

3-أنواع الجمهور وسائل الإعلام والاتصال:

هناك العديد من الأنواع للجمهور لعل من أهمها:

1-أنواع الجمهور حسب وسائل الإعلام والاتصال:

جمهور القراء بمجموع الأشخاص الذين تتوفر لديهم وفيهم مواصفات معينة ليشاركوا في التعرض لقراءة رسائل إعلامية مكتوبة تنشرها الصحافة المكتوبة الورقية بكل أنواعها اليومية , الأسبوعية, المجلة... الخ"

جمهور المستمعين بمجموع الأشخاص الذين تتوفر لديهم وفيهم مواصفات معينة ليشاركوا في التعرض قصد الاستماع إلى رسائل إعلامية مسموعة تبثها الإذاعة عبر الأثير "

جمهور المشاهدين بمجموع الأشخاص الذين تتوفر لديهم وفيهم مواصفات مختلفة ليشاركوا في التعرض قصد مشاهدة رسائل إعلامية سمعية ومرئية تبثها وسائل إعلامية مثل : السينما والتلفزيون عبر الأقمار الاصطناعية "

جمهور الواب (Web Audience): ويشمل مجموع يستخدمون الشبكة العالمية العنكبوتية في اتصالاتهم دون تحديد طبيعة الخدمة التي تقدمها هذه الشبكة والتي يستفيد منها المستخدم مثل البريد الالكتروني، الحوار والدرشة أو فقط الإبحار الافتراضي عبر مختلف المواقع، ويمكن أن يسمى "الجمهور المبحر".

- مستخدمو الانترنت (Internauts): ويعني كل الأشخاص الذين يتعاملون مع الانترنت بصرف النظر عن موقعهم ومكانتهم في العملية الاتصالية الرقمية، متلقي أو مرسل، وهو ما يشير إلى اختفاء الحدود بين المرسل والمتلقي وتبادل الأدوار بفضل الاتصال الرقمي (Digital Communication).

- جمهور على الخط (Online-Audience): وهو الجمهور الذي تتوفر فيه جميع مواصفات الشكلين السابقين مع إمكانية التفاعل المباشر، القادر على تبادل الأدوار بفضل الشبكات الاجتماعية أو غرف الدردشة، أي الجمهور الفعال المتفاعل فوراً، في اللحظة الزمنية الراهنة، أي أن زمن الإرسال=زمن الاستقبال (St=Rt)، وهو يتلقى في هذه الخاصية مع جمهور الحصص المباشرة في وسائل الإعلام التقليدية، الإذاعة والتلفزيون.

- الجمهور الإلكتروني (e-Audience): وينسب على وسائل الإعلام الإلكترونية سواء التقليدية المشبكة أو الإلكترونية فقط.

- الجمهور ذو القدرة على التواجد الكلي في كل مكان وزمن (U-Audience)، ويتضمن كل أشكال جمهور الوسائط الجديدة الذي يمكنه أن يتعرض ويتفاعل، في كل مكان يكون فيه، مع الرسالة الإعلامية التي ترسل من أي مكان.

2-أنواع الجمهور حسب المجال:

الجمهور العام: هو أكثر حجما من التجمعات الأخرى أعضاؤه أكثر تبعثرا ، متباعدين في المكان و أحيانا في الزمان و لكنه ذو ديمومة أكثر يتشكل حول قضايا مختلفة في شتى المجالات مشتركة من الحياة العامة فهو يتميز بوجود جماعات نشطة متفاعلة و مستقلة في وجودها على الوسيلة الإعلامية التي تعمل من خلالها. الجمهور الخاص: هو الجمهور الذي يجمع أفراده بعض الاهتمامات أو الحاجات أو الاتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور مثل القراء لجريدة رياضية ما ,حيث يصبح من بعد ذلك يسمى بجمهور رياضي

3-أنواع الجمهور حسب درجات مساهمته:

قدم الباحث الأمريكي كلوز تحليلا عدديا للجمهور حسب درجات مساهمته , حيث قسم الجمهور إلى أربعة أنواع تتمثل فيما يلي:

-الجمهور المفترض: هو مجموع السكان المستعدين لاستقبال عرض وحدة اتصال أي الذين يملكون الوسائل المادية و التقنية التي تمكنهم من استقبال الرسائل الإعلامية لوسيلة معينة و من هنا فإن كل من يمتلكون أجهزة استقبال تلفزيون أو إذاعة يشكلون الجمهور المفترض لهما و الجمهور المفترض للصحيفة يقاس بعدد نسخ السحب أما جمهور الواب المفترض حسب هذا المنظور فهو أكثر تعقيدا لأنه يتطلب توفر جهاز كمبيوتر و خط هاتفي و مودام إلى جانب اشتراك في الانترنت.

-الجمهور المتعرض:و هو الذي يتلقى الرسالة الإعلامية بصرف النظر عن إدراكها و عن الموقف الذي يتخذه منها فهناك من الجمهور من يستجيب للرسالة الإعلامية و هناك من يتجاهلها تبعا لتطابقها مع احتياجاته و مصالحه المادية و اهتماماته الفكرية و الثقافية.

-الجمهور الفعال :وهو الجمهور الذي يتفاعل و يستجيب للرسالة الإعلامية و هو الجمهور المستهدف من خلال الإعلانات التجارية و الدعوات الانتخابية و هو الجمهور الذي يحاول المرسل كسب وده أو حياده. -الجمهور الفعلي:هو جمهور يكون مجموع أفراده الذين استقبلوا فعلا العرض الإعلامي مثل المواطنين على برنامج تلفزيوني أو المستمعين المداومين على حصة إذاعية معينة أو قراء صحيفة أو زوار موقع الكتروني.