

الإعلام الجماهيري (العام) والإعلام المتخصص:

الاتصال الجماهيري يعني الاتصال بجماهير غفيرة وعريضة ومتباينة، تصلهم الرسالة الإعلامية ويتميز بمقدرته على الاتصال وتوصيل الرسالة للجمهور، ولأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال، تصلهم الرسالة في نفس اللحظة وبسرعة فائقة، بينما الإعلام المتخصص له سماته ومحدداته المختلفة فهو إعلام محدد بمجال معين وفئة معينة، وهدفه تلبية احتياجات هذا الجمهور وأن كان قليل من حيث العدد، ونعرض مقارنة بين الإعلام العام أو الجماهيري والإعلام المتخصص من خلال مكونات العملية الاتصالية: (القائم بالاتصال- المتلقي- الخبرة المشتركة- الرسالة- الوسائل أو القنوات- الهدف أو الأثر- رجع الصدى):

أولاً: القائم بالاتصال في الإعلام العام لا يعرف جمهوره بشكل محدد، لأنه متباين وعريض وكبير الحجم، بينما القائم بالاتصال في الإعلام المتخصص يعرف جمهوره بشكل دقيق ومحدد، لأن القائم بالاتصال هنا يعرف احتياجات واهتمامات ومتطلبات جمهوره من خلال دراسات ميدانية تجريها الوسيلة.

ثانياً: المتلقي في الإعلام العام أو الجماهيري لا يعرف القائم بالاتصال المتلقين بشكل دقيق مستوى نجاح الرسالة الإعلامية ضعيف في الوصول والتأثير على أفكار ومعارف الجمهور، بينما في الإعلام المتخصص يعرف القائم بالاتصال متلقيه بشكل دقيق وهم قد يكونوا أطفال أو عمال، أو ممن يهتمون بمادة إعلامية محددة كمواد الدراما وغيرها.

ثالثاً: الخبرة المشتركة لا تتوفر في الإعلام الجماهيري؛ القائم بالاتصال لا يعرف جمهوره بسبب حجمة الكبير وبالتالي لا يوجد خبرات مشتركة بين القائم بالاتصال والمتلقي، وهنا يكتفي الإعلام الجماهيري بمعرفة العادات والتقاليد والثقافة السائدة في المجتمع، ولكنه لا يعرف الجمهور بشكل متعمق، بينما تكون الخبرات المشتركة متوفرة بشكل كبير في الإعلام المتخصص لأن القائم

بالاتصال على علم باحتياجات ورغبات جمهوره، وبالتالي هدفه الوصول إلى هذه الجماعات التي هو على علم بأنماط حياتها من خلال الدراسات التي يجريها.

- . رابعا: الرسالة في الإعلام الجماهيري تكون معه لجمهور غير محدد لا يعرفه القائم بالاتصال بشكل جيد، بينما تكون الرسالة في الإعلام المتخصص تلبية لرغبات وأذواق واهتمامات جمهور محدد وذلك من خلال المعرفة المتعمقة بين القائم بالاتصال وجمهوره.
- . خامسا: الوسيلة أو القنوات في الإعلام الجماهيري الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون عامة ويمكن أن تكون متخصصة من خلال ملاحق أو مواد بعينها، بينما الوسيلة في الإعلام المتخصص قد تكون تقليدية أو جديدة كوسائل الاتصال الجديدة التي أفرزتها ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال من وسائط متعددة ومن خلال الانترنت.
- . سادسا: الهدف أو الأثر يهدف الإعلام الجماهيري إلى مصلحة عامة للجمهور كالحملات الإعلامية من توعية وغيرها وخدمات للجمهور غير المتناهي، بينما يكون الهدف من الإعلام المتخصص قد تكون مصلحة عامه في بعض الأحيان ولكن هدف الإعلام المتخصص بالأساس مصلحة خاصة لجمهور محدد من خلال مضامين محددة.
- . سابعا: رجوع الصدى لا ترجع المعلومات بشكل دقيق للقائم بالاتصال في الإعلام الجماهيري فبالنتالي لا يستطيع القائم بالاتصال التعرف على مدى نجاح الرسالة الإعلامية بشكل جيد، بينما ترجع المعلومات بشكل دقيق وسريع للقائم بالاتصال في الإعلام المتخصص وبالتالي

يعرف القائم بالاتصال ان كانت استطاعت أن تلي
احتياجات الجمهور أم لا وبالتالي التشجيع على
الاستمرار في هذه الرسالة أو لا بناء على رجع الصدى
المرتد من الجمهور