دعوة للمشاركة في عدد خاصّ للمجلّة التّونسيّة لعلوم الاتّصال

الصّحافة المتخصّصة: الأدوار والتّحدّيات والرّهانات

يعتبر البعض أنّ "الصحافة واحدة ومتعدّد في الآن ذاته" (Assogba, 2020, p1) ذلك أنّ وحدة الصحافة وشموليتها - وفقا لتمثّلات المخيال الجماعي المشترك لها - تتمحور حول جوهر الممارسة الصحفية المتمثّلة أساسا في إخبار الجمهور ومدّه بالمعلومات عن مختلف الأحداث في مختلف الأزمنة والأمكنة...ويذهب البعض الآخر إلى اعتبار أنّ الحقل الصحفي - رغم ما يحتويه مفهوم الحقل من وحدة واختلاف في الآن ذاته - ينبني حول قطبين متناقضين هما الشّمولية من جهة والتّخصص من جهة أخرى (Marchetti, 2002). والشمولية هي تنويع المؤسسات الصحفية لمادتها الإعلامية ولجماهيرها في حين ترتكز الصّحافة المتخصّصة على أنواع بعينها من المواضيع (الاقتصاد، الرّياضة، الدّين، الصّحّة، البيئة، الطبخ، الموسيقى، الدّراما،...)، أو إخبار بعض الفئات أو القطاعات من الجماهير (الأطفال، النّساء، الرّياضيين، الشّباب، الفلاّحين ...). وعلى هذا الأساس يعرّف البعض هذا النوع من الصحافة على أنه "التعمّق في مجال محدد بهدف إدراك جميع مدّياته وأبعاده ومتابعة حركتها التطوّرية...لذا فالإعلام المتخصّص هو :الإعلام المتجدّد بتجدّد موضوعات الحياة ومجالات التخصص المختلفة " (صالح، حسن، 2019، ص21). غير أن تعريف الصّحافة المتخصّصة ومقاربتها على أساس الإختلاف أو الالتقاء مع الصّحافة الشاملة من حيث المواضيع والجمهور المستهدف يبقى منقوصا إذ لا يأخذ بعين الإعتبار الخصوصيات (المهنية، والاجتماعية، والاقتصادية...) لهذا النوع من الصّحافة وتعقيداته سيما في ظل سياقات معينة مثل الرّقمنة أو الأزمات.

ولئن كانت الصّحافة الشاملة هي الأقدم تاريخيا فإن الصّحافة المتخصّصة ظاهرة قديمة كذلك وتعود بالتحديد إلى عصر النهضة مع صدور "صحيفة العلماء" «le journal des savants» الصّادرة بفرنسا سنة 1665، وهي صحيفة أدبية علميّة متخصصة في الاكتشافات والاختراعات العلمية. وكانت من فتح باب الصّحافة المتخصصة في العديد من المجالات إذ دفعت الجمعيّات العلميّة آنذاك نحو إصدار المزيد من الدّوريات العلميّة في مختلف مجالات الحياة على غرار الاقتصاد والطبّ والتّربية والموضة والمسرح. إلا أنّ هذا النوع من الصّحافة - وإلى نهاية القرن التاسع عشر- ظلّ نخبويا يكتبه العلماء والباحثون ويتوجّهون به إلى جمهور متكوّن بدوره من العلماء والمتخصّصين في ما اعتبرت الوسيلة الإعلاميّة مجرّد أداة موصلة بينهم في لغة علميّة يستعصي على الجمهور العريض أو غير المتخصّص فهمها.

وقد حذا الإعلام السمعي البصري حذو الصّحافة المكتوبة مع تطوّره شيئا فشيئا وذلك ببثّ برامج مختصّة ضمن المحطات الإذاعية أو القنوات التلفزيونية العامّة (الشّاملة) مثل برامج الأطفال أو برامج الموسيقى أو برامج الأدب أو الصّحة أو غيرها. واثر تخطّي القطاع مرحلة الجماهيريّة وتعاظم إمكاناته واهتماماته تمّ إنشاء مؤسّسات إذاعيّة وتلفزيونيّة متخصّصة أصبحت تتنافس في ما بينها لاستقطاب جماهير محدّدة.

ومع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين وترسّخ المؤسّسات الإعلاميّة الكبرى كان التوجّه نحو مجالات أو فئات بعينها بغية الإلمام والسّيطرة على التعقيدات المختلفة والمتصاعدة التي أصبحت تميّز الجماهير المتنوّعة، واستجابة لما يعرف بـ "تفتيت الجماهير" la fragmentation des publics" (Ringoot, Utard,2015) تمّ "تفتيت المادّة الإعلاميّة المعروضة « fragmentation de l'offre » كما أصبح الإعلاميّون أنفسهم هم من يقدّمون المعلومة والمعرفة للجمهور بأسلوبهم الإعلامي البسيط ومستوى معارفهم الناتج عن البحث والمعرفة في المجال المعني عدا عن تكوينهم في مجال الإعلام.

وقد تزامن هذا التعمّق والاهتمام بالتخصّص والتخصّصات الدّقيقة hyperspcialisation من قبل الباحثين والمؤسسات الإعلامية خاصّة مع التطور التكنولوجي الحديث وعصر الرّقمنة الذي غيّر الواقع المهني والاقتصادي لهذه المؤسّسات، بل وحتى الممارسات الصحفية ككل. وتعزى هذه التغيرات في جانب منها أيضا إلى التطور الاجتماعي والاقتصادي وانتشار التعليم واتساع مجالاته والحاجة المتزايدة إلى قدرات متعلّمة ومثقّفة ومتخصّصة تخصّصا علميّا دقيقا.

ومما لا شك فيه، فإن ظهور جمهور نوعيّ في حاجة إلى إعلام نوعيّ يسهم في تعزيز بروز الإعلام المتخصّص كونه انعكاسا حقيقيّا لملامح المجتمعات في صورها الإيجابية أم السلبيّة وجزءا لا يتجزّأ عن مجالات الحياة (الشّمري، 2018) فضلا عن كونه تعبيرا عن هذا التقسيم و"التفتيت" الذي طال الجماهير زمن الوفرة الإعلاميّة والمعلوماتية، فبرزت كذلك أنواع من "الصّحافة" مثل "صحافة الأقلّيات" و"الصّحافة الاستقصائية" و"الصّحافة البيئيّة" و"الصّحافة العلميّة"... الأمر الذي جعل الصحافة المتخصّصة أكثر تنوّعا وتعقيدا .

واذا كان الإعلام المتخصّص يتوجّه بمادّته المتخصّصة إلى جمهور متخصّص أو فئات مهتمّة ذات ثقافة متوسّطة أو عالية في المجال المعني فانّ ذلك يتطلّب إعلاميّا متخصّصا ذا خبرة ودراية بموضوعه أو مجاله فهو "أشبه ما يكون بالباحث العلمي الذي يتجاوز دوره الإخبار إلى التّحليل وكشف الأبعاد والخلفيّات الفنّية الدّقيقة على أسس علميّة ومنطقيّة وإحاطة الجمهور بتطورات وظروف العصر... إضافة إلى إعطاء المجال والفرصة للمتخصّصين والخبراء للاقتراب من الجمهور" (صالح، حسن، 2019: ص26). ولأن أزمات العصر تواترت من الحروب إلى الأزمات الصحيّة إضافة إلى الصّعوبات المناخيّة كما المشاكل البيئّية وتلك الاقتصاديّة والسّياسيّة وغيرها، فانّ الحاجة إلى "الصّحفي الخبير" أو "الصّحفي المتخصّص" يزداد تأكيدها باعتباره القادر على شدّ اهتمام الجماهير ومدّهم بالمعلومات اللازمة دون غموض أو نقصان وإقناعهم وتهدئة خوفهم وطمأنتهم وتقديم إجابات لأسئلتهم المحيّرة بأسلوب بسيط وعقلاني ودقيق.

غير أنّ مسألة التخصّص في الإعلام تبدو مسألة جدليّة حيث يرى باحثون على غرار Neveu وRieffel و Ruellan أنّ مفهوم "الصحفي المتخصّص" مسألة لا معنى لها باعتبار أنّ كلّ صحفي هو متخصّص بالضّرورة ولكن يمكن أن ينظر للمسألة من ناحية التخصّص الوظيفي (رئيس تحرير، مدير تحرير...) أو من زاوية التخصّص ضمن أقسام أو فقرات تعنى بمواضيع معيّنة (القسم الرياضي، القسم السّياسي، القسم الاقتصادي، القسم الفنّي...الخ) أو كذلك من زاوية التخصّص الجغرافي (وطني، عالمي) (Neveu, Rieffel, Ruellan, 2002 :p11).

كما أنّ "التخصّص" قد يكون في علاقة متينة بمسألة التلقّي، بمعنى هل أنّ مصلحة الجمهور والأجدى له من حيث حسن إخباره وإفهامه وتوضيح المسائل المطروحة له تتجسّد من خلال تقديم هذه المواضيع من قبل "صحفيّ مختصّ" في المجال ودارس له أو من قبل "صحفيّ شامل" قادر على إدارة أيّ موضوع مهما كان نوعه أو مجاله (Laplante, 1992 : p81)؟ غير أنّ الإجابة وفق الكاتب ذاته لا يمكن الحسم فيها نظرا لعدد من المتغيّرات منها الموضوع المتناول وتوقيته والوسيلة الإعلاميّة التي تبثّه. ويبقى متغيّر التطوّر الزّمني على غاية من الأهميّة بالنظر إلى الخصوصيّات الجديدة للجماهير التي فرضت توجّها نحو نوعيّة خاصّة من الموادّ الإعلامية إضافة إلى ظهور الميديا الجديدة والميديا الرّقمية والمنصّات الإخباريّة التي زادت من حدّة تفتيت الجماهير وتقسيمهم وفقا لاهتمامات أو أجندات أو إيديولوجيات بعينها، كما أنّها غيّرت في العمق طبيعة وطريقة إنتاج واستهلاك المعلومة التي أضحت "تجربة اجتماعيّة une expérience sociale" بالنّظر إلى هذا الجمع بين الشّبكات الرّقمية وإمكانات المشاركة السّريعة للمضامين الإعلاميّة (Mercier, Cheynel, 2014 :p9).

ولعلّ المتابع للشأن الإعلاميّ يلاحظ أن الكثير من المؤسّسات الإعلامية قد نحت باتّجاه الدّمج بين "المتخصّصين" أو ما يعرف بـ"المعلّقين les chroniqueurs" كلّ في مجاله و"الإعلاميّ الشّامل" القادر على توجيه دفّة الحوار أو النّقاش في عديد البرامج، وخصوصا منها البرامج ذات نسب المتابعات المرتفعة. هذا الدمج هو محاولة للمزج بين التوجّهين رغم الانزلاقات المعرفيّة والمهنيّة والإيديولوجيّة التي تشوب الكثير من هؤلاء المعلّقين الذين غصّت بهم الشّاشات والمصادح. وقد تبدو بعض التجارب الأخرى في المزج بين اختصاص بعينه موازاة مع التكوين الإعلامي في مختلف اختصاصاته جديرة بالاهتمام وقادرة على رسم مسارات إعلامية مميّزة ونادرة لما يتطلّبه الأمر من وقت وجهد في التّكوين.

هذه التجارب تدفعنا إلى إعادة التّفكير في مسألة التّكوين الإعلامي وبالتحديد في "الهويّة المهنيّة" للصّحافي (Mercier, Cheynel, 2014 :p11). فهل أنّ هذه المؤسّسات الجامعيّة مدعوّة إلى تقديم تكوين شامل في الإعلام أم أنّه يتحتم عليها تمكين طلاّبها من تكوين متخصّص في مجالات بعينها أم أنّ الأمر يعود إلى اجتهاد ذاتي من قبل مختلف الأطراف الفاعلة في عملية التّكوين كل حسب اهتماماته واختياراته؟ أم أنّه على المكوّنين في المجال الإعلامي الانتباه إلى التغيّرات الطارئة على واقع المهنة ومحاولة مسايرتها قصد طيّ المسافات واختصارها بين التّكوين والممارسة في مجال الإعلام بما هو مجال متحوّل باستمرار كما تذهب إلى ذلك Camille Laville (2008).

ومن جهة أخرى هل أنّ على وسائل الإعلام والهياكل المشرفة على المهنة أن تحدّد شروطا في انتداب الصّحفيّين من حيث تكوينهم واختصاصاتهم؟ وهل يجب أن ينحدر هؤلاء الصّحافيّون من المدارس والجامعات الإعلاميّة أم أنّ المهنة تنفتح على كلّ الاختصاصات؟ وأيّ أثر لذلك على المنتوج الإعلامي وجودته وفقا لأهداف المؤسّسات الإعلاميّة وتوجّهاتها وجمهورها ؟.

يتناول هذا العدد من المجلة التونسية لعلوم الاتصال موضوع الصحافة المتخصصة من خلال ثلاثة محاور رئيسية:

1. **الصّحافة المتخصّصة والصّحافة الشّاملة:**

- واقع الدراسات حول الصّحافة المتخصّصة في مختلف البلدان (المقاربات السّياقات التاريخية، الجمهور، الرهانات...)

- الإطار التشريعي.
- السياقات والمناويل الاقتصادية.

1. **الصّحافة المتخصصة و الصّحافي المتخصّص في سياق الرّقمنة:**

- الخصوصيات المهنيّة، الهوية الجديدة.
- الممارسات المهنيّة، العلاقة مع الجمهور.
- الفرص،التحديات والرهانات.
- دور مؤسّسات التّكوين الأكاديمي.

2. **الصّحافة المتخصّصة والأزمات:**

- الأدوار والمسؤوليات.
- العلاقة بالجمهور.
- الصّعوبات، التحديات والآفاق.

التّنسيق العلمي للعدد: أ.د. منصف اللّواتي / د. حنان الملّيتي / د. عائدة الفيتوري

المشاركة وتقييم المقترحات:

- يجب ان يندرج مقترح البحث ضمن أحد المحاور المحدّدة للعدد الخاصّ من المجلّة.
- يجب على الباحث ذكر:
  - اسمه ولقبه
  - الدّرجة العلمية المتحصّل عليها.
  - مؤسّسة الانتماء
  - البريد الالكتروني
  - محور البحث
- يرسل ملخّص البحث (في صفحتين على الأكثر ويحتوي على: إشكالية البحث ومنهجيّته ومخطّطه إضافة الى قائمة بيبليغرافيّة مختصرة) على العنوانين التّاليين: ipsi@ipsi.rnu.tn / hanen.militi@ipsi.uma.tn
  - تقبل المداخلات باللّغتين العربيّة والفرنسيّة.
  - ملاحظة: تسند الأولويّة للدّراسات الميدانيّة.

الرّزنامة:

- **05 ماي:** نشر الدّعوة للمشاركة.
- **30 ماي:** آخر أجل لتلقّي المقترحات.
- **15 جوان:** تلقّي ردّ اللّجنة العلميّة.
- **01 سبتمبر:** آخر أجل لإرسال نصوص البحث كاملة.
- **01 أكتوبر:** ارسال ملاحظات اللّجنة العلميّة للباحثين.

- **30 أكتوبر:** آخر أجل لإرسال النّسخة النّهائيّة للبحث.
- **خريف 2023:** نشر العدد الخاصّ من المجلّة.

قائمة بيبليوغرافيّة

- فاطمة الزّهراء صالح، أحمد جمال حسن، الإعلام المتخصّص، جامعة الوادي الجديد، دار المعرفة للطباعة والنّشر، مصر، 2019.
- صباح جاسم الشّمري، الإعلام والإعلام المتخصّص، دار الكتاب الجامعي، جامعة بغداد، 2018.

- Arnaud Mercier, Nathalie Pignard-Cheynel, « Mutations du journalisme à l'ère du numérique : un état des travaux », In *Revue française des sciences de l'information et de la communication* : *Etat des recherches en SIC sur l'information médiatique*, 2014, n°5, [en ligne] : https://doi.org/10.4000/rfsic.1097
- Camille Laville, « journalisme : former au changement. Comment les formateurs se saisissent des transformations du journalisme ? », *Médiamorphoses, journalisme : former au changement*, 2008, n°24, pp. 92-96.
- Dominique Marchetti, « Les sous-champs spécialisés du journalisme », in *Réseaux : communication, technologie, société*, 2002, Les journalismes spécialisés, 2002/1, n°111, p. 22-55.
- Eric Neveu, Rémy Rieffel, Dénis Ruellan, « Présentation. Dix ans après… », in *Réseaux, communication, technologie, société*, 2002, Les journalismes spécialisés, 2002/1, n°111, p. 22-55.
- Henri Assogba,.(Dir), *Journalismes spécialisés à l'ère numérique*, Presses de l'Université Laval, Québec, 2020.
- Jean Marie Charon, *La presse d'information multisupports. Imaginer, concevoir, expérimenter, créer*, UPPR Éditions, Paris, 2016.
- Laurent Laplante, *L'Information : un produit comme les autres* ?, l'Institut québécois de recherche sur la culture, Québec 1992.
- Roselyne Ringoot, Jean Michel Utard, (dir) « le journalisme en invention : nouvelles pratiques, nouveaux acteurs », Presses Universitaires de Rennes, Rennes 2005.
- Sameh Chabbeh, « Les journalistes spécialisés et l'« expertise ». Évolution des formes de professionnalisation dans les journaux d'information avant et après la révolution « Bouazizienne », in *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n°13/1, 2012, [en ligne] : http://w3.u-grenoble3.fr.