

جامعة الموصل
كلية الآداب
قسم الإعلام



اسم المادة: الصحافة المتخصصة
المرحلة: الرابعة
اسم التدريسي: م.د. وعد شاهر محمود
العام الدراسي: ٢٠٢٥ - ٢٠٢٦

المحاضرة : ١

الصحافة المتخصصة

أولاً: المفهوم والعلاقات الارتباطية:

ما زالت الصحافة تؤدي دورها الريادي المهم في الحضارات الحديثة ولها تأثيرها القوي على الجماهير، لقداسة الكلمة المطبوعة وشدة تصديقها واحترامها على حد قول الدكتور ابراهيم امام)، وفي ظل هذا التقييم تبقى الصحافة من حيث المضمون) تتطور وتتخصص على الرغم من تغير وتطور وسائل وسيل عرضها أو تداولها، ويمكن القول أن الإعلام المتخصص نشأ وتطور استجابة لمجموعة من التحولات والعوامل الذاتية والموضوعية المختلفة والتعقيدات والتشابكات المتنوعة التي شهدتها العصر الحالي، والتي أدت بدورها إلى إتساع الإطار الجغرافي الذي تشملته التغطية الإعلامية، وتشابك القضايا والأحداث والظواهر وبروز الحاجة لمعالجتها بقدر من التعمق والشمولية وظهور جمهور نوعي مع ارتفاع مستوى التعليم والثقافة وتعاضل الرغبة لإحداث تأثير أقوى وأعمق على المتلقي، ويوما بعد يوم تتضح معالم الدور المهم الذي تؤديه وسائل الإعلام في توجيه المجتمع وإرشاده وتثقيفه، فلم يعد الإعلام أسيراً لمفهوم العالم والقرية الصغيرة فقد أصبح العالم بيتاً واحداً، وفي هذه الدائرة الضيقة تتعدد الاهتمامات، وفي ظل كل ذلك تزداد الحاجة إلى الممارسات الإعلامية المتخصصة للإسهام في عملية التنمية في جميع مجالاتها، إضافة إلى الدور المألوف الذي تؤديه في تلبية حاجة الإنسان إلى الاتصال بعدها حاجة إنسانية نشأت مع نشوء المجتمعات البشرية، حيث يتصل الفرد بغيره من الأفراد ويتبادل معهم المعلومات والأفكار ويعبر عما في نفسه.

لقد عرفت البشرية الإعلام منذ نشأتها ووجودها، وممارسته بالأساليب التي تهيأت لها وارتاتها مناسبة لها، ثم تطورت هذه العملية مع تطور البشرية واكتشاف الوسائل والأساليب المختلفة حيث تعاضل دورها مع تعقيد مجالات الحياة بعد أن كثرت وتشعبت ميادينها وتطورت

حقولها، إذ أصبح التخصص في كافة المجالات خصوصاً الإعلام أمراً لا غنى عنه، كجزء من متطلبات السعي نحو الإبداع في هذا المجال والإلمام بكل ما يرتبط به، وتطوير أفاقه، والتركيز على جميع تفاصيله وجزئياته وإنطلاقاً من ذلك فإن مجال الإعلام الجماهيري لم يستطع أن يفي بكافة متطلبات الحياة، لذا نشأت الحاجة إلى وجود الإعلام المتخصص في ميادين ومجالات الحياة المختلفة، وبات أمراً حيوياً لها، وضرورياً لفهم مكوناتها وأقسامها وموضوعاتها وأحداثها؛ فهماً معمقاً شاملاً، فالإعلام القطاعي المتخصص كالسياسي والتنموي والبيئي والأمني والاقتصادي والرياضي والعسكري.... الخ... لم يأت من فراغ بل من الحاجة الملحة للمتخصص الإعلامي الذي يقوم تخصصه على الدراسة في المقام الأول، فالدراسة المتخصصة شرط ضروري لنجاح الإعلامي اليوم، وهي التي تميز الإعلامي عن غيره، فكلما زادت معرفته وخبراته في التخصص الذي يعمل فيه، زادت قدرته على الإبداع والتميز في عمله.

وحديثاً اتسع مفهوم الإعلام ليشمل كل أسلوب من أساليب جمع ونقل المعلومات والأفكار من طرف "مرسل" إلى متلق "مستقبل"، ويتخلل هذه العملية تفاعل ومشاركة من الطرفين، بحيث أصبح الإعلام علماً وفناً في أن واحد، فهو علم له أسسه ومنطقاته الفكرية، لأنه يستند إلى مناهج البحث العلمي في إطاره النظري والتطبيقي، وفن لأنه يهدف إلى التعبير عن الأفكار وتجسيدها في صور بلاغية وفنية متنوعة بحسب المواهب والقدرات الإبداعية لرجل الإعلام.

وبعد أن كثرت مجالات الحياة وتشعبت ميادينها وتطورت حقولها، صار التخصص في مجال ما أمراً لا غنى عنه سعياً نحو الإبداع في هذا المجال والإلمام بكل ما يرتبط به، وتطوير أفاقه والتركيز على جميع تفاصيله وجزئياته، وذلك لأن الإعلام العام التقليدي أصبح متعثراً وعاجزاً عن إنجاز مهمة التأثير المناسب على المتلقي، وبهذا أصبح الإعلام المتخصص من أهم مصادر الثقافة والمعلومات العامة، يعمل على القيام بتلبية احتياجات الجمهور في المعرفة العامة والخاصة.

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

عميقاً شاملاً ويمكن الصحافة المتخصصة أن تؤدي دوراً مهماً في حياتنا اليومية وبكل فنونها من خبر وتحقيق ومقال ورسوم كاريكاتيرية وتعليق وحوار وتستحق الصحافة الاختصاصية يقظة واهتماماً بصدد ارتباطها بالنضال من أجل نظام إعلامي جديد).

والتخصص يعني به في الدرجة الأولى تحديد مجالات العمل التي يعمل فيها الشخص المعني الحائز على معرفة اختصاصية كبرى نتيجة ممارسته لها وانشغاله بها باستمرار، كما يعني التمكن من تطور كفاءات اختصاصية مطلوبة باستمرار، والتخصص ليس سمة مميزة للصحافة فقط وإنما هو سمة تميز التطور البشري، فقبل آلاف السنين كان هناك تخصص في المجتمع البدائي الصيادون وجامعو الفواكه والثمار ثم زراع الأرض ورعاة الماشية وفيما بعد العمال اليدويين والعلماء والمحاربين وغيرهم والصحافة الاختصاصية التي نبحثها هنا تعبر عن هذا التقسيم الاجتماعي للعمل ونتيجة له استأنف النشاط الصحفي وازداد تطور وسائل الإعلام في المجتمع (").

ويعرف التخصص أيضاً بأنه الإلمام بكل شيء عن شيء محدد فالتخصص بالكتابة للطفل مثلاً لابد أن يقرأ كثيراً عن الصحف ويكتب النواحي المهمة في موضوع تخصصه لكن إلى جانب هذا يجب أن يلم بظروف وطنه السياسية والاقتصادية والاجتماعية وان يتابع ما يجري في العالم من أحداث في المجالات كافة وإلا قصر في حق نفسه وفي حق قارته وبهذا يتخلف ويفشل).

وتعرف الصحافة المتخصصة بـ أنها جميع الصحف التي تعالج فناً واحداً من فنون الحياة ولا تتعدى سواه والمقصود بها كذلك الصحافة التي تخاطب فئة أو قطاعاً من قطاعات المجتمع أو هيئة من هيئاته ".

وينحصر التخصص بين المضمون والجمهور، ولكي نفهم دواعي التخصص لابد من تثبيت المنطلقات الرئيسة له فالصحيفة المتخصصة هي التي تلتزم بركنين أساسيين أولهما موضوع محدد (مضمون) بهدف واضح، وثانيهما نوعية القراء التي توجه إليهم الصحيفة (الجمهور) فلا يكفي أن يكون الموضوع واضحاً ومقروءاً، بل لابد أن يتوفر نوعان من القراء تتوجه الصحيفة بمضامينها لهم نوعية محددة من القراء المتابعة لما تنشره الصحيفة بشكل

هامشي وآخر هو الذي ينفذ للصحيفة من خلال متابعته الجادة وأرائه السديدة، وتفاعله المتميز في إطار التغذية الراجعة، وأخطر ما يواجهه التخصص هو أن يضل الطريق إلى التخصص فيختلط بين عدة أهداف الأمر الذي يؤدي إلى الإساءة في اختيار الشكل الذي يلاءم الموضوع ويريح القارئ.

وهنا لابد من التأكيد على أن الصحافة المتخصصة هي التي تتفرغ لمتابعة أدق اهتمامات المتلقي المتخصص وتوفر له معلومات أكثر قدرة على إشباع شغفه واحتياجاته العلمية تبعاً لدورها المتخصص فإنها تمتلك المساحة الأوسع للنشر، ونلاحظ أن التخصص ينحصر في موضوع محدد ويتوجه إلى جمهور متخصص في الموضوع ذاته، أي الموضوع الذي يقع ضمن دائرة اهتماماته .

والصحافة المتخصصة تتصف بدور حيوي أكثر خطورة وأكثر إيجابية في كونها تساعد بكفاية أعلى في تطوير اختصاصها أي تطوير المضامين والتي تتطلب هي الأخرى فريق إعلامي متخصص، فضلاً عن سعيها إلى تعميم المعرفة والمعلومات التي تمثل أهدافاً غاية في الأهمية للصحافة المتخصصة، وهي لا تختلف عن الصحافة العامة، لها مادتها وأساليبها المتنوعة ولكن متى ما حددنا التخصص الموضوعي وحددنا جمهورها المتخصص أي متى حددنا المادة التي ستقدم ضمن هذا التخصص والجمهور المستهدف يمكن لنا التمييز بينهما أي بين الصحافة المتخصصة والعامة فالمادة الصحفية هي التي تحكم نوع المطبوع فقد تكون الصحفية المتخصصة جريدة يومية وقد تكون مجلة وهذه المطبوعات باختلاف نوعها في مجال التخصص لا تختلف في المزايا الأساسية للمطبوعات العامة، وبذلك أن كانت الجريدة متخصصة فيجب أن تعتمد على الخبر المتطور والمتكامل أما المجلة الأسبوعية أو الشهرية فإن كانت متخصصة فيجب أن تعتمد على التغطيات والتحقيقات المتنوعة، وهي بذلك تحقق الركن الأول للتخصص (المضمون)، أما الركن الثاني فيتطلب وجود جمهور نخبوي مثقف ومهتم في التعرض لهذه المضامين المتخصصة، والصحافة المتخصصة تتجاوز النقل المجرد للمعلومات فهي تهئ منبراً للمناقشة ونشر الأفكار والمبتكرات وتبادل الخبرات والتجارب، وتسعى إلى التأثير في متخذي القرارات، وفي تعزيز الإبداع في كثير من المجالات مثل

السياسة والأدب والفنون والتجارة والعلوم الطبيعية والحية والتكنولوجيا ووسائل الاتصال وتخدم هذه الدوريات الثقافية قطاع كبير عن طريق إشباع الحاجات الفنية والأدبية لجماعات متنوعة من القراء .

وقد تعرضت الصحافة الدورية ذات الاهتمامات العامة والتوزيع الجماهيري الواسع على امتداد السنوات الماضية لصعوبات متزايدة بسبب المصاعب المادية، حيث فشلت صحف دورية عديدة ذات توزيع جماهيري، في حين ازدهرت الدوريات التي تهتم بجمهور محدد وتخطب جمهوراً متخصصاً في قطاع معين). ولكنها بشكل عام تقوم بحشد الدعم الشعبي للتنمية، وذلك من أجل تحقيق هدف معين بدونه تفقد عملية التنمية مضمونها؛ وهو دعم المشاركة الجماهيرية في التنمية الوطنية، فهي تؤدي دوراً مهماً في حياتنا اليومية بكل فنونها من خبر وتحقيق، ومقال وصور كاريكاتورية، وتعليق وحوار .

ثانياً: مراحل تطور الإعلام نحو التخصص

مرت وسائل الإعلام بعدة مراحل إلى أن وصلت للتخصص والتفاعلية، فعندما تبدأ الوسيلة تمر بدورة حياة، فهي تبدأ مقتصرة على نخبة معينة وتنتشر بعد ذلك لتصل إلى كافة الجماهير، ثم تأتي بعد ذلك لتلبي مطالب جمهور محدد تجمعته سمات وخصائص محددة، إلى أن تصل إلى التفاعلية بين الوسيلة والجمهور وهو إعطاء دور أكبر للمتلقي للمشاركة في الرسالة الإعلامية وهذا الدور فرضته تكنولوجيا الاتصالات الحديثة، وفيما يأتي نستعرض مراحل وسائل الإعلام مرتبة حسب مرورها إلى أن وصلت إلى المراحل التي نعيشها من التخصص والتفاعلية

١- المرحلة الأولى مرحلة الصفوة (Elite) وتمثل هذه المرحلة بداية ظهور الوسيلة في

أي مجتمع، فعندما تبدأ الوسيلة تكون مرتفعة التكلفة ومحدودة الانتشار، فلا تصل إلا للقادرين اقتصادياً والمؤهلين علمياً واجتماعياً للتعامل معها، فقد إتسم ظهور الصحافة في أوروبا بالتوجه نحو مخاطبة الصفوة التي يمثل أعضاؤها النخبة الثقافية والاجتماعية وهي محدودة بطبيعتها، فتعد الوسيلة مادتها الإعلامية بالأسلوب

والكيفية التي تناسب جمهورها؛ وهم الصفوة. وعند ظهور الإذاعة كانت أجهزة الراديو المنزلية وقتها ضخمة، وتشكل قطعة أثاث خشبية كبيرة وكانت تعمل ببطارية كبيرة، وبالتالي كانت أسعارها مرتفعة جداً ولا يستطيع تحملها سوى القادرين (النخبة)، فقد كان إنتشارها محدوداً، وكانت برامجها تخطط وتعد بما يتناسب مع احتياجات ورغبات وأذواق الصفوة. والصفوة هنا ليست مقصودة، ولكنها تتحدد بعوامل عدة من أبرزها تركيبة المجتمع ومستواه الاجتماعي والاقتصادي والتعليمي والفكري، وفي هذه المرحلة (الصفوة) يكون جمهور وسائل الإعلام صغيراً ومحدوداً، ويمثل القطاعات الأكثر ثراءً وتعليماً، ولا يخاطب كل فئات المجتمع، وبالتالي يتم تصميم الرسالة الإعلامية بما يرضي أذواق الصفوة ويلبي احتياجاتها.

٢- الثانية مرحلة الحشد (Mass) واكبت هذه المرحلة قدرة المؤسسات الصناعية والإعلامية المختلفة على الإنتاج الجماهيري الضخم من الوسائل الإعلامية والرسائل التي تنتجها، فمنذ أن طورت المؤسسات الصحفية قدراتها الطباعية باستخدام الحروف الطباعية المتحركة، استطاعت أن تنتج أعداداً كبيرة من النسخ الصحفية الواحدة، وبعد إختراع الترانزستور في الأربعينات من القرن الماضي، إستطاعت المصانع تطوير قدراتها على إنتاج أجهزة استقبال إذاعية صغيرة وقليلة التكلفة، وبالتالي زاد إقبال الناس على إقتناء تلك الأجهزة مما زاد من امتدادها وانتشارها وتأثيرها، ومثلما حدث للصحافة والإذاعة من تطورات، فقد ساعدت الشركات المختلفة في إنتاج أجهزة التليفزيون المنزلية، وبالتالي انخفضت أسعارها، واتسعت أعداد أولئك الذين استطاعوا إقتنائها، وفي مقابل هذه الزيادة الجماهيرية في إمتلاك الوسائل تبدأ هذه الوسائل بشكل طبيعي في تغيير طبيعة برامجها وموادها الإعلامية بما يتناسب مع حاجات ومتطلبات وأذواق تلك الجماهير، وفي هذه المرحلة أصبحت الجماهير واسعة ومتباينة تستقبل المادة الإعلامية، مما أنعكس على مضمون الوسيلة التي أصبحت لا تعرف جمهورها بشكل محدد، إذ اتسم أداء الوسائل وقتها

بالميل نحو المركزية، وتوحيد الجمهور، أي نقل الرسائل الإعلامية إلى كل الجماهير بعدهم كتلة واحدة وتجمعهم خصائصهم وسمات متقاربة.

٣- المرحلة الثالثة: مرحلة التخصص (Specialized): لجأت وسائل الإعلام في هذه المرحلة إلى إستغلال التكنولوجيا الاتصالية الحديثة في إنتاج مواد إعلامية محددة تستهدف الوصول إلى فئة معينة من الجمهور، وأنت مرحلة التخصص بعد إستقرار أوضاع وسائل الإعلام كوسائل جماهيرية، وبدأت مرحلة التخصص التي تنظر بها وسائل الإعلام لجمهورها بوصفه جماعات منفصلة ومتنوعة لكل منها الخصائص التي تميزها، وتحدد احتياجات أفرادها الاعلامية.

ومتطلباتهم من وسائل الإعلام، وبالفعل بدأت وسائل الإعلام في تقديم رسائل إعلامية متخصصة تناسب فئات صغيرة ومحددة من الجمهور، وفي هذه المرحلة انتقلت وسائل الإعلام من الجماهيرية إلى التخصص، وبالتالي ظهرت مفاهيم جديدة أفرزتها هذه المرحلة مثل (تفتيت الجمهور) و (لامركزية الاتصال، وأتى ذلك تأصيلاً لبدء مرحلة جديدة من مراحل تطور العلاقة بين وسائل الإعلام وجمهورها.

٤- المرحلة الرابعة مرحلة التفاعلية (Interactivity): أدت التطورات المتلاحقة والمتسارعة في تكنولوجيا الإتصال والمعلومات إلى ظهور مرحلة جديدة من المراحل التي تحدد العلاقة بين وسائل الإتصال وجمهورها، فقد أدى الاندماج بين ثورة الإتصالات، وثورة المعلومات والكمبيوتر إلى ما يعرف بالتكنولوجيا التفاعلية أو الوسائط المتعددة، وبالتالي تغيرت العلاقة بين وسائل الإعلام والاتصالات والمتلقي، فقد أصبحت العلاقة بينهما أكثر تفاعلية حيث حقق ذلك إعطاء دوراً متزايداً للمتلقي في عملية الإتصال، أصبح فيه المتلقي أكثر تفاعلاً وتأثيراً، وبالتالي أصبح الجمهور يستخدم وسائل الإعلام كأحد وسائل المشاركة الاجتماعية خاصة عندما تحقق لهم تلك الوسائل نزعتهم للتفاعل مع الآخرين. فقد قدمت شبكة الإنترنت بيئة ملائمة لظهور التفاعلية وانتشارها، وأتاحت شبكة الإنترنت فرصة أكبر للمشاركة وبالتالي إنعكس ذلك على دور المتلقي المؤثر في المادة الإعلامية، وأصبح يتبادل (المتلقي) الأدوار مع المرسل، وتحقيق التفاعلية والتحكم في عملية الاتصال من جانب الجمهور، فقد وفرت شبكة

الإنترنت مساحات عريضة لتبادل الآراء والمناقشة وهو أمر عجزت عن تحقيقه وسائل الإعلام التقليدية، ولكنه (وسائل الإعلام التقليدية) لم تقف مكتوفة الأيدي فقد عملت على تطوير أدائها من خلال الاندماج مع شبكة الإنترنت، فالصحف مثلاً قامت بإنشاء مواقع الكترونية على الإنترنت، كما عملت الإذاعة والتلفزيون على تطوير الأداء من خلال مواقعها الالكترونية، وظهورها على شبكة الإنترنت، وعملت الإذاعة والتلفزيون على تخزين برامجها على الصفحة الالكترونية الخاصة بها، فبالتالي وفرت على المستخدم أن يتابع برامجها بطريقة أسهل، أو حتى متابع جزء معين داخل البرنامج، بالإضافة إلى المشاركة من خلال التعليقات التي توفرها الشبكة للمستخدمين. وهنا أصبح للمستخدم دور إيجابي يحدد شكل المعلومة التي تعرضها شاشة الجهاز عن طريق الإنترنت. وقد احتاج الإعلام للانتقال من مرحلة إلى أخرى من المراحل الأربع فترات زمنية معينة، أثرت فيها عوامل اجتماعية واقتصادية وثقافية وفنية متعددة، ولكن بشكل عام يمكن القول ان قطاعات واسعة من الجمهور في مجتمعات الوفرة الإعلامية والمعلوماتية كالولايات المتحدة الأمريكية وغرب أوروبا واليابان تعيش الآن مرحلة التفاعلية في عملية الإتصال، بينما تعيش باقي قطاعات الجمهور خاصة دول العالم الثالث مرحلتها الحشد والتخصص.

ثالثاً : مفهوم الصحافة المتخصصة :

لابد لنا في البداية في تحديد الفرق بين الإعلام الجماهيري العام والإعلام المتخصص، فالأول هو الإعلام الموجه لأكبر عدد ممكن من الجماهير، أي المرسل يكون طرف واحد وهو القائم بالاتصال يوجه رسالة إلى أكبر عدد ممكن من المتلقين والإعلام الجماهيري يستخدم وسائل الإعلام الجماهيرية كالصحف والراديو والتلفزيون و التفاعل هنا قليل أو منعدم نظراً لغياب رجع الصدى، أما الثاني فهو الإعلام الخاص الذي تكون الجهة المشرفة عليه جهة خاصة أي غير حكومية بعبارة أخرى المؤسسة الإعلامية المتخصصة، وفي هذه الحالة القائم بالإشراف

عليها ماديا جهات خاصة كرجال الأعمال أو الشركات الخاصة، ومضامين الإعلام المتخصص تكون مضامين موجهة إلى فئة معينة من الجمهور حسب الاهتمامات، ويشكل عام فإن الإعلام العام اليوم أصبح يميل أكثر للتخصص إلى حد تتلاشى فيه الحدود، كما نراه في القنوات الرياضية وقنوات الأطفال وغيرها.

يشكل الإعلام المتخصص ظاهرة ذات طابع تاريخي - اجتماعي ويعتبر ظهوره وتطوره عملية معقدة وممتدة حصلت في التاريخ والمجتمع (١)، لقد أدى التطور الذي شهده العالم في جميع المجالات إلى ازدياد ظهور التنوع في المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام إذ جعلها تنتقل من المجالات العامة إلى المجالات الخاصة لترتقي بنفسها إلى درجة التخصص سواء بالمضمون أم الجمهور ولأهمية التخصص وإقبال الجمهور على المعرفة المتخصصة ازداد اهتمام المؤسسات الإعلامية بالموضوعات المتخصصة إذ أصبحت تشكل معظم مواد الصحف وبرامج الإذاعة والتلفزيون، بل دفع ذلك معظم تلك المؤسسات إلى إنشاء صحف وقنوات إذاعية وتلفزيونية متخصصة للرياضة والمرأة والفن والدين والأطفال (٢). وهو الأمر الذي يعبر بوضوح عن عصر الإعلام المتخصص (١٣) والإعلام المتخصص في حقيقته فرعاً من الإعلام العام وهو أحد أقسام التحرير الإعلامي في المال أو الاقتصاد أو التجارة أو العلوم وغير ذلك من أقسام التحرير إذ تحول كل منها إلى كيان إعلامي مستقل يتمثل في صحيفة أو قناة تلفزيونية متخصصة في مجال ما، وله جمهوره من المختصين أو المهتمين بالمضامين التي يتناولها (٢٤).

ويعرف الإعلام المتخصص على أنه (الإعلام الهادف لتحقيق نتيجة معينة قد تتمثل بهدف سياسي أو تأويل موضوع معين ذا أهمية فائقة لمجتمع معين أو بضع مجتمعات في الوقت ذاته (١٥) أو هو (نمط إعلامي معلوماتي يتم عبر وسائل الإعلام المختلفة ويعطي اهتمامه لمجال معين من مجالات المعرفة ويتوجه إلى جمهور عام أو خاص مستخدماً مختلف فنون الإعلام معتمداً الحقائق والأفكار المتخصصة) (١٦). ويعرف أيضاً بأنه (الإعلام الذي يقع ضمن مجال محدد من مجالات الحياة السياسية أو الثقافية أو الإعلامية أو الاقتصادية أو

العلمية أو الأمنية أو الرياضية ويتركز اهتمامه الأساسي على معالجة الأحداث والظواهر والتطورات في هذا المجال المحدد (٧).

ويعرف الإعلام المتخصص بأنه " رسالة ما تتخذ أشكالاً ووسائل مختلفة مقروءة، مسموعة أو مرئية، بهدف التعبير عن موضوع ما، يتم بالاعتماد على الأبحاث والدراسات ذات التخصص الدقيق، أو موجه لفئة أو جمهور محدد أو كليهما معاً، في إطار أهداف، ووظائف محددة تتمثل في الأخبار التثقيف التعليم الترفيه".

ويعرف أيضاً بأنه " نمط إعلامي معلوماتي يتم عبر وسائل الإعلام المختلفة ويعطي جل اهتمامه المجال معين من مجالات المعرفة، ويتوجه إلى جمهور عام أو خاص، مستخدماً مختلف فنون الإعلام من كلمات وصور ورسوم وألوان و موسيقى ومؤثرات فنية أخرى، ومعتمداً على المعلومات والحقائق والأفكار المتخصصة التي يتم عرضها بطريقة موضوعية (١٨).

رابعاً : ظهور الصحافة المتخصصة ونشأتها :

ارتبط ظهور الإعلام المتخصص بمجموعة من التحولات والعوامل الذاتية والموضوعية التي شهدتها العصر الحالي، والتي أدت بدورها إلى اتساع الإطار الجغرافي الذي تشملته التغطية الإعلامية، حيث أصبحنا بفضل التقدم التكنولوجي نعيش في قرية صغيرة، وازدادت أهمية هذا التخصص مع تداخل القضايا والأحداث والظواهر وبروز الحاجة إلى معالجتها بنوع من الدقة والشمولية والحرفية، لاسيما في ظل ظهور جمهور يبحث عن النوعي ، مع ارتفاع مستوى التعلم والثقافة وانتشار قنوات التواصل ، وتعاضل الرغبة لإحداث تأثير أقوى على المتلقي، وهي كلها عوامل ساهمت في الاهتمام بهذا الصنف من الإعلام المتخصص، الذي أصبح من أهم مصادر الثقافة والمعلومات المهمة، لأنه يعمل على تلبية احتياجات جمهور خاص ومتعطش للمعلومة، ويعد ظهور الإعلام المتخصص - كظاهرة ذات طابع تاريخي اجتماعي - عملية معقدة وممتدة ومتطورة حصلت في التاريخ والمجتمع ويمكن تحديد الأسباب المكونة لنشوء ظاهرة التخصص الإعلامي وتطوره على النحو الآتي (١٩):

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، أي أن التخصص مرتبط بحالة التقدم، والتقدم حاصل نتيجة لاحترام ذلك التخصص.

٢- اتساع الإطار الجغرافي الذي تشملته التغطية الإعلامية، يرتبط الإطار الجغرافي للتغطية الإعلامية بمستوى التطور التكنولوجي وتطبيقاته في مجال الإعلام، إذ انحصرت التغطية الصحفية في البداية بالنطاق المحلي الضيق، ثم تطورت إلى النطاق القطري، ثم الإقليمي، ثم القاري، وانتهت بالنطاق الكوني، وقد حصل ذلك بشكل مواكب لمستوى التطور التكنولوجي و موازي للأهداف والوظائف المطلوب القيام بها وتحقيقها من خلال الإعلام، ومن المؤكد أن اتساع الإطار الجغرافي للتغطية الصحفية يعكس تزايد الاهتمامات والحاجات، وظهور مصالح يعجز الإعلام العام عن الاستجابة لها وتلبيتها.

٣- إن الأحداث والظواهر والتطورات فقدت بساطتها الأولى وأصبحت معقدة، بفعل عوامل ذاتية وموضوعية مختلفة تعد الأكثر تعقيداً وتنوعاً وتشابكاً، ولم يعد بوسع الإعلام العام تقديم المعالجة المطلوبة على وفق المستوى المطلوب الأمر الذي دفع باتجاه ظهور الصحافة المتخصصة، التي يمكن لها تقديم معالجة نوعية تتميز بمستوى من الجدية والعمق والشمولية.

٤- اتساع مجالات المعرفة بشكل لم تعرفه البشرية من قبل شمل الاتساع موضوعات المعرفة التي تقدمها الصحافة، إذ ارتبط ظهور الصحافة المطبوعة وخاصة في الغرب) بالاقتصاد والسياسة، حيث تركز اهتمامها في البدء على المجال السياسي ثم تطور في مراحل لاحقة ليشمل المجال الاقتصادي، كما أن السياق العام لانتشار التعليم والثقافة، وظهور وسائل إعلامية جديدة الإذاعة والتلفزيون، وزاد في اتساع مجالات المعرفة التي تقدمها الصحف لتشمل مجالات الحياة كافة الرياضة والعلوم

والبيئة والتكنولوجيا والصحة والثقافة ... الخ). بشكل لم يعد معه الإعلام العام، رغم مقدرته على التكيف وسعيه لتنويع موضوعاته، قادراً على مجارات هذا التنوع والتحدي الجديد.

٥- انتشار التعليم واتساع مجالاته بشكل غير مسبوق، وإذا كان ظهور الصحافة قد ارتبط تاريخها بظهور الطبقة الوسطى، التي أوجدتها الثورة البورجوازية، وخاصة بعد انجازها الثورة الصناعية، فإن ظهور الإعلام المتخصص بشكل عام وتطوره، يمثل تاريخياً بمنظور ما اتساع الطبقة الوسطى وانتشار التعليم في أوساطها وتنوع اهتمامات ومستويات واختصاصات وربما مصالح الشرائح المختلفة لهذه الطبقة المتزايدة الأهمية.

٦- الآثار الثقافية التي ترتبت على اتساع المعرفة وانتشار التعليم، فالمؤكد أن التعليم شيء ومستوى والثقافة شيء ومستوى آخر، وبالرغم من اختلاف الشئيين والمستويين، إلا أنه من الثابت وجود علاقة بينهما، وغالباً ما يكون التعليم الأساس الذي تقوم عليه الثقافة، أو المنطلق الذي تنطلق منه حيث رافق انتشار التعليم انتشار الثقافة (بالمعنى العام للثقافة)، وأصبح الإعلام العام عاجزاً عن الاستجابة الفاعلة لانتشار الثقافة في المجالات كافة.

٧- ازدياد الحاجات الإعلامية للشرائح المتعلمة والمتقنة والمتعددة والمختلفة وعجز الإعلام العام عن تقديم مادة قادرة على إشباع هذه الحاجات بالشكل المطلوب، فمن الثابت علمياً أن القارئ يقرأ بهدف، كما أن الكاتب يكتب لهدف، وغالباً ما يكون الهدف إشباع حاجة ما (الحاجة إلى المعرفة أو الرغبة في تحقيق الذات أو إلى الشعور بالأمن، أو الحاجة إلى الانتماء، أو السعي إلى المزيد من الوعي والفهم، أو التميز - الظهور البارز في المجتمع .. الخ) أدى ارتفاع مستوى التعليم والثقافة إلى تعدد الحاجات وتنوعها وزيادتها تعقيداً، كلها أدت إلى ظهور الحاجة إلى إعلام من نوع جديد (متخصص)، ليستطيع تلبية هذه الحاجات وإشباعها.

٨- تطور وغنى المعطيات في مجالات ونشاطات معرفية ومجتمعية وعلمية، وتحولها إلى حياة كاملة غنية، الأمر الذي جعل الإعلام العام يرتبك في تقديم المعالجة الإعلامية المناسبة لها، الأمر الذي دفع وبشكل مرافق للعوامل الأخرى باتجاه ظهور الإعلام المتخصص، فقد كان المجال السياسي هو المجال الأغنى الذي استقطب اندفاع الصحافة لتغطية شؤونه، ثم ظهرت مجالات أخرى لا تقل في أهميتها وجماهيريتها النخبوية الرياضية والثقافية والبيئية والصحية. الخ) وبدأ ينعكس هذا التطور في بداياته في ظهور أخبار وموضوعات عن هذه المجالات في الصحف العامة ومع ازدياد التطور، أخذت الصحف تخصص صفحات متخصصة لهذه المجالات وفي مرحلة لاحقة بدأت تظهر صحف ومجلات متخصصة في هذه المجالات .