الكثافة السكانية في المجتمع.
- ♦ وجود مناخ ملائم من حرية الرأي والتعبير.
- ♦ الأماكنيات التكنولوجية المتاحة للاتصال مثل (البرق والهاتف والأقمار الصناعية والمطابع الحديثة وتوافرها يسهم في دعم وتطور وسائل الاتصال الجماهيرية.

♦ خصائص الاتصال الجماهيري:

- ♦ يعتمد الاتصال الجماهيري على التكنولوجيا أو وسائط النقل سواء أكانت ميكانيكية أم إلكترونية.
- ♦ يعمل الاتصال الجماهيري على تقديم معاني مشتركة لملايين الأشخاص الذين لا يعرفون بعضهم بعضا معرفة شخصية.
- ♦ تتسم المصادر في الاتصال الجماهيري بكونها ناتجة عن منظمات رسمية (والاتصال الجماهيري عبارة عن انتاج جماعي عادة ما يتسم بالبيروقراطية التي تستهدف تحقيق الربح أو كسب الولاء مهما كانت الظروف.
- ♦ تتسم رسائل الاتصال الجماهيري بالعمومية حتى تكون مقبولة ومفهومة من الجماهير المتعددة.
- ♦ يتم التحكم في الاتصال الجماهيري من خلال العديد من حراس البوابة الاعلامية.
- ♦ يكون رجوع الصدى متأخرا في الاتصال الجماهيري عن انواع الاتصال الأخرى سواء كان رجوع الصدى ناقصا أم بطيئا فإنه يقلل من فرصة التعرف على جدوى الرسالة وتأثيرها بالنسبة للمرسل والمستقبل.

♦ تعريف نموذج الاتصال:

هو عبارة عن محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثا أو نظاما معيناً في شكل رمزي. أي ان النماذج عبارة عن أدوات رمزية تساعدنا على فهم

الظاهرة أو النظام وإدراك العلاقات بين العناصر الأساسية في تلك الظاهرة. ويتيح نموذج الاتصال للباحثين أبسط وأفضل الطرق لتفسير التفاعل البشري الذي يتسم بالتعقيد الشديد.

يصنف (بارنلند): النماذج تحت فئتين رئيسيتين هما:

١- **النماذج البنائية:** التي تبرز الخصائص الرئيسية للحدث أو الظاهرة أي المكونات وعدد وترتيب الأجزاء المفصلة للظاهرة التي نصفها.

٢- **النماذج الوظيفية:** التي تسعى إلى تقديم صورة مطابقة للأسلوب الذي يعمل بمقتضاه النظام وهي نماذج تشرح طبيعة القوى أو المتغيرات التي تؤثر على النظام أو الظاهرة.

الاهداف الرئيسية التي تخدم نماذج الاتصال هي:-

♦ تنظيم المعلومات، تطوير الأبحاث العلمية، التنبؤ، التحكم.

الصعوبات التي تواجهها عند وضع نماذج الاتصال هي:-

١- العمل على تجميد عملية الاتصال لكي نصف عناصرها أو مكوناتها.

٢- أغفال بعض العناصر أو الفصل بين عناصر لا يمكن الفصل بينها في الواقع.

٣- استخدام اللغة في الوصف واللغة نفسها عملية متغيرة من وقت لآخر.

يمكن تقسيم نماذج الاتصال الى نوعين رئيسيين هما:-

♦ النماذج الخطية (احادية الاتجاه).

♦ النماذج التفاعلية (ثنائية الاتجاه).

♦ نموذج (ارسطو):

يرى (ارسطو) ان البلاغة (يعني بها الاتصال) هي البحث عن جميع وسائل الأقسام المتاحة ونظم ارسطو دراسته تحت العناوين الرئيسية الآتية:

♦ الخطيب (المرسل). -الخطبة (الرسالة).

♦ المستمع (المتلقي).

♦ نموذج (هارولد لازويل):

يقترح هارولد لازويل خمسة اسئلة للتعبير عن الاتصال هي:-

من ؟، يقول ماذا ؟، بأية وسيلة (قناة) ؟، لمن ؟، وبأي تأثير نموذج (جورج جربنر).

يتضمن نمذج (جربنر) عشرة عناصر للاتصال هي:-

شخص، يدرك حدثا، وبستجيب، في موقف ما، عبر وسائل، ليصنع مواد مناسبة، بشكل ما، وسياق، ينقل محتوى، له نتائج.

♦ نموذج (شانون) و (ويفر):

يعتمد على نظرية المعلومات التي قدمها الباحث (كلود شانون) وتقوم هذه النظرية على مفاهيم رياضية تجعل الاتصال شبيها بعمل الآلات التي تنتقل المعلومات والمكونات الأساسية التي تضع النظام الاتصالي وفقا لهذا النموذج وهي:-

مصدر معلومات، ينقل رسالة، عبر جهاز إرسال، يحمل الاشارة (الرموز)، يحدث تشويش، جهاز استقبال يتلقى الاشارة، الهدف.

♦ نموذج (ديفيد برلو):

يتضمن نموذج برلو للاتصال اربعة عناصر رئيسية هي:-

المصدر، الرسالة، الوسيلة، المتلقي. (ويحتوي هذا النموذج على عنصرين فرعيين هما المرمز-جهاز فك الشفرة.

♦ النماذج التفاعلية (ثنائية الاتجاه):

نموذج (روس) التفاعلي يعتمد على ستة عناصر أساسية هي:

المرسل، الرسالة، الوسيلة، المتلقي، رجع الصدى، السياق.

◆ نموذج (ولبورشرام):

أستخدم ولبورشرام في نموذج التفاعلي العناصر الأساسية في نموذج شانون وويفر وأضاف عليها عنصرين جديدين هما:

مصدر معلومات، ينقل رسالة، عبر جهاز إرسال، يحمل الإشارة (الرموز)، يحدث تشويش، جهاز استقبال يتلقى الإشارة، الهدف، رجع الصدى، الخبرة المشتركة.

◆ مكونات عملية الرسالة:-

◆ المرسل: هو الشخص الذي يبدأ الحوار بصياغة أفكاره في رموز تعبر عن المعنى الذي يقصده.

◆ المتلقي.

◆ الخبرة المشتركة.

◆ الرسائل: الرسالة هي مضمون السلوك الاتصالي فالإنسان يرسل ويستقبل كميات ضخمة ومتنوعة من الرسائل.

◆ الوسائل (القنوات).

◆ التشويش: هو أي عائق يحول دون القدرة على الأرسال أو الاستقبال.

◆ رجع الصدى: هو إعادة المعلومات للمرسل حتى يستطيع ان يقرر ما إذا كانت الرسالة حققت اهدافها من عدمه.

وهناك أربعة طرق للنظر إلى رجع الصدى وهي:-

◆ قد يكون رجع الصدى إيجابيا ويشجع رجع الصدى الإيجابي المصدر على الاستمرار في تقديم رسائل مشابهة فهو يقوي ويدعم السلوك بشكل مطرد، أما رجع الصدى السلبي فهو لايشجع المصدر على توجيه رسائل مشابهة.

◆ رجع الصدى قد يكون داخليا ينبع من أحساس المرسل بفاعلية الرسالة وتأثيرها وقد يكون خارجيا ينبع من المتلقين.

- ◆ قد يكون رجع الصدى فوراً كما هو الحال في الاتصال المواجهي أو مؤجلاً كما هو الحال في وسائل الاتصال الجماهيرية.
- ◆ رجع الصدى يمكن ان يكون حراً يصل من المتلقي الى المرسل مباشرة وبدون عوائق أو تنقية وقد يكون مفيداً بضرورة المرور على حراس البوابة الاعلامية.
- الشروط الاساسية الواجب توافرها في المرسل هي :-
- مهارات الاتصال عند المصدر، اتجاهات المصدر، مستوى معرفة المصدر، النظام الاجتماعي والثقافي.
- الوظائف المفيدة التي يتيحها رجع الصدى للمرسل والمتلقي هي:-
- ◆ يتيح للمرسل: فرصة قياس مدى فهم الرسالة واستيعابها.
- ◆ يتيح للمتلقي: التأثير في عملية الاتصال.
- ◆ تعريف الأثر:-
- الأثر: هو نتيجة الاتصال وهو يقع على المرسل والمتلقي على السواء وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي.
- ◆ تعريف السياق (بيئة الاتصال):-
- السياق: هو كل اتصال يحدث في مكان ما لابد ان يعبر عن سياق ما.
- العوامل التي تجعل المصدر مؤثراً في اقناع جمهوره (الكسيس تان) هي:-
- ◆ المصداقية: يقصد بها المدى الذي يتم فيه رؤية المصدر كخبير يعرف الأجابات الصحيحة وينقل الرسائل بدون تحيز.
- ◆ الجاذبية: تتحقق حين يكون القائم بالاتصال قريباً من الجمهور في النواحي النفسية والاجتماعية والأيدولوجية.

♦ **السلطة (النفوذ):** الشخص في موقع السلطة يستطيع تقديم الثواب أو العقاب ويهتم بالحصول على الموافقة للرسائل التي يقدمها.

النتائج التي توصل اليها الكسيس تان بشأن فعالية المصدر هي:-

♦ تؤدي المصدقية العالية للمصدر إلى تغيير فوري لدى المتلقي أسرع من المصادر ذات المصدقية المنخفضة.

♦ لا تؤثر مصداقية المصدر على تذكر الرسالة وأن كان تقييم الرسالة يتم من ذوي المصدقية المرتفعة بشكل أفضل من ذوي المصدقية المنخفضة.

♦ الموافقة على رسائل المصدر ذي المصدقية المنخفضة لا تزداد بمرور الوقت.

♦ تؤثر الرسالة ومصدقية المصدر على الأفعال ولكن يظهر الاختلاف للتأثير الأقناعي بين المصدقية العالية والمنخفضة عندما يكون هناك تدعيم ضعيف لاستنتاجات الرسالة.

♦ المصادر المتحيزة في الغالب أقل تأثيرا من المصادر غير المنحيزة ولكنها تكون أكثر فعالية في تعزيز الآراء.

♦ المصادر الجذابة غالبا ماتكون أشد تأثيرا من المصادر غير الجذابة.

♦ القائم بالاتصال يكون أكثر اقناعا عندما يعد المتلقين بالثواب أو المكافأة أكثر مما إذا وعد بالتهديد أو العقاب.

♦ مصداقية المصدر لها تأثير أكبر من جاذبيتها ونحن نتأثر أكثر إذا كان المصدر خبيرا أكثر من كونه واحدا من رفاقنا.

♦ **عوامل فعالية الرسالة:**

من الأمور التي يجب مراعاتها في الرسالة هو سهولة استيعابها ويرتبط بهذا خمسة متغيرات اسلوبية حددها جورج كليمر وهي:-

♦ القابلية للاستماع (الأنسماعية) أو القابلية للقراءة (الأنقرائية) وهي صفات ترتبط بفهم الرسالة.

- ◆ أن تتضمن الرسالة اهتمامات المتلقي ومصالحة.
- ◆ تنوع المفردات ويعني ذلك تجنب تكرار الكلمات.
- ◆ الواقعية.. أي التعبير عن الواقع وتجنب استخدام التجريد سواء في الأحداث والظروف والمواقف.
- ◆ القابلية للتحقق ومعناها اشتغال الرسالة على جمل وعبارات عملية يمكن اختبارها والتأكد منها في الواقع.
- ◆ **الاستمالات الرئيسية المستخدمة في الرسائل هي:-**
- ◆ **الاستمالة العاطفية:** وتشمل ايجاد مشاعر ملائمة لدى المتلقي من خلال مخاطبة المشاعر والقيم والعواطف.
- ◆ **الاستمالة العقلية:** تستخدم المنطق والشواهد التجريبية لتأييد الرسالة.
- ◆ **استمالة التخويف:** وهي تخاطب غريزة الخوف عند المتلقي.
- ◆ **خصائص الرسالة الفعالة هي:-**
- ◆ الرسائل ذات النتائج الواضحة أكثر فعالية من الرسائل ذات النتائج الضمنية في تغيير آراء المتلقين.
- ◆ تزداد قابلية التغيير في الآراء عندما تناقش الرسالة معلومات سارة ومتفق عليها عند المرسل والمتلقي.
- ◆ المواد التي تبدأ بها الرسالة هي التي يتم تعلمها بشكل أفضل ويتلوها بعد ذلك المواد التي تأتي في النهاية أما التي تأتي بالوسط فإنها الأقل منزلة من حيث التعلم.
- ◆ ترتبط فعالية الرسالة بعرضها لجانب الموضوع أو جانبي الموضوع بالجمهور والمصدر والخصائص الأخرى للرسالة.
- ◆ تتساوى الفعالية في الاعلانات التي تقارن بين سلعتين والاعلانات غير المقارنة.
- ◆ تكرار التعرض للرسالة يؤدي إلى زيادة الموافقة على ماتطرحه من أفكار والتكرار الزائد جدا قد يقلل الموافقة حيث يؤدي إلى التبرم والتخمة.

- ◆ يزداد التعلم مع تكرار الرسالة.
- ◆ زيادة فهم الرسالة يؤدي إلى زيادة الاتفاق بين المتلقين مع ماتوصى به الرسالة.
- ◆ لا يوجد إختلاف بين تأثير الاستمالات العاطفية والاستمالات العقلية في الاقتناع.
- ◆ الاستمالة المتوسطة للخوف تكون أكثر تأثيرا في تحقيق الأذعان من استمالات الخوف المرتفعة أو المنخفضة.

تكون الاعلانات المقارنة اكثر فعالية في الأحوال التالية :-

- ١- عندما تكون السلعة المعلن عنها لها سوق ضئيل أو إذا كانت سلعة جديدة.
- ٢- إذا كانت السلعة لها خاصية التفوق وكذلك إذا كانت ذات معنى يمكن استعراضه واثباته.
- ٣- إذا لم يكن للجمهور المستهدف أفضليات سلعية ثابتة.
- ٤- إذا كان للاعلان المقارن ابتكارية مميزة من حيث صنف السلعة.

◆ عوامل فعالية الوسائل الاعلامية:-

- ◆ الوسائل الحية المسموعة والمرتبة تكون عموما أكثر الوسائل فعالية في تغيير الاتجاهات.
- ◆ تكون الرسائل المكتوبة أسهل في التعلم والتذكر من الرسائل المسجلة صوتيا أو بالصوت والصورة وخصوصا إذا كانت الرسائل معقدة وإذا قيس التذكر بعد تقديم الرسالة .
- ◆ يتفاعل شكل الاتصال مع درجة تعقيد الرسالة في تحديد تغير الاتجاهات عند المتلقين.
- ◆ عندما تكون الرسالة صعبة فان قدرة المتلقين على فهم الرسائل المكتوبة تكون أفضل من القدرة على فهم الرسائل المسموعة أو المرتبة.

- ♦ يتفاعل شكل الاتصال مع درجة مصداقية المصدر في تحديد تغيير اتجاهات المتلقين وعند استخدام التلفزيون تكون الثقة بالمصادر أكثر فعالية في تغيير الاتجاهات من استخدام الراديو أو الطباعة
- ♦ يتفاعل المتلقي مع التلفزيون أكثر من تفاعله مع الراديو ويتفاعل مع الراديو أكثر من المواد المطبوعة.

♦ عوامل فعالية المتلقي:-

- ♦ ليس بالضرورة أن يتجنب الناس المعلومات التي تناقض آرائهم واختياراتهم وسلوكهم.
- ♦ الإدراك غالبا ما يكون ذاتيا فنحن لدينا إتجاه لتنظيم ظروفنا حتى عندما تكون المعلومات الملائمة غير متاحة.
- ♦ يمكن تقديم تصورات الرسائل الدقيقة والمرغوبة.
- ♦ هناك دلائل على أن المتلقين يعيرون انتباها للرسائل التوعيمية أكثر من ميلهم للرسائل المعارضة لآرائهم.
- ♦ لكي يحقق القائم بالاتصال نجاح الرسائل ذات الطبيعة الخلفية مع المتلقين يقوم بتعديل الرسائل للتقليل من الاختلافات بين تطرف الجمهور ولتأكيد أوجه الشبه بين أفرادهم وتتيح هذه الاستراتيجية قبول الجمهور للرسائل.

طرق تقديم تصورات الرسائل الدقيقة والمرغوبة:-

- ١- استخدام الأشياء والتصنيفات المألوفة للجمهور.
- ٢- إقامة روابط إيجابية مع الجمهور منذ التفاعل الاتصالي المبكر معهم.
- ٣- استخدام رموز الرسالة التي يمكن أن يفهمها الجمهور بسرعة.

♦ تصنيف (دينيس هوويت) لجمهور المتلقين:-

- ♦ **الجمهور العنيد:** هو الذي لا يستسلم تماما لوسائل الاعلام التي تسعى إلى تغيير آراء ومواقف واتجاهات الجمهور والسيطرة عليه ، ووسائل الاعلام ليس لها قوة اقناعية كبيرة لتغيير عقول الناس وذلك بسبب عوامل الانتقائية التي تؤثر على فعالية وسائل الاتصال

وتتمثل في (التعرض الانتقائي، الإدراك الانتقائي، التذكر الانتقائي).

♦ **الجمهور الحساس:** وسائل الاعلام لا تؤثر في كل فرد وإنما هناك بعض الأفراد يتأثرون بوسائل الاعلام أكثر من غيرهم مثل الأطفال، المراهقين والشباب والنساء وكبار السن وهذا النوع من الجمهور يطلق عليه الجمهور الحساس.

♦ **الجمهور اللامبالي:** هو الجمهور الذي لا يقف موقفا رافضا مثل الجمهور العنيد ولا موافقا مثل الجمهور الحساس، يتعامل مع الرسائل الاعلامية بأهمال تام ولا مبالاة وهو جمهور غير معني بالرسالة على عكس الجمهور العنيد الذي يهتم الرسالة ولكنه لا يستجيب لها والجمهور الحساس الذي يتأثر بسهولة أكبر بوسائل الاعلام .