

وفي ضوء هذه المعايير يتحقق ما يأتي :

- أ- تتم عملية تحديد المضامين الإعلامية ( وأية موضوعات يجب أن تعالج، وما هي المضامين التي يجب إيصالها، وما هي الأهداف التي يجب تحقيقها).
  - ب- تحديد أساليب ومستويات معالجة الموضوعات .
  - ت- تحديد المداخل الإقناعية واليات التأثير المناسبة .
  - ث- تحديد الشكل الذي تظهر فيه المادة إخراجاً وتقديمياً وعرضاً .
- ❖ خصائص جمهور الإعلام المتخصص :

يمكن من مراجعة دقيقة لمعظم المعطيات السابقة المتعلقة بجمهور الإعلام العام، يتبين لنا أنها تنطبق إلى حد ما على جمهور الإعلام المتخصص، إلا أنه من الممكن تحديد خصائص متميزة لهذا الجمهور يمكن تحديد أهمها على النحو التالي<sup>(٣٣)</sup>:

- أ- جمهور محدد : إن شخصية الوسيلة الإعلامية المتخصصة تحدد جمهورها، وأحد أهم السمات الهامة للإعلام المتخصص؛ هي المقدررة على التعرف على الجماعات المحددة، والوصول إليها ومخاطبتها، ولذلك غالباً ما يتميز جمهور الإعلام المتخصص، بأنه جمهور محدد بقدر كبير من الوضوح والدقة، على وفق معيار أو أكثر من المعايير السابقة المشار إليها، ولكن درجة تحديد هذه الجمهور تختلف على وفق لدرجة تخصص هذا الإعلام، فالمجلة الرياضية العامة، جمهورها هو الجمهور الرياضي العام أما المجلة الرياضية المتخصصة بكرة القدم مثلاً، فإن جمهورها يصبح أكثر تحديداً وهو أساس الكتلة من الجمهور الرياضي الأكثر اهتماماً بكرة القدم.
- ب- جمهور ضيق : يتميز جمهور الإعلام المتخصص غالباً بأنه محصور في إطار ضيق، وهو إطار موضوع متخصص وان مجلة مخصصة للصيدلة مثلاً يكون جمهورها محصوراً في الصيدلة على الأغلب الأعم .
- ت- جمهور معروف سلفاً: غالباً ما تعرف الوسيلة الإعلامية المتخصصة جمهورها، وبالتالي فإن مهمتها تقتصر على مخاطبته والوصول إليه، في حين أن الوسيلة الإعلامية العامة غالباً ما تصنع هي جمهورها، وبذلك يكون جمهور الإعلام المتخصص معروفاً، في حين أن جمهور الإعلام العام غالباً ما يكون افتراضياً، وأن مجلة متخصصة موجهة للمهندسين المعماريين أو الزراعيين أو الحلاقين، نعرف جمهورها، وحدوده، ونطاقه، كما نعرف الكثير من الحقائق عنه.
- ث- جمهور نوعي : يتميز جمهور الإعلام المتخصص بأنه جمهور نوعي وليس جمهوراً عاماً، ولهذا قد يكون عدده محدوداً، ولكنه أكثر فاعلية في حياة المجتمع، لأنه يضم الخبراء والاختصاصيين وغالبية قادة الرأي العام في مجال الاختصاص .
- ج- جمهور معني وجاد : لا يتعرض جمهور الإعلام المتخصص إلى وسائل الإعلام المتخصصة بدافع الترفيه والتسلية وتمضية الوقت، كما هو الحال لدى شرائح متعددة وواسعة من جمهور الإعلام العام، بل هو جمهور معني بموضوع الاختصاص، وجاد في نظرته لوسيلة الإعلام المتخصصة، ويتعامل معها بقدر كبير من الجدية، لأنه يبحث فيها عن إشباع لحاجات إعلامية محددة .
- ح- جمهور يمتلك خبرة اتصالية غنية : غالباً ما يمتلك جمهور الإعلام المتخصص خبرة اتصالية غنية، ناتجة عن حرصه على المتابعة، ذلك الحرص الذي يدفعه إلى التعرض لوسائل إعلامية مختلفة .

خ- جمهور يمتلك حاجات إعلامية متعددة ومتنوعة : إن نوعية جمهور الإعلام المتخصص وخبرته الاتصالية وجديته، تحدد سمته كجمهور نشط وقاعل، وبالتالي؛ فإن تعرضه للخطاب الإعلامي ليس سلبياً، وإنما ايجابياً، بمعنى انه يبادر إلى التعرض، ويفعل ذلك من اجل تحقيق هدف، وهذا الهدف هو إشباع حاجة إعلامية معينة، ومن الثابت علمياً أن تعدد الحاجات الإعلامية وتنوعها، يرتبط طردياً مع ارتفاع مستوى الجمهور التعليمي والثقافي والحضاري وزيادة خبرته الاتصالية.

د- جمهور يمتلك موقفاً نقدياً : إن خبرة واختصاص ونوعية وجدية جمهور الإعلام المتخصص ( وخاصة المطبوع منه )، تجعله يقف موقفاً نقدياً قوياً إزاء الخطاب الإعلامي الذي يتلقاه، وهذا يعني أن من الصعوبة بمكان الوصول لهذا الجمهور، ومن الصعوبة أكثر التأثير، فيه وغالبا ما يوصف هذا الجمهور بأنه جمهور "عنيد" لأنه لا يتأثر بسرعة، ولا ينقاد بسهولة .

#### ⊗ الانعكاسات الإعلامية لخصائص الجمهور

إن وجود أنظمة معيارية متعلقة باستعمال وسائل الإعلام، تبدو للوهلة الأولى متعارضة مع الرأي القائل بأن وسائل الإعلام وجدت لنشاط إضافي لملء أوقات الفراغ، حيث أن طبيعة هذه الوسائل (السمعية البصرية) ترفيهية تخاطب الجمهور العام وهو في حالة استرخاء آخر النهار، وتاريخياً ارتبط ظهور هذه الوسائل جزئياً بالحاجة إلى ملء أوقات الفراغ بعد انخفاض ساعات العمل بفضل التطور التكنولوجي، وهي بالتالي ليست لها التزامات اجتماعية، إلا أن الحال يختلف مع الجمهور المتخصص فقد انعكست خصائصه على الجوانب المختلفة من الإعلام المتخصص، وبات من الثابت علمياً أن حاجات الجمهور تعدت ملء الفراغ إلى تلبية حاجات أخرى متعددة يكون للإعلام المتخصص دور في إشباعها في ظل قدرته على الاستجابة لخصائص جمهوره بشكل خلاق ومبدع، وعلى وفق الظروف والمعطيات الملموسة للوسائل والجمهور والمجتمع .

ولكن كيف يمكن تحديد مميزات الإعلام المتخصص من زاوية الجمهور المتخصص؟ أي بأي شكل يراه، وهذه الرؤية لا تخرج به عن السمات الآتية<sup>(٢٤)</sup>:

أ- مع الإقرار بالاحتفاظ بالطابع الاخباري، إلا أن الطابع العام والغالب على الإعلام المتخصص هو الطابع التثقيفي .

ب- إن الأنواع الصحفية الأكثر استخداماً في الإعلام المتخصص هي الأنواع ذات الطابع الفكري الذي يحمل مضامين وأفكار وقيم، أي أنه يهتم بالرأي في المقام الأول.

ت- لا يستخدم الإعلام المتخصص التغطية الإخبارية السريعة والسطحية، بل غالباً ما يستخدم التغطية الإخبارية العميقة والشاملة؛ أي التغطية الاستقصائية أو التفسيرية، بهدف إشباع حاجات الجمهور المتخصص.

ث- يستخدم الإعلام المتخصص في الغالب أساليب معالجة، تعتمد على التحليل واستخدام الوقائع والأدلة والبراهين والحجج، وهذا ما سنتعرف عليه في عرضنا لموضوع التحليل السياسي لاحقاً .

ج- يستخدم الإعلام المتخصص استراتيجيات ومداخل إقناعية مناسبة لتوعية جمهوره ويحرص على تقديم تغطية متوازنة ومعالجة تتضمن وجهات نظر متعددة وبيّتد عن أسلوب الاقتصار على تقديم رأي واحد أو وجهة نظر واحدة .

ح- يستخدم الإعلام المتخصص في الأعم والأغلب استمالات ذهنية ومنطقية، وندراً ما يستخدم الاستمالات الانفعالية أو العاطفية.

خ- يحرص الإعلام المتخصص على الفصل بين المعلومة والرأي يقدم المعلومة بشكل مستقل ومنفصل عن الرأي ويعطي لمتلقيه فرصة التعامل مع المعلومة بحرية أكبر.

د- يستخدم الإعلام المتخصص آليات تأثير مناسبة لموضوعه وجمهوره ويتعد عن تلك الآليات المستخدمة في الإعلام الجماهيري العام وخاصة الشعبي منه والواسع الانتشار.

ذ- لا ينحصر اهتمام الإعلام المتخصص بالمضامين التي يقدمها فقط بل يهتم أيضاً بالأشكال التي يستخدمها في عملية تقديم هذه المضامين، وفي أساليب العرض والتقديم والإخراج، وهو يعرف كيف يستخدم الأشكال المناسبة للمضامين، بحيث تكون هي العامل الحاسم والمحدد في علاقة (الشكل والمضمون)، وذلك بالرغم من استحالة فصل الشكل عن المضمون، نظراً لأن الشكل هو مضمون ثان، ولكل مضمون شكله المناسب.

#### تاسعاً: عناصر الاتصال في الإعلام المتخصص

يعني الإتصال الجماهيري بعملية الإتصال بجماهير كبيرة 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 ولفنة معينة، وهدفه تلبية احتياجات هذا الجمهور وإن كان قليلاً من حيث العدد، وفي مقارنة بسيطة بين الإعلام العام أو الجماهيري والإعلام المتخصص من خلال مكونات العملية الاتصالية: (القائم بالاتصال، المتلقي، الخبرة المشتركة، الرسالة، الوسائل أو القنوات، الهدف أو الأثر، التغذية الراجعة):

١. القائم بالاتصال: في الإعلام الجماهيري العام لا يعرف جمهوره بشكل محدد، لأنه متباين وعريض وكبير الحجم، بينما القائم بالاتصال في الإعلام المتخصص يعرف جمهوره بشكل دقيق ومحدد، ويعرف احتياجات واهتمامات ومتطلبات جمهوره من خلال دراسات ميدانية تجريها الوسيلة المتخصصة بشكل دوري.

٢. المتلقي: في الإعلام العام أو الجماهيري لا يعرف القائم بالاتصال المتلقين بشكل دقيق، وبالتالي يكون 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 ومعروفة سلفاً للقائم بالاتصال المتخصص.

٣. الخبرة المشتركة: لا تتوفر في الإعلام الجماهيري، لأنه كما ذكرنا من قبل أن القائم بالاتصال لا يعرف جمهوره بسبب حجمه 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 الجماعات التي هو على علم بأنماط حياتها من خلال الدراسات التي يجريها.

بالموضوع الذي يكتبون فيه، وهذا لا يلغي دور المحرر بل يصنع إعلاميين ومتخصصين على وفق لنوع الإعلام والتخصص الذي يعمل فيه. فضلاً عن تجديد فنون الإخراج الإعلامي وأساليبه إذ أن كل تخصص يحتاج إلى أسلوب إخراج يلائم نوع التخصص، فإخراج موضوع نسائي يختلف عن إخراج موضوع للأطفال أو موضوع أدبي أو علمي، كل نوع من هذه الموضوعات له أسلوبه وفنونه الخاصة سواء من ناحية استخدام الألفاظ والصور، وغير ذلك من الأساليب الخاصة بالإخراج الإعلامي.

ت- الجمهور النوعي المتخصص: هناك مجموعة من العوامل الواجب توفرها بين جمهور الوسائل الإعلامية لتحقيق التخصص الإعلامي، وتعميق التفاعلية، منها إتاحة التعليم، ورفع المستوى الاقتصادي والاجتماعي، وضخامة حجم السكان، إضافة إلى توفر أوقات الفراغ، وعلى الإعلامي المتخصص أن يعرف طبيعة جمهوره، وتصنيفاته بين جمهور متقف ثقافة متوسطة، وجمهور متقف ثقافة عالية، وجمهور متخصص عام.

#### أحد عشر: فاعلية الإعلام المتخصص

إن تقييم فاعلية وتأثير الإعلام المتخصص في المجتمع يتطلب الخبرة والمعرفة المسبقة لإمكانيات كل وسيلة إعلامية، ومعرفة بالمؤسسات التي تدعمها ومستوى الخبرات البشرية التي تتولى الدور القيادي في هذه المؤسسات الإعلامية المتخصصة، ويمكن أن نحدد مجموعة عناصر أساسية تسهم في تفعيل دور هذه المؤسسات وزيادة تأثيرها في الجمهور وهي كما يأتي:

١- الارتقاء بالبناء المؤسسي لوسائل الإعلام المتخصصة من قنوات وبرامج وكتب وصحف ومجلات، بما يتلاءم مع روح التخصص التي تعتبر إحدى السمات الأساسية لهذا العصر، وكذلك التحديد الدقيق والواعي لإمكانيات الوسيلة المتخصصة، ومراعاة خصائص كل وسيلة ومدى ملائمتها لمعالجة قضايا وموضوعات معينة من حيث نوع الرسالة، ومصدرها وخصائص الجمهور المستهدف.... وما إلى ذلك.

٢- المعرفة الدقيقة بالجمهور المتلقي لمضامين الوسيلة المتخصصة، وإطاراتهم المرجعية، واهتماماتهم التي تحدد درجة تقبلهم لما يقرءون ويسمعون ويشاهدون، وضمان تحقيق مشاركة فاعلية للجمهور، لأن دور الإعلام في التأثير بالجمهور لم يعد موضع شك، إلا أن درجة التأثير ترتبط ارتباطاً كبيراً بالفروق الأساسية بين البشر.

٣- بناء مادة إعلامية أكثر عمقاً وتخصصاً: لأن أداء وسائل الإعلام المتخصصة تتسم بالعمق والدقة والتحليل، والحرص على توخي سبل الإقناع في بناء الرسالة، فهي مسنولة عن تقييم المعلومات لجمهور مستواه أعلى وأرقى من الجمهور العام، ومن ثم طبيعة هذا الجمهور مختلفة إذ يحتاج إلى معلومات علمية وثقافية أكثر عمقاً، عكس وسائل الإعلام العامة التي تتسم بالبساطة والمباشرة.

٤- التخطيط العلمي الدقيق للدور المنتظر أحداثه في المجال المتخصص، أي ضرورة اعتماد الدراسات والبحوث في آليات عمل الوسائل الإعلامية المتخصصة، وتجنب العشوائية أو التقديرات الجزافية.

- ٥- تحديد طبيعة النظام السياسي والاجتماعي والثقافي والاقتصادي السائد، ونوع واحتياجات كل مجتمع لوسائل إعلامه والدور المنتظر منها، ذلك أن دور الإعلام في التأثير يتوقف إلى حد كبير، على وضعية وسائل الإعلام من نظام إلى آخر، وهي مسألة تختلف من مجتمع إلى آخر.
- ٦- ضرورة بناء ملاكات إعلامية متخصصة حسب المجالات المختلفة، ودعمها بالخبرات الاحترافية والمهنية والدراسة الأكاديمية، والإلمام العلمي بالمجالات المعرفية المتخصصة.
- ٧- الاهتمام بالتدريب والتأهيل المستمر للإعلاميين العاملين في مجالات الإعلام المتخصص، والحرص على احتكاكهم بالعلماء والخبراء في المجالات المتخصصة من خلال المؤتمرات وورش العمل وحلقات النقاش التي تجمع الإعلاميين بالعلماء في مختلف المجالات، وبذلك تتكون لديهم قاعدة معرفية متخصصة، وعلى المدى البعيد فإن الأمر يتطلب الاهتمام ببرامج التدريس في الكليات والمعاهد الإعلامية المتخصصة وعلى مستوى الدراسات العليا، بفتح المجالات أمام الخريجين بمختلف التخصصات للجمع بين تخصصاتهم وفنون الإعلام وحرفياتهم.
- ٨- الحرص على التواصل مع مصادر معلومات عصرية ومتطورة ومتجددة، في المجالات المتخصصة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، ذلك لأن الجمهور المتخصص يحتاج للشرح والتفسير والتسليّة والإقناع في إطار الوظيفة الإعلامية للوسائل المتخصصة، ذلك أن إعلاماً متخصصاً فاعلاً يحتاج بالضرورة إلى مصادر معلومات عصرية ومتطورة تزود القائمين بالاتصال في مجالات الإعلام المتخصص بالمعلومات المتجددة في مختلف مجالات العلوم والمعارف.

#### أثنى عشر : ايجابيات الإعلام المتخصص وسلبياته

يعد الإعلام المتخصص مرحلة متقدمة في مسيرة العمل الإعلامي، وكونه متقدماً فبالأكيد أن له ايجابيات وفوائد عديدة، وفي الوقت نفسه هناك بعض المضار أو السلبيات، نظيرة لحسناته؛ فمن ايجابيات الإعلام المتخصص أنه؛ إعلام يلبي احتياجات واهتمامات الجمهور الموجه له، ويهتم بالأذواق والميول والرغبات، وهذا الجمهور محدد وله سماته، وبالتالي له احتياجات ورغبات وأذواق مشتركة، أو متقاربة بين فئاته، وله عادات وتقاليد وثقافة سائدة، فهو يهتم بالجمهور الذي يوجه له رسالته، والتي يمتلك معها فرصة كبيرة في المراجعة والتعديل بناءً على التغذية المرتدة من الجمهور، ويمنحها وقتاً أو مساحة أكبر من الوسائل العامة، أي أن القائم بالاتصال صار أكثر خبرة في مجاله وفي معرفة جمهوره، كما أن التخصص جعل المضامين الاتصالية في مجالاته كافة؛ أكثر دقة وعمقاً، عما كانت في السابق، والإعلام المتخصص قدم خدمة كبيرة للشركات الإعلانية بما قدمه لها من تصنيف وتحديد للجمهور، الذي يتوقف عليه تحديد نوع الإعلان الموجه لهذا الجمهور ( التخصص أتاح لشركات إنتاج اللوازم الرياضية، فرصة الإعلان عن منتجاتها عبر المطبوعات أو القنوات الرياضية المتخصصة ) وهذا فيه فرصة للتأثير والاستجابة أعلى من التوجه لجمهور عام .

مقابل ذلك هناك سلبيات لهذا التخصص منها؛ انكفاء كل فرد في مجال تخصصه وبالتالي أنعكس ذلك على غياب روح التكامل الثقافي، وحرمان المتلقي من الفرص التنقيفية، لأنه أسهم في الابتعاد عن بقية أنواع المعارف والعلوم، ولم يعد قادر معها على استيعابها أو اللحاق بها والتواصل