

ومن أهم هذه الحاجات^(١):

١ - حاجات معرفية:

تتعلق بتعزيز المعلومات والمعرفة والفهم المتكامل لبيئة الفرد، وتكون مبنية على رغبة الفرد في فهم ومحاولة التحكم في البيئة المحيطة به.

٢ - حاجات وجدانية:

تنبع من الرغبة في إشباع التذوق الجمالي وإشباع الحاجات العاطفية والترفيهية.

٣ - حاجات شخصية:

تتعلق بتعزيز مصداقية وثقة وثبات ومكانة الفرد، وتكون مستمدة من رغبة الفرد في الارتقاء الذاتي.

٤ - حاجات اجتماعية:

تتعلق بتعزيز العلاقات الاجتماعية مع الآخرين، وهذا يتضمن أفراد الأسرة والأصدقاء والمجتمع ككل، وتكون هذه الحاجات مستمدة من الرغبة في الانتماء.

٥ - الهروب من الواقع:

وهي حاجات تتعلق بالشروء الذهني وتخفيض حدة التوتر النفسي والرغبة في التسلية والترفيه.

المبحث السادس: الإعلام المتخصص:

بعد أن كثرت مجالات الحياة وتشعبت ميادينها وتطورت حقولها، صار التخصص في مجال ما أمراً لا غنى عنه ولا حيدة عنه، سعياً نحو الإبداع في هذا المجال والإلمام بكل ما يرتبط به، وتطوير آفاقه، والتركيز على جميع تفاصيله وجزئياته.

وانطلاقاً من ذلك نشأت الحاجة إلى وجود أنواع من الإعلام المتخصص في ميادين تطلبت ذلك الأمر، وبات أمراً حيويًا لها، وضروريًا لفهم مكوناتها وأقسامها وموضوعاتها

(١) عدد من أساتذة الإعلام في جامعة الكويت: دراسات إعلامية، ذات السلاسل، الكويت، ١٩٩٥، ص ٤٧٣.

فهما عميقا شاملا، كالإعلام الاقتصادي والرياضي والأمني والعسكري والبيئي .

ويعرف الإعلام المتخصص تعريفات عدة منها:

- رسالة ما تتخذ أشكالاً ووسائل مختلفة مقروءة، أو مسموعة أو مرئية، بهدف التعبير عن موضوع ما، يتسم بالاعتماد على الأبحاث والدراسات ذات التخصص الدقيق، أو موجه لفئة أو جمهور محدد أو كليهما معاً، في إطار أهداف، ووظائف محددة تتمثل في الإخبار، والتثقيف، والتعليم، والترفيه^(١)

- نمط إعلامي معلوماتي يتم عبر وسائل الإعلام المختلفة ويعطي جلّ اهتمامه لمجال معين من مجالات المعرفة، ويتوجه إلى جمهور عام أو خاص، مستخدماً مختلف فنون الإعلام من كلمات وصور ورسوم وألوان وموسيقا ومؤثرات فنية أخرى، ويقوم معتمداً على المعلومات والحقائق والأفكار المتخصصة التي يتم عرضها بطريقة موضوعية^(٢).

ولا يعني وجود إعلام عام وإعلام متخصص أن الأساليب العامة لكل منهما تختلف عن الأخرى، وأن كلا منهما يتجه في أداء دوره ومهامه وأهدافه مستعينا بوسائل وسبل تختلف عن الآخر بل إن كلا منهما يستخدم الأساليب والسبل نفسها مع مراعاة خصوصية وطبيعة كل نوع.

ويفرق الباحثون بين الإعلام المتخصص والإعلام الخاص، فالإعلام المتخصص «يجب أن يكون موضوعياً لأنه يهدف إلى نشر الوعي والمعرفة والثقافة المستندة إلى الحقائق والمعلومات في مجال معين. أما الإعلام الخاص فهو إن كان يقوم في جانب منه على الحقائق والمعلومات، إلا أنه يقدم بصورة ذاتية تعبر عن وجهة نظر معينة، بهدف تكوين رأي عام حول موضوع معين، أو توجيه الجماهير للتصرف بطريقة معينة»^(٣).

(١) القليلي، سوزان، ومدكور، صلاح: الإعلام البيئي.. النظرية والتطبيق، دار النهضة العربية، القاهرة، ط ٢، ٢٠٠٠، ص ١٢.

(٢) عمر، السيد أحمد مصطفى: الإعلام المتخصص، جامعة قاريونس، بنغازي، ط ١، ١٩٩٧، ص ١٩.

(٣) عمر، مرجع سابق، ص ١٩.

المطلب الأول: أسباب ظهور الإعلام المتخصص ونشأته^(١):

يشكل الإعلام المتخصص ظاهرة ذات طابع تاريخي - اجتماعي. ويعتبر ظهوره وتطوره عملية معقدة وممتدة، حصلت في التاريخ والمجتمع. ويمكن تحديد العناصر المكونة لظاهرة نشوء الإعلام المتخصص وتطوره على النحو الآتي:

(١) يأتي الإعلام المتخصص تعبيراً عن التقسيم الاجتماعي للعمل، وانعكاساً له. ويرتبط التقسيم الاجتماعي للعمل موضوعياً بمستوى التطور الحضاري العام للمجتمع، وتطور قوى وعلاقات الإنتاج، وانعكاس ذلك كله في الحياة المادية والروحية للمجتمع.

(٢) اتساع مجالات المعرفة بصورة لم تعرفها البشرية من قبل. وشمل الاتساع موضوعات المعرفة التي تقدمها الصحافة.

(٣) اتساع الإطار الجغرافي الذي تشمله التغطية الإعلامية. ويرتبط الإطار الجغرافي لهذه التغطية بمستوى التطور التكنولوجي وتطبيقاته في مجال الإعلام. واتساع الإطار الجغرافي للتغطية الإعلامية يعكس تزايد الاهتمامات والحاجات، وظهور مصالح يعجز الإعلام العام عن الاستجابة لها وخدمتها.

(٤) فقدت الأحداث والظواهر والتطورات بساطتها الأولى، وأصبحت، بفعل عوامل ذاتية وموضوعية مختلفة، أكثر تعقيداً وتنوعاً وتشابكاً. ولم يعد بوسع الإعلام العام تقديم المعالجة المطلوبة ووفق المستوى المطلوب. الأمر الذي دفع باتجاه ظهور إعلام متخصص، يستطيع أن يقدم معالجة نوعية، تتميز بمستوى من الجدية والعمق والشمولية.

(٥) انتشار التعليم واتساع مجالاته بصورة غير مسبوقه. وإذا كان ظهور الصحافة العامة قد ارتبط تاريخياً بظهور الطبقة الوسطى، فإن ظهور الإعلام المتخصص وتطوره، يمثل تاريخياً، بمنظور ما، اتساع الطبقة الوسطى، وانتشار التعليم في أوساطها، وتنوع اهتمامات ومستويات واختصاصات وربما مصالح الشرائح المختلفة لهذه الطبقة المتزايدة الأهمية.

(١) خضور، أديب: الإعلام المتخصص، لا. ن، دمشق، ط ١، ٢٠٠٣، ص ٧ - ١٠.

(٦) الآثار الثقافية التي ترتبت على انتشار التعليم. وثمة علاقة بين التعليم والثقافة، وغالباً ما يكون التعليم الأساس الذي تقوم عليه الثقافة، أو المنطلق الذي تنطلق منه، وأصبح الإعلام العام عاجزاً عن الاستجابة الفاعلة لانتشار الثقافة في المجالات كافة.

(٧) ازدياد الحاجات الإعلامية للشرائح المتعلمة والمثقفة المتعددة والمختلفة، وتعثّر خطوات الإعلام العام في تقديم مادة قادرة على إشباع هذه الحاجات بالصورة المطلوبة.

(٨) تطور وغنى المعطيات في مجالات ونشاطات معرفية ومجتمعية وعلمية، وتحولها إلى حياة كاملة غنية، أمر جعل الإعلام العام يرتبك في تقديم المعالجة الإعلامية المناسبة لها، ويدفع باتجاه ظهور الإعلام المتخصص.

(٩) فرضت المنافسة المحترمة بين وسائل الإعلام المختلفة البحث عن وسائل وأساليب ومجالات عمل إعلامي جديدة بهدف الانتصار في معركة الوصول والتأثير. وقد وجدت القوى الاجتماعية والسياسية الفاعلة في الإعلام المتخصص أحد الأساليب ومجالات العمل الإعلامي القوية الفاعلية في هذا السياق المعقد للوصول إلى أذهان البشر والتأثير في معارفهم ومعتقداتهم وسلوكهم.

المطلب الثاني: أهمية الإعلام المتخصص:

تظهر الأسباب التي ذكرت آنفاً عن نشأة الإعلام المتخصص الكيفية التي انطلقت فيها بدايات هذا المجال، والأمور التي استدعت توسعه وتطوره المواقب للتطورات التي شهدتها البشرية في شتى الميادين.

ويوماً بعد يوم أخذت تتضح أهمية الإعلام المتخصص، والدور الذي يؤديه، متواكباً مع الإعلام العام من جهة ومتميزاً عنه من جهة أخرى.

ويمكن توضيح أهمية الإعلام المتخصص من خلال الأمور الآتية^(١):

(١) إذا كان هناك اتفاق عام على أهمية الإعلام في حياة الشعوب والدول على

(١) عمر: مرجع سابق، ص ص ٢٠ - ٢٢.

اختلاف درجات وعيها وتميزها، فإن أهمية الإعلام المتخصص تصبح قضية لا جدال حولها، وتصبح عملية توظيف وسائل الإعلام في هذا المجال أمراً لا يخرج عن طبيعة الدور العام والمهم لهذه الوسائل.

(٢) إن الإعلام المتخصص بطبيعة الحال هو إعلام موضوعي دقيق لأنه يقدم المعلومة المتخصصة إلى الناس، وهي مسألة تزيد من درجة الوعي والمعرفة وبخاصة في المجتمعات النامية التي تحتاج شعوبها إلى تحسين واقعها نحو الأفضل.

(٣) إن الإعلام المتخصص إذا بُني على أسس سليمة مدروسة وموظفة، فإنه بذلك يزيد من قوة المشاركة الجماهيرية في خدمة قضايا المجتمع، وذلك من منطلق أن الإعلام يؤدي دوراً مهماً في تقارب وجهات النظر وبناء رأي عام موحد - تقريباً - تجاه هذه القضايا بما يدعم الجهود الرسمية الرامية لمواجهتها.

(٤) تتضح أهمية الإعلام المتخصص من تعاون وسائل الإعلام مع المتخصصين في المجالات المختلفة، بتطويع مختلف العلوم لخدمة المجتمع. فالمجتمع البشري يزخر بالمشكلات التي تتطلب المواجهة والحل باستخدام العلم وتعاون أفراد المجتمع من المتخصصين على أداء دورهم لحل هذه المشكلات على أساس معرفتهم بها. وسبيل الفرد العادي الذي يشكل السواد الأعظم من الجمهور إلى هذه المعرفة هو وسائل الإعلام المختلفة.

(٥) تتضح أهمية الإعلام المتخصص في الارتباط بين المجالات المعرفية المختلفة ووسائل الإعلام، ذلك أن غياب هذا الارتباط يفقد المجتمع عنصراً أساسياً من العناصر المطلوبة لوعيه وتقدمه.

(٦) يشكل الإعلام المتخصص مدخلاً مناسباً إلى ترقية العقول، وبقدر البساطة والصدق في أسلوب التناول والعرض لموضوعات الإعلام المتخصص، يكون الترحيب والقبول والتفاعل مع ما تطرحه وسائل الإعلام من موضوعات.

(٧) يعمل الإعلام المتخصص على تضييق الهوة بين الثقافة العامة والمعرفة العلمية التخصصية، التي ظلت مدة طويلة حكرًا على المتخصصين في مجالها.

(٨) يشكل الإعلام المتخصص علامة من علامات انتقال المجتمعات من المرحلة

التقليدية إلى مرحلة أكثر تطوراً، وانتقال الممارسة الإعلامية من الشكل التقليدي إلى شكل أكثر عصرية، يتسم ويحترم التخصص في مختلف المجالات.

٩) يوفر الإعلام المتخصص للمتخصصين فرصاً متعددة لنشر دراساتهم والتعبير عن أفكارهم، وتسهيل الضوء على إبداعاتهم وابتكاراتهم.

المطلب الثالث: وظائف الإعلام المتخصص وأهدافه:

يستنبط الإعلام المتخصص أهدافه ووظائفه ويستمد تفاصيلها من الأهداف والوظائف العامة للإعلام العام، ولا يخرج عنها إلا بقدر ما تتيح له الموضوعات المرتبطة بالمجالات التي يرتبط بها، وبقدر ما تستدعي تلك الميادين إضافة تفاصيل لا ترد في الوظائف والأهداف التي ينشدها الإعلام العام.

وظائف الإعلام المتخصص مشابهة تقريبا لوظائف الإعلام العام التي ذكرت آنفاً في هذا الفصل، أما أهم الأهداف التي يسعى الإعلام المتخصص إلى تحقيقها فيمكن إجمالها في النقاط الآتية^(١):

١ - نقل رسالة محددة، مدعومة بالحقائق العلمية والتاريخية، وعلاقتها بالأمور الحياتية للمستقبل، عن طريق مباشر أو غير مباشر سواء كان إعلاماً داخلياً أو خارجياً، في شكل خبر أو حدث أو فكرة أو ظاهرة لها علاقة باهتمامات المتلقي.

٢ - تناول القضايا المتخصصة على اختلافها وتقديمها بأسلوب سهل، وبسيط وشامل، لزيادة وعي الجماهير المستهدفة بأبعاد القضية وأسبابها وآثارها على كل المستويات.

٣ - التعريف بالمستجدات التي تطرأ على موضوع التخصص، محلياً وإقليمياً ودولياً ليواكب الجمهور المستهدف التطور الحادث ولا يتخلف عن الركب الحضاري.

٤ - استحداث قنوات اتصال حوارية بين كل من الجمهور المستهدف ومتخذي القرار لتعزيز المشاركة في اتخاذ القرار المناسب وإيجاد الحلول.

(١) القليبي، ومدكور: مرجع سابق، ص ١٩ - ٢٠.

- ٥ - تهيئة الجمهور المستهدف لتقبل تغيير مزعم لسلوكيات سلبية وتنمية الوعي وتكوين الاتجاهات الإيجابية الداعية لأهمية تغيير السلوكيات.
- ٦ - استمرار الحوار بين جميع فئات الجماهير المستهدفة، وإيضاح الآراء والأفكار والمشكلات ومقترحات المواطنين.
- ٧ - التحفيز إلى التغيير للأفضل عن طريق خلق طموحات مشروعة وممكنة وإذكاء روح التغلب على العقبات.
- ٨ - فتح قناة اتصال بين العلماء والخبراء ومراكز البحوث العلمية وبين الجمهور المستهدف.
- ٩ - فتح نافذة على العالم وللعالم ليتعرف الجمهور إلى كل ما هو جديد وليرى العالم ما وصل إليه المجتمع.
- ١٠ - تنمية النواحي المعرفية والوجدانية والمهارية والثقافية لدى شرائح محددة لتكون على علم بما يدور حولها من خلال ما تتضمنه الرسالة الإعلامية من حقائق محلية وخارجية.
- ١١ - تنمية الوعي الوقائي والعلاجي تجاه القضايا الحياتية.

المطلب الرابع: المحددات الأساسية لدور الإعلام المتخصص:

تتصل هذه المحددات بالدور الذي يتوقع من وسائل الإعلام القيام به في التأثير، وهذا يتطلب بدوره معرفة وخبرة بإمكانات الوسائل الإعلامية، والمؤسسات التي تدعمها والكوادر البشرية التي تضطلع بها. وأهم هذه المحددات^(١):

- ١ - إن دور الإعلام في التأثير في الجماهير لم يعد موضع شك، إلا أن درجة التأثير ترتبط ارتباطاً كبيراً بالفروق الأساسية بين البشر، وإطاراتهم المرجعية، واهتماماتهم التي تحدد درجة تقبلهم لما يقرؤون ويسمعون ويشاهدون.
- ٢ - إن دور الإعلام في التأثير في النظم السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية يتوقف إلى حد كبير على وضعية وسائل الإعلام من نظام إلى آخر، وهي وضعية

(١) عمر: مرجع سابق، ص ٤١ - ٤٤.

تحدد طبيعة ونوع واحتياجات كل مجتمع لوسائل إعلامه، والدور المنتظر منها، وهي مسألة تختلف من مجتمع إلى آخر.

٣- إن التحديد الدقيق والواعي لمكانات كل وسيلة من وسائل الإعلام في التوعية بالقضايا وطرح الموضوعات والإقناع بالرؤى الخاصة، ونشر الثقافة والمعرفة، يتطلب مراعاة خصائص كل وسيلة ومدى ملاءمتها لمعالجة قضايا وموضوعات معينة من حيث نوع الرسالة، ومصدرها وخصائص الجمهور المستهدف.... وما إلى ذلك.

٤- التخطيط العلمي للدور المنتظر لإحداثه للإعلام في مجال معين، يختلف من مجال إلى آخر، ومن مرحلة إلى أخرى.

٥- ضرورة وجود مؤسسات إعلامية متخصصة بقنواتها وبرامجها وكتبها وصحفها ومجالاتها، وهذا يتطلب إعادة النظر في البناء المؤسسي لوسائل الإعلام بما يتلاءم مع روح التخصص التي تعتبر إحدى السمات الأساسية لهذا العصر.

٦- التأكد من وجود كوادر إعلامية متخصصة في المجالات المختلفة من حيث الحرفية والخبرة والدراسة والإلمام بالمجالات المعرفية المتخصصة.

٧- إن تطوير الأداء المهني للإعلاميين العاملين في مجالات الإعلام المتخصصة، يتطلب على المدى القريب تدريبهم وتأهيلهم واحتكاكهم 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. أما على المدى البعيد، فإن الأمر يتطلب الاهتمام ببرامج التدريس في الكليات والمعاهد الإعلامية المتخصصة وعلى مستوى الدراسات العليا، بفتح المجالات أمام الخريجين من مختلف التخصصات للجمع بين تخصصاتهم وفنون الإعلام وحرفياته.

٨- مصادر معلومات عصرية ومتطورة عن المجالات المتخصصة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، ذلك أن مهام الإعلام والشرح والتفسير والتسليّة والإقناع وغيرها من وظائف الإعلام، تحتاج بالضرورة إلى عرض المعارف والمعلومات على الناس. فأهمية المعلومات في عصر المعلومات مسألة لا تخفى أهميتها على أحد. ولهذا فإن إعلاماً متخصصاً فاعلاً يحتاج بالضرورة

إلى مصادر معلومات عصرية ومتطورة، تزود القائمين بالاتصال في مجالات الإعلام المتخصص بالمعلومات المتجددة في مختلف مجالات العلوم والمعارف.

٩- إن رسالة الإعلام المتخصص، تحتاج بالضرورة إلى التعرف إلى الفروق الأساسية القائمة بين الوسائل التي تقوم من خلالها، والخصائص الذاتية الكامنة في كل وسيلة إعلامية.

المطلب الخامس: مقومات الإعلام المتخصص:

يملك الإعلام المتخصص عددا من المقومات التي تسهم في تميزه، وتعزز دوره في المجتمع، وتبرز طابعه وخصوصيته، وتجعله يستحق ذلك الاهتمام ليكون مجالا منفصلا عن الإعلام العام. وهذه المقومات هي^(١):

الفرع الأول: المجال المتميز:

تشكل الحياة المجتمعية مُركَّباً واحداً، يتألف من مجالات متعددة ومختلفة. وتأخذ هذه الحياة خصائصها المميزة من مجمل الخصائص المميزة لمجالاتها المختلفة، كما يأخذ كل مجال خصوصيته من اعتبارات متعددة أبرزها:

- أ - طبيعة ونوعية القوانين العاملة والمنظمة للحياة في هذا المجال.
- ب - طبيعة ونوعية القوى الفاعلة والمحركة للحياة في هذا المجال.
- ج - درجة التطور المتحقق في هذا المجال.
- د - وزن هذا المجال وثقله في حياة الفرد والمجتمع.
- هـ - نوعية الشخصيات الفاعلة في هذا المجال.
- و - آلية اتخاذ القرار وصنعه في هذا المجال.
- ز - نظرة المجتمع وتقييمه لهذا المجال.

(١) خضور: مرجع سابق، ص ١٣ - ٤٩.

- ح - حجم الشرائح الاجتماعية التي يضمها هذا المجال أو يعينها.
- ط - نوعية الحاجات وطبيعتها التي يسعى هذا المجال الى إشباعها.

الفرع الثاني: الموضوع المتميز:

تفرض خصوصية المجال وتميزه خصوصية الموضوع وتميزه أيضاً. والمقصود بالموضوع هنا المادة، أو القصة، أو المسألة، أو الأمر، أو الشأن، القائم والموجود في مجال معين. يأخذ الموضوع نَسْجَ حياته ووجوده من السياق العام الذي يوجد فيه، أي من المجال الذي يقع فيه. والخصائص المميزة لمجال معين هي العامل الحاسم والمحدد لخصائص الموضوع في هذا المجال.

يمكن تحديد أهم مقومات الموضوع المتميز على النحو الآتي:

- ١ - طبيعة الموضوع: مادية أم نفسية ومعنوية وروحية، ملموسة أم مجردة، ذاتية أم موضوعية، عامة أم خاصة.
- ٢ - مادة الموضوع: هل هي الوقائع والمعلومات والحقائق أم الآراء والعواطف والانفعالات ووجهات النظر؟
- ٣ - مصادر الموضوع: جهات رسمية أم أهلية، أفراد أم مؤسسات، داخلية أم خارجية؟
- ٤ - المعايير المستخدمة لتحديد الموضوع المناسب: ذاتية أم موضوعية، درجة الأهمية، أم درجة النضوج، حجم الاهتمام، أم الضخامة والتأثير والنتائج المتوقعة؟
- ٥ - المعايير التي تحدد كيفية معالجة الموضوع وطريقة نشره وتقديمه: المتطلبات، ذاتية تتعلق بالموضوع والمجال، أم موضوعية تقع خارج الموضوع والمجال؟
- ٦ - الهدف الخاص المتوخى تحقيقه من جرّاء معالجة الموضوع.
- ٧ - الجمهور المستهدف الوصول إليه والتأثير عليه من خلال معالجة هذا الموضوع ونشره.
- ٨ - طرق المعالجة المستخدمة والمناسبة لطبيعة الموضوع والوسيلة والجمهور والهدف.

- ٩ - أساليب التقديم المستخدمة والمناسبة.
- ١٠ - نوع الاتصال المستخدم لمعالجة الموضوع (شخصي، جمعي، مؤسسي، جماهيري).
- ١١ - نوع الوسيلة الاتصالية المستخدمة.
- ١٢ - النوع الصحفي المناسب لمعالجة الموضوع (خبر، تقرير، تحقيق، مقال).

الفرع الثالث: الحدث المتميز:

يأخذ الحدث سماته من السياق العام الذي أنتجه، أي من المجال الخاص به، ومن الموضوع العام والعريض الذي يقع ضمن إطاره. ويمتلك الحدث صفات عامة بغض النظر عن المجال الذي يجري فيه. وأهم هذه الصفات:

- ١ - يعكس الحدث التغيير الحاصل في سياق عام مستمر. يمثل الحدث لحظة أو نقطة من هذا السياق.
- ٢ - مادة الحدث هي الجزئي والتفصيلي والمحدود. لا مكان في الحدث للعام والمجرد والمطلق.
- ٣ - طبيعة الحدث هي الآنية والراهنية. الحدث هو تاريخ اللحظة.
- ٤ - الحياة القصيرة للحدث. الحدث لحظي ومؤقت. يولد الحدث عملاقاً، ولكنه، كالشُّهُب، يبهر نوره الأبصار، ولكن للحظة واحدة، ثم ينتهي كل شيء، ليبدأ حدث جديد.

الفرع الرابع: الجمهور المتميز:

يعتبر الجمهور الطرف الثاني من معادلة العملية الاتصالية. والجمهور هو الشريحة (أو الشرائح) الاجتماعية التي تسعى الوسيلة الإعلامية إلى الوصول إليها والتأثير عليها. تعود أهمية جمهور الوسيلة الإعلامية الى اعتبارات عدة، أهمها:

- ١ - الأهمية الإعلامية: إن تواصل الوسيلة الإعلامية مع جمهورها هو المؤشر الحقيقي لنجاحها، ومن ثم مقدرتها على تحقيق مهامها وإنجاز وظائفها.

٢- الأهمية المادية: إن حقيقة كون الوسيلة الإعلامية المعاصرة هي أساساً مشروع فكري- أيديولوجي، لا تتناقض إطلاقاً مع حقيقة ثانية موازية في الأهمية للحقيقة الأولى، وهي أن كل وسيلة إعلام جماهيري معاصرة هي أيضاً مشروع اقتصادي يهدف إلى تحقيق الربح المادي.

٣- الأهمية التواصلية: تتصف علاقة الوسيلة الإعلامية بجمهورها بأنها ذات طابع حركي وديناميكي يتسم بالتغيير.

ويتميز جمهور الوسائل الإعلامية الجماهيرية وفق معايير مختلفة أبرزها الكم (المعيار الكمي) والنوع (المعيار النوعي)، ودرجة التجانس، والسن، والجنس، والمستوى التعليمي والثقافي.

الفرع الخامس: الكادر الإعلامي المتميز:

إن الكادر الإعلامي هو القائم بالاتصال الفعلي الذي يقوم بإنتاج الرسائل الإعلامية في ضوء الاستراتيجية العامة التي تحددها القوى المالكة والموجهة. ومبرر وجود الكادر الإعلامي ومقياس مدى نجاحه أو فشله يتمثل في قدرته على فهم هذه الاستراتيجية وتطبيقها تطبيقاً خلاقاً ومبدعاً في كل نتاج صحفي يقدمه، وذلك عبر فن إعلامي مناسب ومتطور.

وثمة شرطان أساسيان يتعذر وجود الكادر الإعلامي المتخصص من دونهما:

(١) التأهيل الإعلامي:

نظراً للتطور الحاصل في مجال الإعلام، باتت الحاجة ملحة الى ثلاثة مستويات من التأهيل الإعلامي:

* التأهيل الإعلامي العام: مهمة التأهيل الإعلامي العام إعطاء الكادر أساسيات الإعلام العام؛ الأدبيات والنظريات والأنواع والوسائل والتقنيات.... الخ.

* التأهيل الإعلامي المتخصص: يمثل التأهيل الإعلامي المتخصص مرحلة متطورة، أكثر عمقاً وتخصصاً. ومهمة التأهيل الإعلامي المتخصص هي تعميق تأهيل الكادر بأحد المجالات الإعلامية الرئيسية.

* التأهيل الإعلامي الضيق: فرض التطور الذي بلغه الإعلام المعاصر ضرورة

التأهيل الإعلامي المتخصص الضيق، لمواكبة الاستجابة المناسبة للتحديات التي أوجدها تطور المجتمع والفرد والإعلام كعلم وممارسة.

٢) التأهيل العلمي في مجال متخصص:

يشكل التخصص الإعلامي والتخصص العلمي وجهين لورقة واحدة، وثمة جدلية تربطهما، ومن العبث البحث عن الرئيسي والتابع في هذه العلاقة، أو عن السبب والنتيجة. والتطور الحاصل في شتى العلوم والمعارف فرض على الإعلام وجود كادر إعلامي مؤهل إعلامياً وعلمياً، وهو أمر يمكن تحقيقه بإحدى طريقتين:

أ- إعلامي - متخصص:

تعتمد هذه الطريقة على الاستفادة من الكوادر المختصة أكاديمياً في الإعلام، وتأهيلها علمياً في مجال علمي أو أدبي أو قانوني محدد.

ب - مختص - إعلامي:

تعتمد هذه الطريقة على الاستفادة من الكوادر المختصة علمياً وأكاديمياً في مجالات علمية مختلفة (اقتصاد، علوم، هندسة، رياضة)، والتي تمتلك مواهب إعلامية مؤكدة، ورغبة قوية في العمل في المجال الإعلامي، وتأهيل هذه الكوادر إعلامياً وأكاديمياً في كليات الإعلام.

الفرع السادس: أسلوب المعالجة المتميز:

تفرض الطبيعة المتميزة للموضوع والحدث والجمهور والكادر أساليب معالجة وتقديم متميزة. وخصوصية الموضوع والحدث والجمهور والكادر هي التي تحدد نوعية ومستوى المعالجة الإعلامية للموضوع والحدث.

ومن أهم السمات المميزة لأساليب المعالجة في الإعلام المتخصص:

١ - المعالجة الشاملة والعميقة: يتميز الإعلام المتخصص باستخدام أساليب معالجة للأحداث والظواهر والتطورات أكثر شمولية وعمقاً من الإعلام العام.

٢ - هيمنة الطابع التحليلي: يعتمد الإعلام المتخصص منهج التحليل العلمي للأحداث والظواهر والتطورات، ولا يكتفي بذكر الوقائع والحقائق وتأكيدها

وإبرازها، ولا يسعى إلى إبهار المتلقي وإثارته وجذبه، بل إلى الوصول إلى ذهن المتلقي وعقله، وإقامة نوع من الحوار معه.

٣- المعالجة المتوازنة: يسعى الإعلام المتخصص النوعي إلى تقديم رؤية متوازنة للحدث أو الموضوع أو التطور، تقوم على أساس تقديم الحقائق التي تغطي جوانب الحدث أو الموضوع كافة، وعلى تقديم الآراء والمواقف المختلفة والمتباينة من هذا الحدث أو الموضوع.

٤- استخدام الاستمالات الذهنية: يهيمن في الإعلام المتخصص النوعي استخدام الاستمالات الذهنية التي تخاطب ذهن المتلقي وعقله، وتسعى للوصول إليه والتأثير عليه من خلال الحجة والبرهان والدليل المنطقي والإقناع العقلي. ومرد ذلك طبيعة الموضوعات المعالجة، ونوعية الجمهور المستهدف.

٥- استخدام مداخل إقناعية وآليات تأثير مناسبة لمجال التخصص ولنوعية الجمهور، والاستفادة إلى الحد الأقصى من المعطيات العلمية المستخلصة من النتائج التي توصلت إليها البحوث الميدانية في هذا المجال.

* * *