

المحاضرة الثالثة فى مقياس مدخل الى علوم الاعلام والاتصال للسنة الثانية اعلام

الشروط الأساسية لوجود الاتصال الجماهيري:

يوضح الباحث العربي صالح أبو صبيح في كتابه الاتصال الجماهيري انه هو عملية الاتصال التي تتم باستخدام وسائل الاعلام الجماهيرية ويتميز الاتصال الجماهيري في قدرته على توصيل الرسائل الى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات والافراد غير معروفين للقائم بالاتصال تصلهم الرسالة في اللحظة نفسها وبسرعة مدهشة مع مقدرة على خلق راي عام وعلى تنمية اتجاهات وانماط من السلوك غير موجودة أصلا والمقدرة على نقل المعارف والمعلومات والترفيه. وتشمل وسائل الاعلام الجماهيري على تلك الوسائل التي لها مقدرة على نقل الرسائل الجماهيرية من مرسل الى عدد كبير من الناس وتتمثل مقدرتها الاصلية باستخدام معدات ميكانيكية والكترونية مثل الصحف والمجلات والكتب والسينما والراديو والتلفزيون وقد نمت وتطورت هذه الوسائل في ظل ظروف تاريخية واجتماعية ودولية.

تحتاج وسائل الاتصال الجماهيري كي تنمو وتزدهر في أي مجتمع من المجتمعات الى وجود بعض الشروط الأساسية الواجب توافرها فيها ومن ضمن هذه الشروط يمكننا الإشارة الى:

أولاً: وجود قاعدة اقتصادية متينة توفر التمويل اللازم للحصول على تكنولوجيا الاتصال كالمطابع ومحطات الإذاعة والتلفزيون كذلك توفر البنية الأساسية اللازمة مثل شبكة الطرق والنقل والكهرباء مما يسهل عمليات التوزيع للوسائل المطبوعة والبث للإذاعتين المسموعة والمرئية

ثانياً: وجود قاعدة عملية وثقافية في المجتمع بحيث يكون بإمكانها انتاج المعلومات وتوزيعها واستهلاكها ويدخل في هذا المجال زيادة التعليم بين افراد المجتمع فالعلاقة بين المستوى العلمي والثقافي تتناسب طرديا مع تقدم وسائل الاعلام الجماهيري ومع زيادة حجم استهلاك الجمهور لها، فعلى سبيل المثال نجد ان توزيع الصحف والمجلات والكتب ينحدر انحدارا كبيرا في المجتمعات التي تسود فيها الامية بينما يزداد التوزيع بازدياد نسبة التعليم.

ثالثاً: قدر معقول من الكثافة السكانية في المجتمع ذلك ان وسائل الاعلام الجماهيري ذات تكلفة باهظة وتشغيل تلك الوسائل بفعالية يحتاج الى كثافة سكانية يمكنها ان تستهلك نتاج الوسائل الإعلامية ويمكننا ان نفهم لماذا يمكن ان تنجح جريدة محلية في المدينة بينما يمكن ان تفشل

جريدة محلية في القرية ذلك ان ضمان استمرارها يتمثل في المقدرة على تغطية تكاليفها والتي تتحقق بحد أدنى من التوزيع مما يضمن لها كذلك سوقا جديدة للإعلانات.

رابعا: توفر مناخ ملائم من حرية الراي في المجتمعات التي تتيح المجال لإظهار الراي والراي الاخر وحرية التعبير، نجد ان وسائل الاعلام أكثر تقدما وأكثر تعبيراً عن مصالح الناس وأرائهم مما يوفر لهذه الوسائل شعبية بحيث يكون لها جمهور واسع يدعم وجودها ويعطيها مبررا للبقاء وللبحث عن سبل تقدمها وتطوير أدائها

خامسا: الإمكانيات التكنولوجية المتاحة للاتصال سواء اكانت متمثلة بالهاتف او الأقمار الصناعية او المطابع وان توافرها سيسهم في دعم وتطوير عملية الاتصال الجماهيري

خصائص الاتصال الجماهيري:

تؤثر وسائل الاتصال في الافراد والمجتمعات سواء اكان بشكل مباشر او غير مباشر غير ان الاتصال الجماهيري يختلف عن أنواع الاتصال الأخرى من عدة نواحي هي:

1 يعتمد الاتصال الجماهيري على التكنولوجيا او وسائل النقل سواء كانت ميكانيكية ام الكترونية مثل الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون والسينما او توليفة من كل ذلك بهدف نشر الرسائل الإعلامية على نطاق واسع وبسرعة كبيرة الى الجماهير المتناثرة ويغير استخدام كل وسيلة من طبيعة الاتصال الى حد ما.

2 يعمل الاتصال الجماهيري على تقديم معاني مشتركة لملايين الأشخاص الذين لا يعرفون بعضهم بعضا معرفة شخصية فالمساحات الشاسعة والتمايز بين الجماهير يجعل الاتصال الجماهيري مختلفا عن أنواع الاتصال الأخرى فالمرسل والمستقبل لا يعرف كلاهما الاخر معرفة حقيقية.

3 تتسم المصادر في الاتصال الجماهيري بكونها ناتجة من منظمات رسمية مثل الشبكات فهو عبارة عن انتاج جماعي عادة ما يتسم بالبيروقراطية التي تستهدف تحقيق الربح او كسب الولاء مهما كانت الظروف.

4 تتسم رسائل الاتصال الجماهيري بالعمومية حتى تكون مقبولة ومفهومة من الجماهير المتعددة.

5 يتم التحكم في الاتصال الجماهيري من خلال العديد من حراس البوابة الإعلامية، ففي حين

يتحكم شخص واحد في طبيعة الرسالة المنقولة في حالة الاتصال الموجهي الا انه في حالة الاتصال الجماهيري يوجد مجموعة من الأشخاص الذين يتحكمون في شكل ومحتوى الرسائل التي تنقلها وسائل الاعلام.

6 يكون رجع الصدى متأخرا في الاتصال الجماهيري عن أنواع الاتصال الأخرى وسواء كان رجع الصدى ناقصا ام بطيئا فانه يقلل من فرصة التعرف على جدوى الرسالة وتأثيرها بالنسبة للمرسل والمستقبل.