الإعلام المتخصص وكيفية استخدامه أثناء الازمات

د.عادل عبد الله المجبري.
جامعة صبراتة, كلية الآداب, قسم الاعلام.

ملخص:

هدفت الدراسة المسومة والمعنونة بالإعلام المتخصص وكيفية استخدامه اثناء الأزمات حيث سعت إلي معرفة الطرق العليمة السليمة في كيفية استخدام الإعلام المتخصص لإحتواء ما ستؤول إليه الازمة التي تواجه المجتمع من خلال الإستخدام الصحيح للطرق العلمية المستخدمة في هذا المجال والوصول إلي نتائج يستفيد منها المجتمع في المستقبل وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية.

Abstract:

The aim of the study titled specialized media and how to use it during crises, where the study sought to scoop sound scientific methods in how to use specialized media to contain what will become the crisis facing society through the correct use of scientific methods used in this field and to reach results that benefit society in the future. This study is considered a descriptive and analytical study.

1. المقدمة

التخصص يعني انقسام لكل المعرفة إلي جزيئات متخصصة حيث أصبح كل علم يحدد معالمه ويتميز عن غيره من العلوم والمعارف الاخرى, وهنا نقصد بالإعلام المتخصص كل الاعلام سواء كان مقروء أو مسموع أو مرئي يهتم في اساس بجانب من جوانب المعرفة الانسانية ويصل إلي جمهور متخصص تجمعه عدد من الخصائص أو السمات المشتركة وعلى هذا الضوء تعد المادة الاعلامية بدقة وتوضع في الشكل الملائم أو المناسب لخصائص وسمات الجمهور المستهدف فتكون الرسالة الاعلامية أكثر بكثير جداً من الرسائل او المواد التي توجه إلي جمهور عام كما يعد الاعلام المتخصص أحد أهم وسائل نشر الثقافة المتخصصة والمتعمقة لدى الجمهور,

كما يستخدم كل عناصر الجذب والإبهار والاقناع التي تتميز بها كل وسائله المختلفة فالإعلام المتخصص يهتم بتقديم جرعات كبيرة من المضامين في مجال بعينه كمواد الدراما والرياضة والسياسة والاقتصاد، و بعد أن كثرت مجالات الحياة واتسعت وتشعبت وتطورت صار يجب ان تتوجه إلي التخصص في أي مجال بل أصبح لا غنى عن التخصص سعياً نحو الابداع في هذا المجال والالمام بكل ما يرتبط به وتطوير افاقه والتركيز على جمع تفاصيله وجزئياته، وانطلاقاً من ذلك نشأت الحاجة

إلي وجود أنواع من الاعلام المتخصص في ميادين تطلبت ذلك الامر بل صار أمراً حيوياً لها، وضروريا لفهم مكوناتها واقسامها وموضوعاتها فهما شاملاً وعميقاً كالأعلام الاقتصادي والرياضي والامني والعسكري والسياسي ولذلك سعت الحكومات لسيطرة وامتلاك الاعلام ليكون اهم أذرعها التي تخاطب به الراي العام من منطلق أن الاعلام السياسي من أبرز أشكال الاعلام المتخصص بل يمكن القول بأنه من أبرز أذرع النظام السياسي للدولة والسياسة الخارجية حيث يركز ايضاً على الجوانب المعرفة الانسانية وتوجيهها إلي فئة متخصصة حيث يتفق الاعلام المتخصص مع كافة نظريات الاتصال المعاصرة وذلك من خلال اختيارها للجمهور عددا ونوعا.[1, 2]

2. مشكلة الدراسة

تعد مشكلة البحث خطوة من خطوات البحث العلمي المتبعة لغرض تحديدها بشكل علمي والمرمى منها الوصول إلي نتائج علمية يستفيد منها الدارسين لهذا المجال والمجتمع, حيث أصبح الاعلام المتخصص وسيلة يعتمد عليها كل مجتمع في حل الازمات التي تواجهه من خلال توظيف الوسائل الاعلامية المتخصصة لتوصيل المعلومات بطريقة علمية مقنعة إلي الجمهور حتى يتم احتواء هذه الازمة بشرحها وتوضيح اسبابها ومن هنا تكمن المشكلة في اطار هذه الدراسة حول الاعلام المتخصص وكيفية استخدامه أثناء الازمات وتوظيفه بأسلوب متخصص. بناء عليه فقد

[1] عمرو صبري أبو جبر: محاضرات في مساق الإعلام المتخصص، فلسطين،2011

[2] ماجدة عبد المرضي محمد سليمان " الصحافة المتخصصة–اشكاليات الواقع وافاق المستقبل". دار العالم العربي. الطبعة الأولى. القاهرة, 2010.

وجد الباحث ضرورة البحث لمعرفة الاساليب الاعلامية المتخصصة التي يجب استخدامها اثناء الازمات ومعرفة مدى استجابة المتلقي لما يقدم خصوصا اثناء الازمة, وقد تناول الباحث هذه المشكلة في التساؤل التالي:

ما هو الاستخدام الامثل للبرامج المتخصصة اثناء الازمات ((برنامج لمسة خير بقناة ليبيا الرسمية نموذجا)).

3. **أهمية الدراسة**

تأتي أهمية هذا الدراسة في تسليط الضوء على أحد أهم الاساليب الاعلامية استخداماً وخصوصاً في المرحلة الراهنة في ظل التغيرات التي تحدث في العالم سواء على

المستوى السياسي والاقتصادي والاجتماعي حيث اصبح من الضروري معرفة الكيفية التي يجب أن تتبعها في الاستخدام الامثل للوسائل المسموعة والمقروءة والمرئية فالإعلام المتخصص عند استخدامه أثناء الازمات يحتاج إلي اعداد جيد لبرامجه حيث يعد التخطيط العلمي ضروري لا غني عنه لأي وسيلة اعلامية متخصصة فيتطلب التجديد المستمر في اعداد المادة الاعلامية المناسبة ووضعها في القوالب التي يفضلها الجمهور المستهدف لان جمهور وسائل الاعلام المتخصص محدود في اعداده, و لكى تصل رسالة القائم بالاتصال بطريقة يتفهمها المتلقي فالوسائل الاعلامية المتخصصة اصبح لها دور مهم ومباشر في مخاطبة الجمهور بطريقة متطورة وفاعلة خصوصا أثناء الازمات, عليه تم اختيار الاعلام المتخصص وكيفية استخدامه اثناء الازمات من قبل الباحث كموضوع بحث لمعرفة الاساليب العلمية التي يجب اتباعها في توظيف الوسائل الاعلامية المتخصصة أثناء الازمات.[3]

4. أهداف الدراسة:

تعد صياغة الاهداف من الخطوات المهمة في أي بحث والمقصود بذلك هو وضع مجموعة من الجمل التي توضح ما يسعى الباحث إلي تحقيقه. نهدف في بحثنا هذا

[3]راضي رشيد الجبوري "دور الاعلام المتخصص في تنمية القدرات المعرفية لدى طلبة الاعلام (قناة ناشيونال جيوغرافيك أبوظبي نموذجا), كلية الاعلام/ الجامعة العراقية 2012.

الى معرفة الطرق العلمية وكيفية استخدامها لتوظيف الوسائل الاعلامية المتخصصة اثناء الازمات التي تواجه المجتمع خصوصا في هذه المرحلة, وتتمثل الاهداف في الاتي:-

1- معرفة الاساليب العلمية الحديثة التي يجب استخدامها.
2- التحقق من مصداقية الاعلام المتخصص وحجم التأثير على المجتمع((الحيادية)).
3- التعرف على مدى استجابة المتلقي للبرامج المتخصصة.
4- ابراز اهمية الاعلام المتخصص في مواجهة الازمات.

تساؤلات الدراسة

1- هل الاساليب المستخدمة في انتاج البرامج الاعلامية المتخصصة ترتقي إلي المستوى المطلوب؟
2- ما مدى تفاعل المتلقي لما يقدم من برامج متخصصة؟
3- هل انتاج البرامج المتخصصة لها تأثير ايجابي على المتلقي؟ ((حيادية الخطاب))
4- ما حجم استخدام الاعلام المتخصص اثناء – الازمات؟

5. منهجية الدراسة:

يتناول الباحث في هذه الدراسة النقاط التالية:-

5.1. نشأة الاعلام المتخصص ومفهومه وتطوره.

بعد أن كثرت مجالات العلوم وتشعبت ميادينها وتطورت حقولها صار التخصص في مجال ما أمراً لا غني عنه ولا حيادية عنه سعيا نحو الابداع في هذا المجال والالمام بكل ما يرتبط به وانطلاقاً من ذلك نشأت الحاجة إلي وجود أنواع من الاعلام المتخصص في ميادين تطلبت ذلك الامر وبات أمراً حيوياً وضرورياً لفهم مكوناتها واقسامها وموضوعاتها فهماً عميقاً شاملاً كإعلام السياسي والاقتصادي

والعسكري ولا يعني وجود الاعلام عام واعلام متخصص ان الاساليب العامة لكل منها تختلف عن الاخرى بل أن كلا منها تختلف عن الاخرى بل إن كلا منها يتجه إلى أداء دوره

ومهامه واهدافه مستعيناً بوسائل وسبلاً تختلف عن الاخر بل ان كلا منهما يستخدم الاساليب نفسها مع مراعاة خصوصية وطبيعة كل نوع.[4] حيث أن

الاعلام المتخصص يعتبر ظاهرة ذات طابع تاريخي بل يعتبر ظهوره وتطوره عملية معقدة وممتدة حصلت في التاريخ والمجتمع, فالإعلام الذي يتخصص بمجال

معين هو الاعلام الذي يركز على جوانب المعرفة الانسانية وتوجيهها إلي فئة متخصصة, حيث تمتك هذه الفئة مجموعة من الخصائص والسمات التي تجمع بينهم فقد تكون هذه الموضوعات متعلقة بالسياسة، البيئة, الاقتصاد وغيرها من

التخصصات فإعلام المتخصص يتفق مع كافة نظريات الاتصال المعاصرة وذلك من خلال اختيارها لجمهور محدد.[5]

5.2.انماط الاعلام المتخصص

للإعلام المتخصص مجموعة من الانماط نذكر المهم منها وهي كالاتي:-

- الاعلام السياسي:- وهو يعتبر من أبرز أنواع الاعلام وهو الذي يزود الراي العام بكل ما تقوم به الدولة لخدمتها ومصالحها على النطاق الدولي من خلال مختلف الوسائل الاعلامية المتاحة من خلال المنابر والتجمعات والاحزاب وابراز اشكال الاعلام السياسي الخارجي والاخير نعني به مجموعة من الوسائل الاعلامية ومضامينها التي تخاطب بها الراي العام فلهذا اعتبر الخبراء ان الاعلام السياسي هو أبرز اشكال الاعلام المتخصص بل يمكن القول بأنه من أبرز أذرع النظام السياسي لدولة والسياسة الخارجية.[6]
- الاعلام الاقتصادي:- هو يعتبر احد أهم الانماط الاعلامية المتخصصة فيعتبر المحرك الاساسي لعمليات التكتلات والتجمعات والاحلاف الاعلامية هو المحدد لقوة الدول والمجموعات الاقتصادية حيث تمكن من تعزيز المنافسة والجدوى والعائد المالي

[4]ياسين خضر العلي " الاعلام المتخصص بين الاكاديمي والمهني. 2012. http://www.iraqi.dk/news

[5] أديب خضور " الإعلام المتخصص : الاقتصادي-الرياضي-الثقافي-السكاني-العلمي، خصائص الكتابة للإذاعة والتلفزيون". المكتبة الاعلامية. الطبعة الأولى. دمشق, 2003.

[6]بسام عبد الرحمن المشاقبة. الاعلام الامني. دار اسامة للطباعة والنشر. الطبعة الأولى. الاردن, 2012

والمردود الاقتصادي وقد قام بدور اساسي في الحياة الاقتصادية والدولية والمحلية فهو اعلام معني بمعالجة الاحداث والظواهر

- والتطورات في الحياة الاقتصادية بجوانبها المختلف للتأثير على مسارات التطور والتغير في الجانب الاقتصادي .[6, 7]

في هذا الدراسة تم اختيار المنهج الوصفي التحليلي الذي يهتم بوصف الظاهرة وتحليلها وتمحيصها ومناقشتها بأسلوب علمي لمعرفة الاساليب العلمية التي يجب استخدامها أثناء توجيه رسالة متخصصة للملتقي. أما بالنسبة لحدود الدراسة فتمثلت في:

الحدود الزمنية:

يقتصر هذا البحث على دراسة كيفية توظيف استخدام الاعلام المتخصص في مواجهة الازمات في القنوات الحكومية حيث تم اختيار برنامج لمسة خير بقناة ليبيا الرسمية لدورة اعلامية كاملة مدتها ثلاثة أشهر تبدء من 2020/10/01 إلي 2020/12/30.

الحدود المكانية:

يتناول هذا البحث دراسة عينة منتظمة ثم اختيارها لدورة اعلامية كاملة مدتها ثلاثة أشهر في((قناة ليبيا الرسمية)). تم جمع البيانات ميدانيا اعتمادا على صحيفة استبيان " استمارة المضمون"

6. مناقشة نتائج الدراسة:

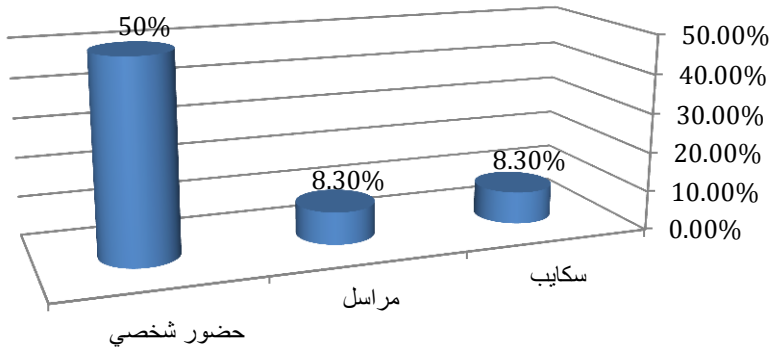
في هذا الجزء سنقوم بعرض نتائج تحليل بيانات عينة الدراسة اعتمادا على التحليل الوصفي باستخدام الرسومات البيانية, كما سنعمل أيضا على تقدير النقطة وتقدير الفترة لتقدير معالم مجتمع الدراسة (حلقات برنامج لمسات الخير) لبعض متغيرات استمارة تحليل المضمون (معلمة نسبة المجتمع) باستخدام توزع ذي الحدين[8] تم استخدام البرمجية الإحصائية IBM SPSS Statistics الإصدار الخامس والعشرون في معالجة بيانات الدراسة وتنفيذ التحليل الاحصائي للحصول على نتائج هذه الدراسة، والمبينة والتي تم تلخيصها في جداول وأشكال بيانية على النحو التالي:

[6]بسام عبد الرحمن المشاقبة. الاعلام الامني. دار اسامة للطباعة والنشر. الطبعة الأولى. الاردن, 2012.

[7]علي جاسم الواد " بين الاعلام المتخصص والاعلام الموجه" http/www.alfayhaa.tv/articles/marsad/70835.htm

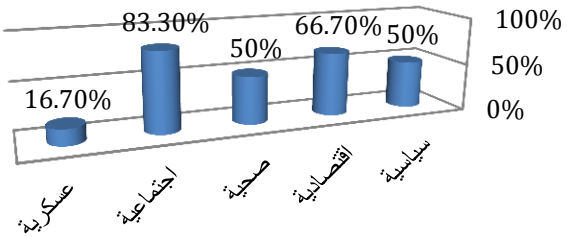
1- بينت نتائج التحليل بأن اكثر وسائل تواصل الجهور مع البرنامج كانت متمثلة في المكالمات والرسائل حيث بلغ عدد المكالمات في المتوسط 310 مكالمة و316 رسالة. أما بالنسبة لباقي وسائل التواصل فكما هي موضحة بجدول (1) ادناه حيث كان ابرزها الحضور الشخصي بنسبة بلغت 50%, يليها المشاركة عبر السكايب والمراسل بنسب متساوية بلغت 8.3%, والشكل رقم (1) يوضح نسب وسائل التواصل.

شكل (1) يمثل نوع تواصل الجمهور مع البرنامج



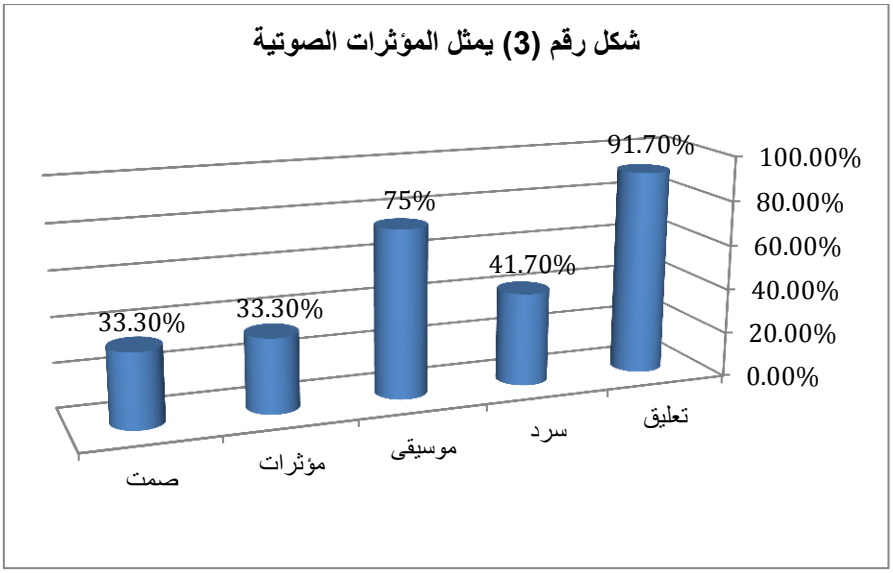
2- يبين الشكل أدناه أن أغلب حلقات البرنامج تناولت القضايا ذات الاهمية الاجتماعية والاقتصادية حيث بلغة نسبتها 83.30% للأولى و 66.7% للثانية.

شكل رقم (2) يمثل القيم المحتملة بالبرنامج

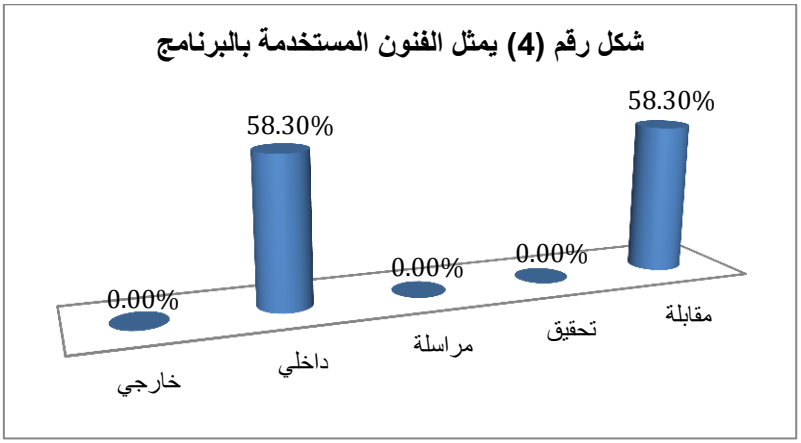


3.يمكننا ملاحظة أن المؤثرات الصوتية المستخدمة في غالب حلقات البرنامج كانت متمثلة في مؤثر التعليق بنسبة بلغت 91.7% وبشكل عام وبفترة ثقة قدرها 95% كانت نسبة عدد الحلقات تتراوح (0.615، 0.998) في حين كانت مؤثر الصمت اقل المؤثرات الصوتية استخداماً بحلقات البرنامج حيث بلغة نسبته 33.30% كما هو مبين بالشكل أدناه.

[8] Shalabi, B. O, "Two-Sided Confidence Intervals for the Binomial Parameter", Journal of Libyan National Board of Scientific Research, Tripoli-Libya. (2007).

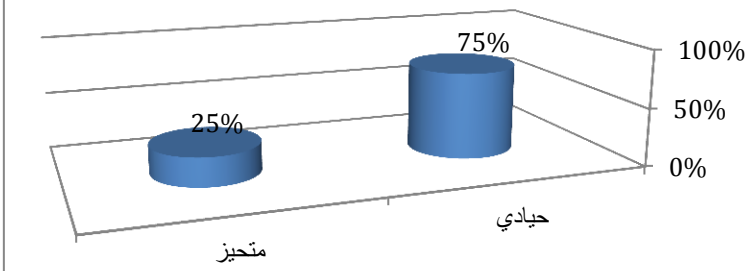


فيما يتعلق بالفنون المستخدمة في تناول الأزمة فيمكن لنا من الشكل البياني رقم (4) ملاحظة ان البرنامج يعتمد في اغلب حلقاته استخدام فن المقابلة بنسبة 58.33% والمتمثلة فقط في المقابلة الداخلية, وعلى الخلاف بينت النتائج ان البرنامج لا يعتمد في حلقاته استخدام باقي الفنون الاخرى كالمقابلة الخارجية و المراسلة.



4- يتضح من الشكل رقم (5) لطبيعة تعامل الخطاب الأعلامي بحلقات البرنامج هو حيادي بنسبة 75% ما يعني الى ان البرنامج يتناول القضايا المطروحة به بشكل حيادي في اغلب حلقاته.

شكل رقم (5) طبيعة تعامل الخطاب الاعلامي



5- يبين الشكل رقم (6) أن نوع القضايا المتناولة في اغلب حلقات البرنامج كانت متمثلة في القضايا الاجتماعية والصحية بنسب متكافئة بلغت 100% ويليها القضايا الاقتصادية بنسبة 75% في حين كانت اقل القضايا تناولا بالبرنامج هى القضايا الأمنية, وهذا يؤكد ان هناك ربط بين القيم المحتمل وجودها بالبرنامج ونوع القضايا المتناولة فيه.

شكل رقم (6) يمثل نوع القضايا المتناولة بالبرنامج

2. تقدير معالم المتغيرات المتعلقة بخصائص برنامج لمسات الخير

جدول 1: تقدير الفترة بمستوى ثقة 95% لنسبة مجتمع الدراسة المئوية من حلقات برنامج لمسات الخير وذلك وفقاً لموضوعات استمارة التحليل.

الموضوعات (Characteristics)	حلقات برنامج لمسات الخير			
تواصل الجمهور	**n**	$(\hat{p}*100\%)x$	**LL**	**UL**
سكايب	12	1 (8.30)	0.002	0.385
مراسلة		1 (8.30)	0.002	0.385
حضور شخصي		6 (50)	0.211	0.789
القيم المحتمل وجودها	**n**	$(\hat{p}*100\%)x$	**LL**	**UL**
سياسية	12	6 (50)	0.211	0.789
اقتصادية		8 (66.70)	0.349	0.901
صحية		6 (50)	0.211	0.789
اجتماعية		10 (83.3)	0.516	0.979
عسكرية		2 (16.7)	0.021	0.484
المؤثرات الصوتية المستخدمة	**n**	$(\hat{p}*100\%)x$	**LL**	**UL**
تعليق	12	11 (91.70)	0.615	0.998
سرد		5 (41.70)	0.152	0.723
موسيقى		9 (75)	0.428	0.945
مؤثرات صوت		4 (33.30)	0.099	0.651
		4 (33.30)	0.099	0.651
القنوات المستخدمة	**n**	$(\hat{p}*100\%)x$	**LL**	**UL**
مقابلة	12	7 (58.33)	0.277	0.848
داخلي		7 (58.33)	0.277	0.848
تعامل الخطاب الاعلامي	**n**	$(\hat{p}*100\%)x$	**LL**	**UL**
حيادي	12	9 (75)	0.428	0.945
متحيز		3 (25)	0.055	0.572
نوع القضية المتناولة	12	$(\hat{p}*100\%)x$	**LL**	**UL**
صحية		12(001)	0.735	1.00
سياسية		6 (50)	0.211	0.789
اقتصادية		9 (75)	0.428	0.945
عسكرية		5 (41.70)	0.152	0.723
أمنية		4 (33.30)	0.099	0.651
رياضية		5 (41.70)	0.152	0.723
ثقافية		7 (58.33)	0.277	0.848

LL = الحد الأدنى لفترة الثقة للنسبة **UL** = الحد الأعلى لفترة الثقة للنسبة

n = حجم العينة (عدد الحلقات) $(\hat{p}*100\%)x$ = العدد (تسبة العينة المئوية)

من جدول (1) نلاحظ أن وسيلة الحضور في متغير تواصل الجمهور مع البرنامج بشكل عام وبدرجة ثقة قدرها 95% كانت أكثر وسائل التواصل بحلقات البرنامج حيث بلغت نسبتها ما بين (0.789, 0.211), في حين بينت النتائج أن القضايا الاجتماعية كانت الابر بين القيم المحتمل وجودها بنسبة (0.979, 0.516), أما المؤثرات الصوتية الاكثر استخداما بالبرنامج فكانت متمثلة في مؤثر التعليق حيث بلغت نسبته في مجمل الحلقات (0.998, 0.615). كما يمكن ملاحظة أن أكثر الفنون المعتمدة بالبرنامج كانت متمثلة في المقابلة الداخلية بفترة ثقة بلغت (0.847, 0.277), وأن الخطاب الاعلامي بالبرنامج كان حياديا بنسبة تراوحت بين (0.428, 0.945). بينت النتائج أيضا أن هناك توافقا بين نوع القضايا المتناولة بالبرنامج والقيم المحتمل وجودها به حيث كانت القضايا الاجتماعية أبرز القضايا تناولا بحلقات البرنامج بنسبة تراوحت (1.00,0.735).

7. الخلاصة:

بعد تبويب نتائج استمارة التحليل الخاصة بعينة الدراسة المتمثلة في برنامج لمسات الخير بقناة ليبيا الرسمية تبين من خلالها أن الاساليب المتبعة في انتاج البرنامج لا ترتقي الى المستوى المطلوب من ناحية الاخراج والتصوير, بينما عكست تفاعل المشاهد وتأثره بمحتوى البرنامج من خلال المشاركة والتواصل عبر الرسائل والمكالمات وغيرها, ما يدل على أن البرامج المتخصصة يمكن الاعتماد عليها في احتواء الازمات بشرحها وتوضيح أسبابها واقتراح الحلول الممكنة.

8. التوصيات:

- نوصي القائمين على وسائل الاعلام وخاصة المرئية منها باستخدام الأساليب العلمية في انتاج البرامج.
- نوصي بالعمل على انتاج برامج ثقافية متخصصة تهتم بقضايا المجتمع.
- نوصي بإعداد خطط لإنتاج برامج اعلامية متخصصة لمواجهة الازمات المتوقعة.

9. المراجـــع:

1. عمرو صبري أبو جبر: محاضرات في مساق الإعلام المتخصص، فلسطين،2011. (Themedianote.com).
2. ماجدة عبد المرضي محمد سليمان " الصحافة المتخصصة–اشكاليات الواقع وافاق المستقبل". دار العالم العربي. الطبعة الأولى. القاهرة, 2010.
3. راضي رشيد الجبوري "دور الاعلام المتخصص في تنمية القدرات المعرفية لدى طلبة الاعلام (قناة ناشيونال جيوغرافيك أبوظبي نموذجا).

Pages 741-768Issue 76 / journal of the college of basic education,

4. ياسين خضر العلي " الاعلام المتخصص بين الاكاديمي والمهني. 2012.

http ://www.iraqi.dk/news

5. أديب خضور " الإعلام المتخصص : الاقتصادي–الرياضي–الثقافي–السكاني–العلمي، خصائص الكتابة للإذاعة والتلفزيون". المكتبة الاعلامية. الطبعة الأولى. دمشق, 2003.
6. بسام عبد الرحمن المشاقبة. الاعلام الامني. دار اسامة للطباعة والنشر. الطبعة الأولى. الاردن, 2012.
7. علي جاسم الواد" بين الاعلام المتخصص والاعلام الموجه"

http/www.alfayhaa.tv/articles/marsad/70835.htm

8. Shalabi, B. O, "Two-Sided Confidence Intervals for the Binomial Parameter", Journal of Libyan National Board of Scientific Research, Tripoli-Libya. (2007).