



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 03-

كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الصحافة

مطبوعة بيداغوجية على الخط موجهة لملف الأستاذية في مقياس

# الصحافة الإذاعية والتلفزيونية

محاضرات مقدمة للسنة الثالثة تخصص إعلام في علوم الإعلام والاتصال

انجاز الدكتورة:

برنيس نعيمة

السنة الجامعية: 2023/2022



## فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
07.....	مقدمة.....
<b>المحور الأول: الصحافة الإذاعية.</b>	
<b>أولاً: ماهية الصحافة الإذاعية.</b>	
11 .....	1- تعريف الإذاعة.....
11 .....	2- الفرق بين الإذاعة والفن الإذاعي.....
12 .....	3- تعريف البث الإذاعي.....
12 .....	4- تعريف الصحافة الإذاعية.....
14 .....	5- نشأة وتطور الإذاعة.....
18 .....	6- انعكاس التطور التكنولوجي على الصحافة الإذاعية.....
<b>ثانياً: خصائص الصحافة الإذاعية.</b>	
20.....	1- الخصائص العامة للصحافة الإذاعية.....
21.....	2- خصائص الكتابة التحريرية للصحافة الإذاعية.....
23.....	3- الخصائص التقنية للبرامج في الصحافة الإذاعية.....
<b>ثالثاً: وظائف الصحافة الإذاعية.</b>	
25.....	1- الوظيفة الإخبارية.....
26.....	2- الوظيفة الترفيهية.....
26.....	3- وظيفة مراقبة البيئة.....
26.....	4- وظيفة التثقيف.....
26.....	5- وظيفة الشرح والتفسير.....
27.....	6- الوظيفة الإقتصادية.....
27.....	7- الوظيفة السياسية.....
27.....	8- وظيفة التعليم والتثقيف.....
29.....	9- أهمية الصحافة الإذاعية.....

**رابعاً: أنواع الصحافة الإذاعية.**

- 1- تعريف البرامج الإذاعية.....32
- 2- تعريف البرمجة الإذاعية.....32
- 3- تصنيفات البرامج الإذاعية والتلفزيونية.....33
- 4- أنواع البرامج الإذاعية والتلفزيونية.....34

**خامساً: الصحافة الإذاعية المتخصصة.**

- 1- الإذاعة المحلية.....39
- 2- الإذاعة الإقليمية.....40
- 3- الإذاعة الدولية.....40
- 4- الإذاعة الوطنية.....41
- 5- الإذاعة الحوارية.....41
- 6- إذاعة المؤسسة.....41
- 7- إذاعة النوعية.....42
- 8- الإذاعة الخاصة.....42

**المحور الثاني: الصحافة التلفزيونية****أولاً: ماهية الصحافة التلفزيونية.**

- 1- تعريف التلفزيون.....45
- 2- تعريف البث التلفزيوني.....46
- 3- تعريف التغطية التلفزيونية.....46
- 4- تعريف القنوات التلفزيونية الفضائية.....47
- 5- تعريف الصحافة التلفزيونية.....47
- 6- تعريف الصحافة الإذاعية والتلفزيونية.....48
- 7- نشأة التلفزيون وتطوره.....49
- 8- انعكاس التطور التكنولوجي على الصحافة التلفزيونية.....56

**ثانيا: أنواع الصحافة التلفزيونية.**

- 1- برامج الصحافة التلفزيونية.....58
- 2- الأخبار الإذاعية والتلفزيونية.....61
- 3- النشرات الإذاعية والتلفزيونية.....75

**ثالثا: عوامل تطور الصحافة التلفزيونية.**

- 1- العامل التقني.....95
- 2- العامل الإقتصادي.....96
- 3- العامل السياسي.....99
- 4- عائدات الإشهار.....102

**رابعا: خصائص الصحافة التلفزيونية.**

- 1- الخصائص التقنية للتلفزيون.....105
- 2- خصائص الصحافة التلفزيونية.....106
- 3- خصائص التحرير في الصحافة التلفزيونية.....110
- 4- شروط الصحافة التلفزيونية الناجحة.....111
- 5- سلبيات الصحافة التلفزيونية.....112

**خامسا: الصحافة التلفزيونية المتخصصة.**

- 1- تعريف القنوات التلفزيونية المتخصصة.....116
- 2- تعريف الحصص الخاصة.....117
- 3- أنواع القنوات التلفزيونية المتخصصة.....117
- 4- أنواع الصحافة التلفزيونية المتخصصة.....118

خاتمة.....124

قائمة المراجع.....125

## فهرس الجداول والأشكال

الصفحة	المحتوى
25.....	1- إدارة الأخبار في محطات الراديو.....
52.....	2- الأعوام التي بدأ فيها البث الإذاعي في الدول العربية.....
63.....	3- عناصر الخبر الإذاعي والتلفزيوني.....
66.....	4- مصادر الأخبار الإذاعية والتلفزيونية.....
78.....	5- أنواع الأخبار الإذاعية والتلفزيونية.....
81.....	6- ترتيب الأخبار حسب نموذج النشرة المنحدرة.....
81.....	7- طريقة التسلسل الزمني لعرض الأخبار.....
82.....	8- ترتيب الأخبار حسب نموذج النشرة المقعرة.....
83.....	9- ترتيب الأخبار حسب نموذج النشرة المحدبة.....
84.....	10- ترتيب الأخبار حسب نموذج النشرة الرملية.....
84.....	11- ترتيب الأخبار حسب نموذج النشرة الأفقية.....

## مقدمة:

لقد أصبح الإعلام اليوم عبر مسيرته الطويلة وتحولاته الكبيرة والعميقة والمستمرة عصب الحياة وشريانها المتدفق في بناء التوجهات السياسية وتشكيل القيم الاجتماعية والثقافية، وتوجيه التنظيرات الاقتصادية المعاصرة.

وتعد الإذاعة والتلفزيون من أكثر وسائل الإعلام والاتصال تأثيرا على المتلقي من خلال ما تبثانه من الرسائل الإعلامية المختلفة، مشكلة بذلك برامج سمعية وبصرية، تستمد أهدافها من وظائف الإعلام الأساسية من إعلام وترفيه وتنقيف وإعلان تعليم، وتقوم رسائلها على نقل المعلومات بمختلف أنواعها بما يضمن التفسير والتوجيه والإرشاد والترويج والتسويق، وكذلك تقديم التسلية عن طريق الترويج والمتعة النفسية وتنمية الذوق الفني والحس الأدبي.

فكلاهما يسهمان في زيادة الوعي العام والتنشئة الاجتماعية ويساعدان على بلورة المواقف إزاء قضايا معينة، وتوجيه الرأي العام ودعم الاتجاهات وترسيخ المعتقدات، ومواجهة الإشاعات وغيرها من الأدوار التي بإمكان للإذاعة والتلفزيون تأديتها خلال عمليات الإنتاج المرئي أو المسموع، سواء بفيديو أو مقطع صوتي أو نص مكتوب، توضع في قوالب فنية جذابة ومقنعة ومؤثرة في المتلقي يشترط لإتمامها تكاتف مجموعة من الخبرات والجهود من طاقم العمل المسؤول عنها.

لذلك فإن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية ليست مجرد كلمات وأفكار تطلق في الفضاء لملء الفراغ أو لطرح موضوعات لا أهمية لها أو لا علاقة لها بأهداف المجتمع وحاجاته، وإنما تخضع بشكل دقيق إلى مجموعة مبادئ وأسس تجمع فيها بين الأسلوب الجاد في بلورة المعلومات والدمج الفني كباقي المكونات من صوت وموسيقى ومؤثرات صوتية تدعم المعلومات المقدمة وتجذب المتلقي وتزيده تركيزا.

فالبرامج الإذاعية والتلفزيونية تحقق نوعا من الاتصال قصير المدى كالتسلية، وآخر طويل كالتعليم و الثقافة، وأن منها ما يعد اتصالا تحضيريا لاعتماده على الدقة والموضوعية في إرسال واستقبال الأخبار والحقائق، ومن البرامج ما يعد اتصالا استهوائيا أي يقوم على مخاطبة الغرائز والعواطف، والاثنين هدفهما محاولة السيطرة على المتلقي وتوجيهه إلى ما يتفق مع السياسة الاجتماعية وحاجات الجمهور.

ف للصحافة الإذاعية والتلفزيونية جمهورها الخاص، ولهذا كان لزاما عليها أن تميز عن باقي الوسائل الإعلامية في جميع المجالات وفي كافة المكونات من أسلوب الكتابة إلى مكونات المواد الإعلامية وفريق إعدادها، وحتى في القوالب الفنية وأشكال البرامج مع احترام الخصوصية السمعية البصرية.

ومن هنا فإن للتخصص في مجال الصحافة الإذاعية والتلفزيونية ومن أجل توسيع مجال الفهم لدى الطلبة في هذا المقياس، حاولنا تقديم مطبوعة علمية للمحاضرات المقدمة لطلبة السنة الثالثة إعلام في علوم الإعلام والاتصال لتقريبهم أكثر من الميدان، وإطلاعهم على مجموعة من الأولويات والأساسيات المتعلقة بـصحافة الإذاعة والتلفزيون وبمختلف أنواعها التخصصية، وكذا إكسابهم مهارات علمية عملية خاصة بالمجال السمعي البصري تضم في محتواها ما يلي:

- **المحور الأول:** والذي تضمن المدخل إلى الصحافة الإذاعية، تطرقنا فيه إلى ماهية الصحافة الإذاعية تعريفا ونشأة بشكل من التفصيل، ثم خصائصها ووظائفها العديدة، لتركز على أنواعها المختلفة محاولين شرحها وتبسيطها للطلبة، وأخيرا تناولنا عنصر الصحافة الإذاعية المتخصصة ( المحلية، الدولية، الوطنية، الإقليمية....).
- **المحور الثاني:** والذي خصصناه للصحافة التلفزيونية، حيث تناولنا فيه الماهية من نشأة الصحافة التلفزيونية ومفهومها، ثم عمدنا إلى أنواعها وبرامجها بشكل مفصل أين حاولنا الحديث عن الصحافة الإذاعية والتلفزيونية بشكل عملي تطبيقي بداية من الفكرة ووصولاً إلى البث الإذاعي والتلفزيوني، كما تطرقنا إلى عوامل تطور الصحافة التلفزيونية وخصائصها التي تميزها عن غيرها من الوسائل الإعلامية لتكون لنا في الأخير نظرة على الصحافة التلفزيونية المتخصصة.

المحور الأول:

# الصحافة الإذاعية

أولاً: ماهية الصحافة الإذاعية

1- تعريف الإذاعة.

2- الفرق بين الإذاعة والفن

الإذاعي.

3- تعريف البث الإذاعي.

4- تعريف الصحافة الإذاعية.

5- نشأة وتطور الإذاعة.

6- انعكاس التطور التكنولوجي

على الصحافة الإذاعية.

## أولاً- ماهية الصحافة الإذاعية:

## 1- تعريف الإذاعة:

أ- لغة: تطلق على الدار التي تنشر الأخبار بواسطة جهاز اللاسلكي، أذيع يذيع الخبر أي نشره إذاعة السر أي إفشائه.

ب - اصطلاحاً: تعني إرسال واستقبال الكلمات والإشارات الصوتية على الهواء لاسلكياً، فكلمة الإذاعة تطلق على الاتصال بالراديو أي إرسال واستقبال الكلمات والإشارات الصوتية على الهواء لاسلكياً، فكلمة راديو كإصطلاح هندسي تعني الإرسال والاستقبال اللاسلكي للنبضات أو الإشارات الكهربائية بواسطة موجات كهربائية (مجانى، فدل، 2021، ص11).

كما يقصد بالراديو الإذاعة المسموعة، أي ما يبث من مادة سمعية عبر الموجات الكهرومغناطيسية، بهدف ربط المستمعين المتباعدين من خلال أجهزة استقبال لهذه الموجات. ومن ثم فقد شارك مع التلفزيون خاصة ووسائل الاتصال الأخرى في تقريب الثقافات وتكوين رأي عام عالمي تحاول دول الشمال الإبقاء على سيطرتها عليه (دليو، 2018، ص 111).

كما تعرف بأنها: إرسال برامج الإذاعة والتلفزيون بقصد استقبالهما بواسطة جمهور عام متميز بذلك عن الرسائل اللاسلكية المعنية الموجهة لمحطات خاصة تستقبلها. وفي دائرة المعارف البريطانية نجد وصفا للإذاعة بأنها النشر المنظم أو الإذاعة للإمتاع Entertainment والإعلام information والتثقيف وغيرها لاستقبالها في آن واحد، بواسطة جمهور متناثر يتكون من أفراد وجماعات بأجهزة استقبال مناسبة (الضبع، 2011، ص12).

والإذاعة باللغة الإنجليزية Broadcast تشير إلى النشر والإفشاء. وقد اشتق في 2004، من خلال الدمج بين كلمتين ipod أو جهاز شركة أبل الشهير لتشغيل ملفات الصوت والموسيقى وكلمة Broadcasting ومعناها البث أو الإذاعة، وكان المصطلح في بدايته يشير إلى ملفات الصوت فقط، لكن بمرور الوقت أصبح ينطبق على ملفات الصوت والفيديو معا، وإن كان يحلو للبعض ابتكار مصطلحات أخرى مثل: Vodcasting أو Videocasting ( Lorey pierre, 2002, ) 398).

## 2- الفرق بين الإذاعة والفن الإذاعي: ينبغي أن نفرق بين الإذاعة والفن الإذاعي عند الحديث

عن الماهية، فالإذاعة من حيث الاشتقاق تشير إلى النشر والإفشاء، وهي النشر عن طريق الاتصال

اللاسلكي بصرف النظر عن استخدام الفن الإذاعي، ذلك أن الإذاعة تقوم على الإرسال ونقل الصوت عبر الموجات اللاسلكية (متوسطة الطول أو قصيرة أو متناهية القصر، والتي تسمى بالموجات الميكرو أو السنتمترية)، أي أن الإذاعة وسيلة نتوسل بها في الإرسال للمادة الإذاعية التي تتميز بخصائص فنية هي خصائص الفن الإذاعي، يستقبلها جمهور المستمعين عن طريق أجهزة الاستقبال المختلفة (الضبع، 2011، ص 13).

أما الفن الإذاعي فهو توظيف للنشر المنظم بواسطة الراديو في صياغة وإعداد وإخراج وتقديم مادة إذاعية في أشكال فنية، ترسل لتستقبل بواسطة الراديو كالموسيقى والأحاديث والدراما والفكاهة والنشرات الإخبارية وغيرها من المواد التي تتميز بالمعالجة التفسيرية الموضحة المعززة بالموسيقى والمؤثرات الصوتية، فضلا عن التجسيد الفني والبلاغة الجيدة التي تتم عن الواقعية والحيوية والمشاركة التي تحقق بدورها فعالية الاتصال الإذاعي بجماهير متفرقة مبعثرة من المستمعين أفرادا أو جماعات (الضبع، 2011، ص 14).

**3- البث الإذاعي:** يتألف نظام البث الإذاعي من سلسلة تبدأ من محطة البث وتنتهي عند أجهزة الاستقبال، بحيث تضخم في هذا النظام الإشارات الكهربائية الصادرة عن الميكروفونات أو آلات قراءة الأسطوانات أو الأشرطة المغناطيسية أو الأقراص الليزرية وتنقل الإشارات إلى المرسل، الذي يقوم بتعديل موجة راديوية حاملة يشعها هوائي الإرسال، ثم تنتشر هذه الموجة الحاملة للمعلومات في الفضاء ويلتقط هوائي استقبال تلك الموجة، ومن ثم يستخلص المستقبل الإشارة المفيدة من الموجة الحاملة ويوصلها إلى مكبر الصوت (الزعني، شراذقة، 2018، ص 118).

ويسهم البث الإذاعي إسهاما في تطوير المجتمع من حيث توفيره نقل المعرفة والمعلومات واستخدامها، وقد لاقت بعض الموضوعات اهتماما خاصا في البث الإذاعي لطبيعتها، ومنها القضايا السياسية وبرامج الأطفال وحتى الدينية كنقل الاحتفالات الدينية والصلوات التعليمية منها ما هو مخصص للمدارس، ويشمل موضوعات متنوعة كاللغات والتاريخ والموسيقى والعلوم ( Bossen, 2006, P 22).

**4- تعريف الصحافة الإذاعية:** وهي مصطلح مرادف للصحافة المكتوبة، يراد به التأكيد على أثر خصوصية وسائل الاتصال الجماهيرية على صياغة الرسائل الإعلامية ويطلق هذا المصطلح على البرامج المختلفة التي تناقش الأحداث الجارية Actuality، أي على فئة من البرامج التي تعتمد

على تقديم الحقائق أو الأفكار أو المعلومات في الإطار الإذاعي المناسب بغير الإعتدال على فنون الدراما أو الموسيقى أو الغناء أو الاستعراض، وقد سماها البعض ببرامج الحقائق أو الوقائع لتميزها عن البرامج التي تعتمد على الخلق الفني كالتمثيلات الإذاعية وبرامج المنوعات والبرامج الغنائية وغيرها (شليبي، 1986، ص 285).

ولنجاح هذه البرامج يشترط معرفة الخصائص العقلية والثقافية والاجتماعية للجمهور المستقبل ومعرفة عاداته في الاستماع والمشاهدة، مع مراعاة عامل ضغط الوقت بين وقوع الحدث وموعد نشرات الأخبار الرئيسية، والمنافسة مع وسائل الإعلام الأخرى Media competition، وتوافر القدر الكافي من المعلومات التي يحتاجها المستمع لفهم حقيقة ما جرى أو ابراز ما في القصة الخبرية من وقائع (خزعل، 2010، ص 19).

وتعرف كذلك بأنها أسلوب خاص لظهور الإبداع الفني والأدبي والعلمي من خلال المؤثرات الصوتية التي تؤثر في الواقع الذي يستند إلى:

أ- قدرة الكلمة الحية أو الحديث الحي للإنسان واستخدامه الجيد والمحدد من حيث الشكل والنوع.  
ب- الانعكاس الصوتي النقي للأحداث والظواهر من مكان وقوعها، ودور الخصائص الصوتية لعكس الواقع.

ج- إن الاستخدام الجيد للوسائل التقنية الحديثة للإذاعة ومرافقتها للأساليب الصحفية يساهم في خلق التأثير على المستمعين.

د- التأثير المباشر على أحاسيس الإنسان يأتي من الإمكانيات التعبيرية الفنية للحديث أو الخطابة والفعالية الصوتية وطرق المونتاج الفني.

وبهذا الشكل تبدو الصحافة الإذاعية شكلا دراميا ينقل الواقع كما هو بعيدا عن شكل التمثيل المسرحي، وهي بذلك نوع درامي خاص يقود المستمع لتفهم الظواهر والأحداث بشكل أفضل لأنها تجذب المستمع، مما يؤدي إلى انعكاس الأحداث وتوجيه الانتباه نحوها حسب وجهة نظر المعد من خلال تفسيره للأحداث وإبداء رأيه فيها بعد تحريرها (ميكوف، 2000، ص 35).

فالصحافة الإذاعية هي كل ما يتم تداوله عبر الأثير من حصص وبرامج ونشرات بمختلف صيغها ومجالاتها، بشكل إعلامي يراعي فيه خصوصية الإذاعة كوسيلة إعلامية جماهيرية موجهة

لخدمة أهداف مجتمعية عامة، وفئة خاصة بأساليب تسويقية تكون الكلمة فيها سيدة العمل تصاحبها موسيقى ومؤثرات صوتية تضي عليها الحيوية وجذب الانتباه.

**5- نشأة وتطور الإذاعة:** ظهرت الإذاعة مع بداية القرن 19م، ولم يكن ظهورها وليد صدفة أو نابع من فراغ، بل جاء نتيجة للعديد من الدراسات التي جاء بها رواد وعلماء في مجال الفيزياء والرياضيات وغيرها، حتى استطاع مخترع إيطالي اسمه (جوجليمو ماركوني Guglielmo Marconi) من اكتشاف الإذاعة الصوتية، بعد أن تمكن من ابتكار جديد وهو إرسال إشارات كهرومغناطيسية من خلال الهواء سنة 1896 م، فكان إنجاز هذه ثمرة لأبحاثه وأبحاث العديد من العلماء الذين توصلوا للعديد من الاكتشافات، منهم العالم الإنجليزي رولير شروجون الذي كانت له البداية باكتشاف الموجات اللاسلكية سنة 1837، والبريطاني هنري جاكسون الذي نبغ في مجال اللاسلكي والروسي ألكسندر بوبوف وإيدسون وفليمنج ودي فورست، الذين كان لهم الفضل لقيامهم بتجارب ساعدت على إنتاج أطول الموجات اللازمة للإرسال من خلال الموجة القصيرة (طاهري 2012، ص 52).

وترجع أهمية اكتشاف الموجة القصيرة للعالم الإنجليزي ماكسويل Maxwell سنة 1865 وفي عام 1888 أثبت العالم الألماني هرتز Hertz صحة نظرية ماكسويل، وقام بتجارب على طرق إنتاج هذه الموجات الكهرومغناطيسية فكان مشجعا وحفزا لماركوني، فتوصل عام 1849 إلى إرسال إشارات ورموز من جهاز مرسل إلى جهاز مستقبل عبر أمواج الأثير، وفي سنة 1897 تمكن من إرسال رسالة لاسلكية بواسطة راديو تلغرافي (بداني، 2016، ص 154).

وفي عام 1904 ابتكر العالم سيرجون فليمنج الصمام الثنائي الذي يمكنه أن يكشف الإشارات اللاسلكية، ويقوم بتوحيد ذبذبات الراديو ذات التيار الضعيف جدا، كما استطاع الأمريكي لي دي فورست (Lee De Forset) من اختراع الصمام الثلاثي الذي ساعد على تقوية الإشارات اللاسلكية وتضخيم إشارات الراديو (الطواني، 1999، ص 17)، وتمكن العالم ريخبالد فسندين سنة 1906 من إرسال الكلام البشري عن طريق اللاسلكي من مدينة برانت روك في ماساشوستس في الولايات المتحدة الأمريكية إلى سفن مبحرة في المحيط الأطلسي (عبد النور 2016، ص 73)، ثم تلاه فاست Faste باستخدام برج إيفل في باريس عام 1908 للإرسال الإذاعي (ياسين، 2011، ص 28)، وتمكن إدوين أرمسترونج عام 1918 من اختراع الدائرة المغيرة

الفوقية من أجل تحسين الاستقبال في المذياع، ذات قدرة اختيارية عالية ولا تزال تستخدم حتى اليوم وطور أرمستورنج عام 1933 البث الإذاعي يتضمن التردد، وقد كان الاستخدام العملي الأول الإذاعي وفي الكوارث بين السفن... منها الكارثة التي لحقت بسفينة الركاب ريبليك (Republic) وتيتانيك (Titanic) عامي 1900، 1912 على الترتيب في المحيط الأطلسي، أين تم إنقاذ معظم الركاب عن طريق إرسال إشارات استغاثة باستخدام موجات الإذاعة (عبد النور، 2016، ص62).

وبدءا من عام 1910، حتى اندلاع الحرب العالمية الأولى كان هواة الراديو يزدادون بشكل كبير، وخلال هذه الفترة قامت أمريكا بإصدار إثنين من القوانين الأساسية المتعلقة باستخدام الراديو كان أولهما القانون الأمريكي لاستخدام الراديو في السفن عام 1910، ويقضي بأن تحمل جميع السفن جهاز راديو، أما الثاني فهو قانون الراديو الصادر عام 1912، وينص على ضرورة قيام جميع من يتولون تشغيل الراديو بحمل ترخيص من وزير التجارة (عبد، 2015، ص 27).

ولم تصبح الإذاعة الصوتية حقيقة واقعة إلا في سنة 1920، حيث ظهرت أول محطة إذاعية منتظمة KDKA في مدينة تينسبرغ بواسطة شركة ويستغهاوس وقد افتتحت هذه المحطة بإذاعة نتائج الانتخابات الرئاسية في ولاية ميتشجان الأمريكية، وظلت تذيع برامج تتألف من موسيقى وأحاديث وأغاني والأخبار في نشرة منتظمة تضم الأخبار المحلية في المدينة وأخبار الولاية منقولة عن الصحف وأخبار باقي الولايات ودول العالم منقولة عن وكالات الأنباء، ومع نهاية 1922 كان هناك أكثر من 576 محطة إذاعية تجارية في أمريكا، وتم بيع أكثر من 100 ألف جهاز استقبال (كافي، 2016، ص 37).

وعرف المذياع في فترة النشأة التلفون اللاسلكي (TSF (Telephone sans fils ، ولم تعمم لفظة الراديو في الثلاثينات من القرن الماضي، وكان الإستماع للإذاعة في البداية جماعيا في أماكن محددة وانتشار الأجهزة كان محدود، حيث انطلق البث في العديد من دول العالم، كندا عام 1920، وفي أستراليا افتتحت أول محطة مليون عام 1921، وفي بريطانيا أحدثت BBC عام 1922، أما في فرنسا وتزامنا مع روسيا نهاية عام 1923، كما أسست محطات بحث في كل من بلجيكا وتشيكوسلوفاكيا وألمانيا وإسبانيا، فلندا، إيطاليا، عام 1924، النرويج، بولونيا، المكسيك اليابان عام 1925، الهند عام 1927 (كافي، 2016، ص38).

وفي عام 1947 اخترع العلماء في مختبرات بل للهاتف الترانزيستور، الذي أدى إلى تقلص حجم الراديو ليصبح صغيرا وصار قادرا على الاستقبال بوضوح ورخيص، مما عمم استخدامه وانتشر في المجتمعات (طاهري، 2012، ص 55).

أما فيما يخص البرامج فقد كانت البدايات للإذاعة كمصدر تسلية للجمهور للاستماع للبرامج الفكاهية والموسيقى...، وكان الأطفال لديهم برامج مخصصة لهم يستمعون إليها بعد الخروج من مدارسهم، وفي أثناء النهار كانت ملايين النساء يستمعن إلى مسرحيات أطلق عليها في الو.م.أ أوبرات الصابون.

وزاد جمهور المستمعين الذين جذبتهم أنباء الحرب أثناء الأربعينيات وخطب قادة الحلفاء، كما أدخلت الإذاعة كل أنواع الموسيقى الهادئة والصاخبة وأصبح قادة الفرق الموسيقية الكبرى أمثال تومي دورسي نجوما إذاعيين، وأذيعت مسرحيات كثيرة أمثال سوبرمان والعميل الخاص ديك بارتون والمسلسلات الإذاعية مثل رماة السهم، ناهيك عن برامج حوارية شهيرة والمسابقات الإذاعية. وفي الخمسينيات ظهر نوع جديد من العروض الفكاهية أحبه الناس وتابعوه مثل الأبله. وانتشرت برامج تقدم طلبات المستمعين من الأغاني المفضلة لديهم، ولاقت برامج الأطفال قبولا واسعا، حيث قدمت BBC برنامج ساعة الأطفال الذي يمزج بين التعليم والإثارة والتسلية (عبد النور، 2016، ص 64).

وقد اكتسبت الأخبار أهمية خاصة خلال الحرب العالمية الثانية (1939-1945) حيث التف الملايين حول الراديو لسماع الأخبار، وأصبحت حكومات البلدان المتحاربة تبث الإشاعات لأهداف دعائية، كما استخدمها القادة السياسيون مثل ونستون وتشرشل لإيصال خطبهم، كما اعتمدت في إرسال الرسائل المشفرة في الحروب، واتخذت كوسيلة لبث البرامج الانتخابية مثلها اشتهر بها الرئيس الأمريكي روزفلت باستخدامه البث الإذاعي من خلال برنامجه غير الرسمي "أحاديث حول المدفأة" (إسراء، 2016، ص ص 64-65).

أما في الوطن العربي فقد ظهرت الإذاعة في فترات مختلفة وفي ظروف وأوضاع متباينة، ففي بعض الأقطار ظهرت بمبادرات فردية من قبل بعض المهتمين بهندسة الراديو، وظهرت في أقطار أخرى على يد القوى الاستعمارية التي أوجدتها أساسا لتحقيق أهداف عسكرية، في حين لم تظهر في أقطار أخرى إلا غداة الاستقلال (المشهداني، 2013، ص 168).

وتعد الجزائر ومصر أولى الأقطار العربية التي عرفت الإذاعة حوالي 1925 على يد أفراد ففي الجزائر ظهرت على يد أحد المستوطنين الفرنسيين، وقام بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة لم تتعد قوتها 100 كيلو واط، ثم أقيمت محطتين للإرسال في قسنطينة تذيع باللغة الفرنسية والعربية لتعمم بعد ذلك في الجزائر العاصمة ووهران، وبعد الاستقلال أصبحت تابعة للحكومة الجزائرية، وتبث بثلاث لغات العربية والفرنسية والقبلية (خيرى، 1019، ص ص 301 - 306).

أما مصر فقد عرفت الإذاعة عام 1926 عندما استصدر الهواة رخصا لإنشاء محطات إذاعية أهلية، وظهرت عدة محطات أهلية (راديو القاهرة، راديو الأميرة فوزية، راديو الجيش...) وتم إلغاؤها عام 1932، لتترك مكانها للمحطة الحكومية سنة 1934، لبنان 1938، سوريا 1941 فلسطين 1995 كبرنامج يذاع من إذاعة صوت العرب (المشهداني، 2013، ص ص 169-170).

ويخضع البث الإذاعي العربي لإشراف الحكومات العربية تشغيلًا وإدارة وهو يتنوع بين الأخبار، القرآن الكريم والبرامج الترفيهية والثقافية، التعليمية الرياضية والتنمية، بل خصت بعض الحكومات العربية تلاوة القرآن الكريم وتفسيره والبرامج الإسلامية المتنوعة مثل إذاعة القرآن الكريم بالجزائر، السعودية، مصر... إلخ، زد على ذلك البث باللغات الأجنبية لاجتذاب المزيد من المستمعين من الجاليات الأجنبية (الساري، 2011، ص 313).

وقد كان لظهور تكنولوجيا FM (التضمين الترددي Frequency modulation) في بداية الثمانيات آثار واسعة على العمل الإذاعي حيث تعددت القنوات الإذاعية وتنوع ملكيتها وظهرت الإذاعات المتخصصة وانتشار الإذاعات المحلية، كما مكن من استخدام FM من رفع مستوى جودة الإشارة الصوتية ووصول الإشارة على المستقبلات بنفس جودة إرسالها وهو مالم يكن حاصلًا من قبل، كما أدى إلى تصنيع أجهزة تلتقط عددا من موجات الإذاعات في إطار حيز صغير وبفارق بسيط بينهما، كما قلل من التشويش عند الاستقبال (كافي، 2016، ص 39).

ونلاحظ أن التطور التكنولوجي الإذاعي امتد من الإذاعة العادية التقليدية إلى إذاعة دولية فضائية إلى بث إذاعي عبر السوائل إلى إذاعة إلكترونية لتصل إلى إذاعة الإنترنت.

وتعتبر الإذاعة الرقمية أو الراديو الرقمي تقنية جديدة دخلت جهاز الراديو بدايات التسعينات وتعني البث الرقمي Digital، وذلك بفضل نظام الداب (Digital Audio broadcasting) DAB حيث يقوم على ابتكارين هما موزيكام (Musicam) نموذج الضغط الرقمي و (CoFden) الطريقة الجديدة لنقل البث الإذاعي وهذا النظام (DAB)، مكن للإذاعات من امتلاك مجال جغرافي لا حدود له لموجة واحدة، كما تجاوز مشكل التشويش والتداخل بين الموجات وتحسين الصوت وتقاءه وإنشاء محطات جديدة (الرحباني، 2012، ص ص 66-67).

ومع نهاية عقد التسعينات ظهر راديو الأنترنت او إذاعة الشبكة أو راديو نت، والمقصود بها استخدام الأنترنت لتقديم الخدمات الإذاعية، وقد تزامن ظهوره مع تطور تكنولوجيا البث المتتابع والتطورات الأخيرة في معدات الصوت فقد صار بالإمكان الاستماع للإذاعة عبر الكمبيوتر، كما مكن الأشخاص والشركات من إنشاء محطات راديو خاصة بها عبر الأنترنت، أما المواد والبرامج الإذاعية كالأخبار وبرامج التسلية والموسيقى والدراما والرياضة والحوارات السياسية والعلمية وغيرها فقد وسعت القاعدة الجماهيرية للمحطات الإذاعية، وهو ما حفز شركات الإعلان لاستثمار هذه الفرص للنموذ إلى فئات المجتمع المختلفة (عبود، العاني، 2015، ص ص 165-166).

**6- انعكاس التطور التكنولوجي على الصحافة الإذاعية:** لقد كان للتطور التكنولوجي انعكاسات على الصحافة الإذاعية حيث تم التوجه إلى إنشاء العديد من الخدمات الإذاعية المسموعة المتخصصة مثل إنشاء محطات خاصة بالأخبار أو المنوعات أو الموسيقى والأغاني والرياضة وإنشاء محطات فئوية موجهة إلى فئة معينة وبرامجها تهتم هذه الفئة مثل محطة الشباب أو المرأة أو الطفل، ليجد جمهور المستمعين وكل فئة منهم العمق والتحليل والشمول ما يرضي اهتماماته واحتياجاته، وبالتالي يقترب أكثر من جمهور المستمعين، ويحدث نوع من الارتباط بين المستمع وهذه الخدمات الإذاعية المسموعة سواء كانت متخصصة أم فئوية، وكذلك إمكانية استقبال البث الفضائي عبر الاشتراك في الأقمار الصناعية مع البث التلفزيوني/ وذلك بسهولة تامة من خلال مفتاح صغير في جهاز التحكم عن بعد (خاص بذلك) (عبد الوهاب محمد، 2005، ص 239).

ثانيا: خصائص الصحافة الإذاعية

1-الخصائص العامة للصحافة  
الإذاعية.

2-خصائص الكتابة التحريرية  
للصحافة الإذاعية.

3-الخصائص التقنية للبرامج في  
الصحافة الإذاعية.

ثانيا- **خصائص الصحافة الإذاعية:** تعتبر الإذاعة المسموعة من أفضل وسائل الاتصال الجماهيرية قدرة على الوصول للمستمعين في أي مكان بسهولة ويسر متخطية الحواجز الجغرافية والامية، وهي بوجه عام أكثر فاعلية من الوسائل الشخصية لاقتربها بالموسيقى والمؤثرات الصوتية، التي تزيد من قدرتها التأثيرية والتعبيرية والإقناعية لدى جمهور المستمعين، بحيث تخلق لنا نوعا من الإحساس بالمشاركة والواقعية.

### 1- الخصائص العامة للصحافة الإذاعية: ومن أهم مميزاتها:

- تخطي حاجز الأمية والفقير، فتعتبر الإذاعة وسيلة اقتصادية من حيث كونها رخيصة الثمن والتكاليف في عملية الإرسال والإستقبال، كما أنها لا تحتاج إلى اتقان القراءة والكتابة للتعرض للمضمون الإعلامي الذي تقدمه.
- إيجابية الجو النفسي للتعرض، فعلاقة الألفة بين الراديو والمستمع تفتح عالما كاملا من الاتصال الضمني، فالمستمع يشعر وكأن الراديو يتحدث إليه شخصيا فهو يتجه إلى المستمع بشكل حميمي وخصوصي.
- لا يتطلب الاستماع للراديو الجلوس والتفرغ أثناء التعرض مثلما الحال في التلفزيون (الضبع 2011، ص ص 25-27).
- الانتشار الواسع للإذاعة يجعلها قادرة على إعطاء إحساس عام جمعي، وبالتالي يجعلها أكثر وسائل الاعلام الجماهيري مقدره على الاستهواء وبالتالي التأثير في أوساط الجماهير التي لا تتمتع بمستوى عالي من التعليم والثقافة والخبرة الاتصالية.
- توفر الإذاعة للمستمع مجالا واسعا للإختبار والإنتقاء، ويمكن تحريك مفتاح المذيع لتغيير المحطة وللتنقل بين المحطات.
- الموجات الإذاعية لا تعرف الحدود والحواجز، وبذلك تكون الإذاعة قد غيرت الإحساس بالمكان وأسهمت في تحويل العالم الى قرية صغيرة.
- تنقل الإذاعة مادتها الى الفضاء بسرعة كبيرة، وتقدم الحقائق وقت حدوثها وبذلك فإنها تساهم في تغيير الاحساس بالزمان.
- طالما الصوت في الإذاعة هو الأساس والاستماع هو وسيلة التواصل فإن المستمع يستطيع الاستماع دون التفرغ للعملية كليا وبجهد قليل.

- إن سرعة الإذاعة في نقل المعلومات تتطلب اهتمامات خاصة للتحكم بالمستمع أثناء استقباله لها، لذلك يجب القراءة بصوت مرتفع وواضح لجميع النصوص المعدة للقراءة أمام الميكروفون (خضور، 2011، ص ص 63-64).
- تتميز الصحافة الإذاعية باصطياد المؤثرات الصوتية من الواقع وتسجيلها. وقد أثبتت الدراسات أنها من البواعث الرئيسية للاستماع للإذاعة، وتسهيل فهم البرامج الإذاعية وزيادة تأثيرها العاطفي، لذلك لا بد أن يبدأ كل برنامج إذاعي بمقدمة موسيقية لتهيئة المستمع.
- من أهم مميزات الصحافة الإذاعية الارتجال الشفوي الذي يتميز بالطلاقة والبعد عن التكلف، ويتطلب الارتجال بالحديث المعرفة الشاملة بالمادة التي يدور حولها، فعلى مؤلف البرنامج أن يتعرف إلى الحقائق والمعلومات التي لها علاقة بالحدث، لأن هذا يساهم على تقديم صورة كاملة وممتعة أثناء شرح الحدث والتعليق عليه، وعلى استخلاص النتائج العميقة و المقنعة.
- تكتمل قدرة الصحافة الإذاعية وقوتها إلى قدرة الاتصال المباشر بين الصحفي الإذاعي والمستمعين، ويتم ذلك من خلال الرد المباشر والسريع على الأحداث ونقلها بشكل كامل.
- على الصحفي الإذاعي أن يكون ماهرا في الاقتضاب، سريع البديهة قادرا على تأليف الفكرة بحيوية وبنغمة صوتية ممتعة ذات إيقاع موسيقي وقدرة كبيرة على الإرتجال لإدارة الحوار مع المستمع (ميكوف، 2000، ص 62).
- 2- خصائص الكتابة التحريرية للصحافة الإذاعية:** من أهم عوامل استمرار الإذاعة واحتفاظها بجمهورها مضامينها التي امتازت بالوضوح والتبسيط وأسلوب تحرير خاص نوجز أهم خصائصه في:
- **الوضوح:** يجب أن تكون الكلمات واضحة فالكلمات غير الواضحة قد تفقد المستمع المضمون المقدم، التي لا يمكن له استرجاعه والتأكد منه أو الاستفهام عن الغامض.
- **المعاصرة:** ويقصد بها أن تكون الكلمات والجمل والتعبيرات اللغوية متماشية مع روح العصر ومتسقة مع إيقاعه، فالجمل الطويلة والكلمات المعجمية والجمل المركبة قد تفقد المستمع التركيز.
- **الملاءمة:** وذلك باختيار المفردات المناسبة للجمهور المستهدف وذات طابع وصفي.

- الجاذبية: أن تكون الكلمة قادرة على الحكى والشرح والوصف بطريقة حية ومسلية ومشوقة.
- الاختصار والايجاز دون الإخلال بالمعنى وتماشيا مع الوقت المتاح.
- المرونة: بحيث يتم التعبير عن مختلف الموضوعات بسلاسة، بحيث تستطيع مخاطبة أكثر من جمهور ومعالجة أكثر من موضوع وقضية (عبد النور، 2016، ص ص 251-252).

وعلى العموم فإن التحرير للصحافة الإذاعية يتطلب:

- الجمل القصيرة والبسيطة.
- عدم استخدام الجمل المعقدة والكلمات النادرة.
- في الصحافة الإذاعية الخبر كتب ليعلم ولذلك لا بد أن تكون سهلة النطق سريعة الفهم.
- استخدام أقل ما يمكن من الضمائر.
- لا تبدأ الجملة بمقتبس ولا يترك المصدر في نهاية المقتبس.
- استخدام المبني للمعلوم.
- لا تبدأ الجملة بالإحصاءات وكثرة الأرقام (البدراي، 2015، ص 186).
- جمهور الإذاعة له سمات خاصة وهو جمهور واسع جدا ومتنوع جدا، وذلك وفق جميع المتغيرات الديموغرافية(السن، الجنس، مكان الإقامة، مستوى التعليم، المهنة ومستوى الدخل)، ومهمة الصحفي تتجلى في فهم الجمهور وهو يقوم بجميع مراحل اعداد المادة الإذاعية: انتقاء الموضوع المناسب ومعالجته بالطريقة المناسبة، وتقديمه بالطريقة المناسبة وفي الوقت المناسب.
- لا يستطيع المستمع إلى الإذاعة أن يتحكم بظروف التعرض، فهو لا يستطيع التحكم في سرعة تقديم المادة الإذاعية، ولا يستطيع استدراك ما فاتته من كلمات كما ان درجة التركيز أثناء عملية الاستماع ليست عالية، وهذا ما يؤكد ضرورة تحرير المادة الإذاعية بأقصى قدر من الوضوح والبساطة والبعد عن الغموض والتعقيد.
- أعطى اعتماد الإذاعة على الكلمة المنطوقة أهمية خاصة للوظيفة الدرامية والنفسية والعاطفية للكلمة المذاعة، وزاد من أهمية المذيع ومن أهمية فن التعبير الإذاعي، كما زاد من أهمية المؤثرات الصوتية من أجل زيادة قوة تأثير المادة الإذاعية، فالمهم في الصحافة

الإذاعية هو الجانب الصوتي للكلمة وطريقة التعبير وأسلوب الإلقاء والمؤثرات الصوتية المرافقة، حيث يجب أن تكتب جميع النصوص الإذاعية لتسمع لا لتقرأ(حضور، 2011، ص ص65-66).

3- الخصائص التقنية للبرامج في الصحافة الإذاعية: تتميز برامج الصحافة الإذاعية بجملة من المميزات والخصائص تجعلها تتفرد بطبيعتها في جذب الجمهور المستمع والحفاظ عليه لأطول مدة كاملة، ومن بين هذه الخصائص نذكر (أبوعرقوب، 2012، ص ص 107-109).

- الصوت البشري: من أهم المكونات وربما يقتصر البرنامج الإذاعي عليه في بعض الأحيان. الكلمة المنطوقة تضاف إليها المؤثرات الصوتية في بعض الأحيان، حيث تتخذ أشكالاً عديدة مثل الحديث المباشر، كنشرات الأخبار، التعليقات، الحوار، الندوات...إلخ.
- الموسيقى: وهي عنصر يساعد في شد انتباه المستمعين إلى المحطة الإذاعية، وربما تكون هي موضوع البرنامج، كما يحدث في البرامج الموسيقية وقد تكون الموسيقى هي الافتتاحية أو نهاية البرنامج.
- المؤثرات الصوتية: ويقصد بها محاكاة أصوات الطبيعة على اختلافها وتنوعها. وتتوافر المؤثرات على أسطوانات وأشرطة صوتية ويمكن استخدام الآلات الإلكترونية، وتهدف على العموم إلى:

- التصوير الخيالي للمكان والديكور الذي تقع فيه الأحداث.
- تحديد زمن الأحداث.
- خلق الجو النفسي الملائم للأحداث الدرامية.

ثالثاً: وظائف الصحافة الإذاعية.

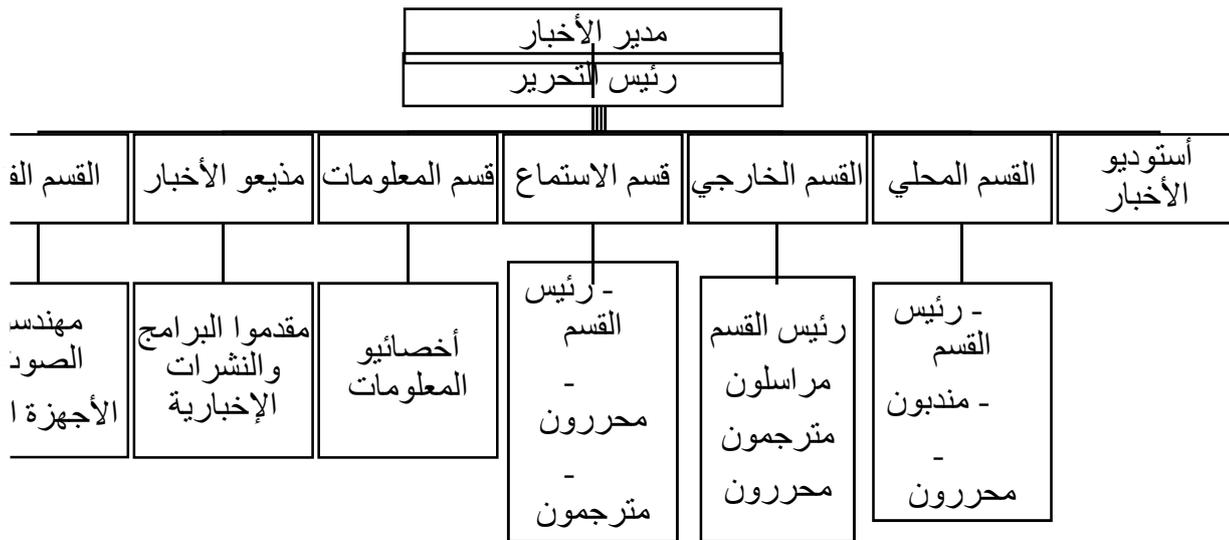
- 1- الوظيفة الإخبارية.
- 2- الوظيفة الترفيهية.
- 3- وظيفة مراقبة البيئة.
- 4- وظيفة التثقيف.
- 5- وظيفة الشرح والتفسير.
- 6- الوظيفة الإقتصادية.
- 7- الوظيفة السياسية.
- 8- وظيفة التعليم والتثقيف.
- 9- أهمية الصحافة الإذاعية.

ثالثاً-وظائف الصحافة الإذاعية: تعد الصحافة الإذاعية من أهم الأشكال الإعلامية العصرية في المجتمعات الحديثة والتي لازالت تحتفظ على جماهيرها الواسعة والعريضة في بيئة مستحدثة رقمية وذلك بالنظر الى مهامها ووظائفها الهامة والكبيرة في المجتمعات المحلية منها أو حتى الدولية، إذ تعد وسيلة اخبارية بامتياز في معالجتها للأحداث فور وقوعها ناهيك عن الشرح والتفسير والتحليل لمختلف المجريات، كما لها أدوار تعليمية وتنقيفية وتربوية كبيرة، وتستعمل كذلك في الترفيه والاعلانات، يمكن إيراد أهم الوظائف التي تؤديها الصحافة الإذاعية كالتالي:

1- الوظيفة الإخبارية: وتعد هذه الوظيفة من أبرز وظائف الصحافة الإذاعية، فهي أداة للإخبار والإعلام بما يدور في مجتمعهم وفي العالم، وقد تطورت هذه الوظيفة من الأخبار أو الإعلام بصورة مختصرة وبدون تفاصيل إلى تقديم الخبر في التو واللحظة من موقع للحدث وتصريحات شهود عيان بوصف الحدث كما هو وبدقة متناهية ووضوح تام لكل المستمعين. فهذه الوظيفة تتمثل في نقل المعلومات والأخبار على اختلافها سواء سياسية أم اقتصادية أم اجتماعية أم ثقافية أو علمية، تربوية، دينية، رياضية أو ترفيهية (الحطامي، 2015، ص86).

وتعتمد الصحافة الإذاعية في هذه المهمة على أساليب متعددة مثل: التكرار، التجاهل التنويع، التشويق، الإثارة، تحويل الانتباه لتعطي زخماً إضافياً للمحتوى، وما ينتج عنه لتغيير للآراء وتوجيه الرأي العام بما يتماشى مع توجيهات الإذاعة (عبد الأمير، أسعد، 2022، ص130).

### (1): يبين ت الراديو



المصدر: (شليبي، 2008، ص 277)

2- **الوظيفة الترفيهية:** لا أحد ينكر ما تقوم به الإذاعة من دور كبير وبارز وقدرتها على إدخال البهجة وكسر حاجز الملل والرتابة لدى المستمعين، عن طريق ما تقدمه من برامج ترفيهية، وكذلك باستطاعتها أن تؤثر على مختلف الشرائح والفئات في المجتمع من خلال معالجتها، كما لا يستهان بها و بأسلوبها في الدعاية والتسليّة والترفيه ما جعلها من أكثر الوسائل تأثيرا على المستمعين.

3- **وظيفة مراقبة البيئة:** هذه الوظيفة حاضرة بقوة في الصحافة الإذاعية فطبيعة الحال البشرية تبحث عن الاستقرار في شتى المجالات. وأن هذه الأمر لا يتحقق إلا بمراقبة البيئة المحيطة للتعرف على الأخطار الناجمة والعمل على تلافيتها، وبذلك يمكن القول أن الإذاعة أتاحت فرصة معرفية للمستمعين فيما يخص القضايا المتعلقة ببيئتهم خصوصا المحلية (عبد الأمير، أسعد، 2022، ص ص 130-131).

4- **وظيفة التنقيف:** حيث تقوم الصحافة الإذاعية على بث الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ وتساعد على تطبيع أفرادها، وتنشئتهم على المبادئ القومية التي تسود في المجتمع فالصحافة الإذاعية تسعى لتكامل المجتمع بتنمية الاتفاق العام ووحدة الفكر داخله، حيث تقوم بالتنقيف وتطبيع الناس على عادات الأمة وتقاليد الحضارة وطقوسها وأنماط سلوكها مما يهيئ للفرد أساليب التعامل مع الناس والتكيف مع البيئة، فالصحافة الإذاعية هي جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية الخاصة والاجتماعية للأفراد، إذ تعبر عن القيم والعادات الاجتماعية وتعتبر منظومة اجتماعية خاضعة للنظام لأنها تعكس حقيقة وطبيعة وثقافة المجتمع الذي تنتمي إليه.

5- **وظيفة الشرح والتفسير:** فهذه الوظيفة نشأت حديثا مع تعقد المجتمع وازدادت تخصصاته. وأصبح معظم مجرياته غامضة وغير مفهومة للإنسان العادي، ما تطلب أنه كلما زادت نسبة التقدم والنمو في الاقتصاد والصناعة والعلم والتكنولوجيا، زادت درجة التعقيد والتجريد عن الفرد الذي لا يملك من الوقت والجهد والعلم والمال ما يمكنه من الوصول إلى مدلولات دقيقة لجميع المعارف أو تكوين صورة حقيقة لعالم الذي يتواجد فيه، ومن هنا جاءت أهمية التبسيط والتجسيد الإذاعية في إزالة هذا اللبس والغموض (Lazar, 1991, p 10).

6- **الوظيفة الاقتصادية:** وهي وظيفة متصلة بمفهوم التنمية ذلك أن البعد الاقتصادي في العملية التنموية هو الأكثر بروزاً من الجوانب الأخرى لهذه العملية، إذ تقدم الإذاعة بين برامجها إعلانات وفقرات إخبارية من أجل الترويج لسلعة أو خدمة ما، ويساهم ذلك بطبيعة الحال في رفع مدخولتها، كما تلعب الإذاعة دور الرقيب لمختلف المشاريع الاقتصادية وتتطرق إلى أبرز أسباب تعطيلها، كما أنها تلعب دوراً مهماً في المناطق النائية حيث تكسر عزلتها وتقدم لسكانها جملة من الإرشادات والنصائح التي يستعينون بها من أجل تحسين وضعيتهم.

7- **الوظيفة السياسية:** توظف الصحافة السياسية من طرف السلطة الحاكمة في التنشئة لمجتمعها بهدف غرس قيم سياسية موالية لها، كما تواظب على توصيل الرسائل الإعلامية الهادفة إلى تعميق الولاء للنظام الحاكم القائم إلى جانب ترسيخ التماسك السياسي والوحدة الوطنية داخل كل دولة، فهي تلعب دور الوسيط بين الحكومة والشعب وتبلغ صوت الدولة وتنتشر إيدولوجياتها، كما تنقل مشاكلهم واهتماماتهم للسلطة لتصدر القرارات المناسبة (بداني، 2016، ص 56).

8- **وظيفة التعليم والتثقيف:** وتعد هذه الوظيفة من الوظائف الهامة في الصحافة الإذاعية فهي تعد وسيلة تعليمية وتربوية للأطفال والطلاب في مختلف مراحلهم التعليمية عبر ما يقدم عبرها للمتعلمين سواء كدروس تقوية أو تعليم، كما تعمل على تثقيف المستمع من خلال برامجها حول الثقافات المتعددة والاكتشافات والاختراعات في مختلف المجالات (الحطامي، 2015، ص 87).

وهناك وظائف تحدد حسب الأهداف التي تسعى الصحافة الإذاعية إلى تحقيقها وإجمالاً يمكن أن تقدم للمجتمع ما يلي: (طاهري، 2012، ص 111)

- المساهمة في نشر العلوم والثقافة بين أفراد المجتمع، فتحن الآن في حالة تزاوج جديد بين الإعلام والتربية أسفر عنه علم اجتماعي جديد سمي "التربية الإعلامية" فهي علم ومنهج اشتقائي من كل من التربية والإعلام، بهدف توظيف التربية إعلامياً وتوظيف الإعلام تربوياً.

- معالجة المشكلات الاجتماعية.

- رفع مستوى الذوق الفني عند الأفراد والمجتمعات.
  - إطلاع أفراد المجتمع على ما حققته الحضارة الإنسانية من إبداعات واكتشافات ومعارف.
  - إيصال الأخبار المحلية والعالمية لأفراد المجتمع وتنوير الرأي العام.
  - تعريف العالم الخارجي بالتطورات والاتجاهات الفكرية والسياسية والاقتصادية الوطنية والمحلية.
  - الترويج عن نفوس أفراد المجتمع وتسليتهم.
  - توصيل المعلومات إلى عدد كبير من المتعلمين مهما تباعدت المدارس.
- كما يمكن النظر إلى وظائف وأهمية الصحافة الإذاعية من خلال ماقدمه الباحثين والمختصين في مجال الإعلام من وظائف متعددة، حيث قسموا هذه الوظائف إلى وظائف من قبل المرسل وأخرى من قبل المستقبل، ونأخذ كمثال حسب ماقدمه العالم ليزلي مولر لجملة من الوظائف الإعلامية من وجهة نظر المرسل والتي حصرها في تسع وظائف كالتالي: (الضلاعين، وآخرون 2016، ص 116).

- ✓ وظيفة الإخبار والتزويد بالمعلومات ومراقبة البيئة.
- ✓ تحسين نوعية المعلومات وتوجيه الناس.
- ✓ الترفيه.
- ✓ التنشئة الاجتماعية.
- ✓ التسويق.
- ✓ قيادة التعبير الاجتماعي.
- ✓ خلق المثل الاجتماعية.
- ✓ الرقابة على مصالح المجتمع وأهدافه.
- ✓ التعليم.

أما المستقبل فإنه ينظر إلى وظائف وأهمية الصحافة الإذاعية من الجوانب التالية:

- مراقبة البيئة والتماس المعلومات: وتقوم الإذاعة بهذه الوظيفة بأسلوبين:
  - ✓ توجيه السلوك: حيث يتكون لدينا مخزون من البناء المعلوماتي.
  - ✓ توجيه الفهم: فكل ما ينقل إلينا من معلومات تجعلنا أقل قلقنا وأكثر فهما.

- تطوير مفاهيمنا عن الذات: وذلك عن طريق:
- ✓ استكشاف الواقع: حيث تطور النظر إلى انفسنا، بحيث نضع أنفسنا في مواقع الأشخاص التي تعرضها الإذاعة وهو ما يسمى بالتوحد مع الشخصية.
- ✓ عقد مقارنات وأضداد: وذلك من خلال ما تمدنا به من نماذج ايجابية وسلبية.
- ✓ المساعدة في تجويد مهنتنا: وذلك من خلال مجموعة من المعلومات في مجال تخصصنا وكيفية تطويره. (الضلاعين وآخرون، 2016، ص 116).
- بديل للتفاعل الاجتماعي: يستخدم بعض الناس البرامج الإذاعية كبديل تفاعل أو صداقة أخرى، حيث تدعم الأفراد الذين يعيشون في عزلة وكبار السن، ويصبح عندهم بديل للتفاعل الاجتماعي مع الشخصيات المعروضة وكأن هناك معرفة سابقة بينهم.
- التحرر العاطفي: حيث تتيح الإذاعة للمستمع المجال للاسترخاء والمتعة واطلاق العنان للانفعالات من خلال الاستمتاع بالمحتوى، وحتى أيضا بالوسيلة نفسها من أجل الحصول على الاسترخاء.
- الهروب من التوتر والاعتراب: تساعد الفرد على تناسي الهموم والمشاكل.
- ايجاد طقوس يومية تمنح الفرد بالشعور بالنظام والأمن: بحيث تقوم برامج الصحافة الإذاعية بتنظيم حياة الناس وجدولة أعمالهم من خلال خلق عادات يحرص الفرد على المحافظة عليها. (المزاهرة، 2018، ص ص 81-82).
- 9- أهمية الصحافة الإذاعية: تتجلى أهمية الصحافة الإذاعية من خلال ما تقدمه في: (أبوعرقوب 2012، ص ص 45-47)
- التغطية الجغرافية الواسعة للإرسال الإذاعي: إن للإذاعة نطاق انتشار واسع يتخطى الحواجز الطبيعية والاصطناعية، لكن حاليا تنافسها الأقمار الصناعية إلا أنها تعد أفضل للبحث من حيث قلة تعقيدها مقارنة بالإرسال عن طريق الأقمار.
- دور الإذاعة الصوتية في خدمة العملية التعليمية: إن الإرسال الإذاعي يسهل وصول التعليم إلى المناطق النائية التي تفتقد للبنية اللازمة لإقامة المؤسسات التعليمية كما أنها تشمل أيضا إرسال برامج ترفيهية وثقافية.

- **السبق الإخباري للإذاعة الصوتية:** تتوافر الفرص للإذاعة الصوتية بالسبق الإخباري بشكل أكبر من غيرها من الوسائل الأخرى، فالإرسال مستمر على مدار ساعة وربما يكون إرسال المعلومات الجديدة وبشكل آني أو بعد فترة قصيرة جدا وذلك على خلاف ما هو موجود في الصحف والمجلات.
- **تخطي حاجز الفقر والامية:** إن الراديو متوفر في كل بيت وفي كل مكان لأنه رخيص الثمن والحصول على خدمة البث الإذاعي مجاني ومتوافر للجميع. كما أن الأمي الذي لا يقرأ أو لا يكتب يمكنه أن يتابع ما بثته المحطات.
- **الإذاعة وسيلة إعلانية هامة:** يتمتع الراديو بركة انتشار واسعة وذلك ما يريده المعلن وبالتالي يتم وضع الإعلانات من ضمن خدمات الراديو بهدف التحصيل المادي للإذاعة وبهدف نشر الإعلان للمعلن.

رابعاً: أنواع الصحافة الإذاعية

1- تعريف البرامج الإذاعية.

2- تعريف البرمجة الإذاعية.

3- تصنيفات البرامج الإذاعية

والتلفزيونية.

4- أنواع البرامج الإذاعية

والتلفزيونية

رابعاً- أنواع الصحافة الإذاعية: أدى التطور في العمل الإذاعي وتسارع الأحداث وكثرة القضايا وتعدد جوانب معالجتها إلى العمل على إيجاد أشكال وأنواع إعلامية تصاغ فيها المواد الإعلامية المختلفة كالمواد الإخبارية والتنقيفية والترفيهية من أجل تلبية رغبات الجماهير العريضة وضمان أكبر نسب استماع:

**1- تعريف البرامج الإذاعية:** يفهم من مصطلح البرنامج الإذاعي في الصحافة الإذاعية أمران هما:

**أولاً:** زاوية الإذاعة وهي فترة إذاعية تتألف من عناصر مختلفة (نص، موسيقى، أصوات مسجلة).  
**ثانياً:** التركيب الهرمي لمجموع البرامج التي يتم إرسالها خلال وقت محدد (يوم، أسلوب، شهر)، أو مجموع البرامج (الزوايا والقنوات الإذاعية) التي يكون منها زمن إرسال إذاعة ما منذ البداية وحتى النهاية.

فالبرامج الإذاعية هي تلك الأشكال العديدة ذات المحتويات المختلفة التي تقوم الإذاعة بعرضها أثناء وقت الإرسال الإذاعي على المستقبلين على اختلاف أعمارهم، وفهمهم وأخبارهم ومستوياتهم الثقافية والاجتماعية وميولاتهم السياسية وانتماءاتهم العقائدية والدينية والعنصرية بهدف شد انتباهاتهم والتأثير فيهم، لتتمكن المحطات والقنوات من زيادة عددهم وبالتالي جذب المعلنين لها (مينكوف، 2000، ص 121).

فالبرامج الإذاعية هي لا تخرج عن كونها شكل اتصالي يقوم به فريق محدود العدد ليصل إلى أعداد غير محدودة من المستمعين، ويستخدم في هذا الاتصال الرموز المسموعة فقط (الكلمة المنطوقة، المؤثرات الصوتية، الموسيقى)، ويتم التعرف على رجع الصدى في الاتصال الإذاعي من خلال الأبحاث والإحصاءات ومعدلات القياس حتى يتمكن للإذاعيين تخطيط الرسائل المستقبلية.

**2- تعريف البرمجة الإذاعية:** ويعني التخطيط للبرامج الإذاعية من منظورين:

- **الأول:** يشمل المعنى الأول الترتيب لأكثر من مادتين إذاعيتين تختلف إحداهما عن الأخرى من حيث الشكل والمضمون. وقد يكون العمل على تحديد الشكل النهائي للبرامج الإذاعية التي تبث من إذاعة ما خلال يوم كامل أو لبث إذاعي خلال أسبوع أو شهر أو فصل أو سنة.

- **الثاني:** يشمل المعنى الثاني للبرمجة جميع الإجراءات التي تنفذ في عملية تحديد سياسة البث الإذاعي وتخطيطه بالإجابة على الأسئلة التالية:

• **متى:** تخص الوقت، فالبرامج الصباحية لها جمهور كبير يبحث عن الأخبار ويتمتع بقدره وحيوية كبيرة على الإدراك، فيفضل وضع البرامج المنشطة الباعثة للأمل والتفاؤل، ومن الأفضل أن لا تتجاوز 30 دقيقة (15د - 30د)، أما فترة الظهيرة فيفضل وضع برامج التعليقات والتحليل الإخبارية والبرامج الاقتصادية في حين يفضل في الفترة المسائية وضع برامج على شكل حصيلة لأخبار اليوم والبرامج الخفيفة التي تزيل ضغوطات العمل اليومي كالتسلية والترفيه.

• **كيف:** تتعلق بالعناصر المختلفة وشكل البرامج وأسلوب تقديم الفقرة الإذاعية.

• **ماذا:** المقصود به ماذا سيكون مضمون الفقرة الإذاعية وجوهرها (مينكوف، 2000، ص 124-134).

3- **تصنيفات البرامج الإذاعية والتلفزيونية:** تصنف البرامج الإذاعية والتلفزيونية لعدة عوامل

متفاوتة منها: (حمود، 2021، ص ص 33 - 35)

- **تصنيف البرامج على أساس الهدف أو الوظيفة:** فقد يكون البرنامج إما للإعلام أو التعليم أو التثقيف أو الإعلان أو الترفيه... وغيرها من الأهداف.

- **تصنيف البرامج على أساس المضمون (المحتوى):** حيث يصنف على أنه برنامج ديني سياسي، اقتصادي، رياضي، قني، ثقافي، اجتماعي، علمي، أو غيرها من التصنيفات.

- **تصنيف البرامج على أساس الجمهور:** قد يوجه إلى عامة المجتمع، أو إلى النخبة أو الأطفال، الشباب، النساء، وكذلك قد تصنف البرامج حسب الأعمار، النوع، اللغة، مكان الإقامة.

- **تصنيف البرامج على أساس دورية البث:** يومي، أسبوعي، شهري، نصف شهري... إلى غير ذلك.

- **تصنيف البرامج على أساس الوقت:** يصنف البرنامج على أساس الوقت المعلن للبث: صباح، مساء، وقت الظهيرة، السهرة، وذلك تبعا للوقت المستهدف والأوقات التي يعتقد أن الجمهور المستهدف في التلقي.

- **تصنيف البرامج على أساس اللغة:** قد يكون البرنامج باللغة العربية أو بإحدى اللغات الأجنبية، أو يكون مترجما... إلخ

- تصنيف البرامج على أساس القالب: وهو يعتبر من أهم أنواع التصنيفات، حيث قد يكون

البرنامج على شكل حديث مباشر، أو قد يعتمد على المقابلة والحوار...إلخ

4-أنواع البرامج الإذاعية والتلفزيونية: تختلف البرامج المقدمة في الإذاعة والتلفزيون بين

برامج جادة وأخرى ترفيهية وبرامج حوارية وقصصية متنوعة، ومن بين أنواع البرامج نذكر:

4-1-البرامج الإخبارية: وهي نوعية من البرامج هدفها الأساسي هو الإعلام أو الإخبار تقوم

بتزويد الجماهير بالمعلومات والآراء التي لم يعرفونها من قبل، أو التي تحظى باهتمامهم أو

اهتمامات قطاع كبير منم، لذا فإن مهمتنا الأساسية هو إحاطة الجمهور علما بكل جديد بطريقة

فورية ودقيقة، وتتخذ هذه البرامج أكثر من شكل غير انها لا تخرج في النهاية عن كونها أخبار

بوقائع جديدة أو تحليلات حولها، ومن أشكال البرامج الإخبارية ما يلي: موجز الأخبار، النشرات

الإخبارية، التحليلات الإخبارية، التعلق الإخباري، التقرير الإخباري، البرامج الإخبارية الخاصة

البرامج التسجيلية الإخبارية والمجلات وموجز الأنباء، قطع البرنامج (الخليفي 2008، ص

100).

4-2-البرامج الحوارية: ويعد من أبرز أشكال المادة الإعلامية في الإذاعة والتلفزيون تعالج

موضوعا أو أكثر بحضور ضيوف لهم صلة بهذه المواضيع، يقدمون شروحات وتحليلات

وتفسيرات علمية مستندة للحجج والبراهين في شتى الميادين، السياسية، الاقتصادية، الثقافية

الاجتماعية...إلخ (Filicien, 2011, p 27-30)، ومن أشكال هذه البرامج نجد الحديث

المباشر، الحوار أو المقابلة المناقشات والندوات المائدة المستديرة، البرامج على شكل المحاكمة

البرامج الاجتماعية، البرامج الجماهيرية (كزوط، 2021، ص29).

وتعتمد البرامج الحوارية في إعدادها على سبعة محاور هي:

1- المقدمة والترحيب.

2- تقارير ومعلومات عن القضية وموضوع النقاش.

3- فواصل ونماذج متعلقة بالقضية.

4- محاور نقاشات المشاركين.

5- الريبورتاجات التعليمية.

6- آراء مسجلة (للإذاعة) لمختصين.

## 7- الختام (كزوط، 2021، ص 29).

## 4-3- البرامج الثقافية والتعليمية: ضمن الأدوار والوظائف التي تنهض بها وسائل الإعلام

الجماهيري الحديثة في المجتمع يأتي الدور التربوي الثقافي والتنموي والإرشادي كواحد من أهم الوظائف في الإذاعة والتلفزيون، مستغلة في ذلك شوق الإنسان إلى المعرفة وحاجته الملحة للاتصال والتعارف والأثر الإنساني الكبير الذي تحدثه فيه، وإن لم يكون مقصودا ذلك أنها تفتح أمام المواطن صفحات كتاب العالم.

إن الصحافة الإذاعية والتلفزيونية في الأصل تتوجه إلى جمهور واسع متعدد الميول والثقافات بلغة واضحة المعاني، بسيطة العبارات غير مكلفة الأسلوب، غير أنها في بعض برامجها الثقافية الخاصة تميل إلى لغة الصحافة المتخصصة، حينما نتوجه إلى نوع معين من الجمهور يتصف باهتمامات أو سمات ثقافية أو علمية أو مهنية خاصة، وهي في هذا النوع من البرامج تنحى منحى الصحافة المختصة في التوجه إلى ثلاثة أنواع من الجمهور على النحو التالي:

✓ برامج ثقافية وتعليمية موجهة إلى عموم الناس ذوي الثقافة السائدة في المجتمع مثل تلك الموجهة إلى الفلاحين، الأطفال، ربات البيوت.

✓ برامج ثقافية وتعليمية موجهة إلى نوع ثقافة وتعليم متوسط يهتم ويسعى للتعرف على أسس وقواعد بعض العلوم، واكتساب مهارات بعض المهن مثل برامج كتابة الشعر الفنون التشكيلية، استشارات نفسية، طبيبك...

✓ برامج ثقافية موجهة إلى جمهور ذي ثقافة أو تخصص علمي مهني عالي المستوى بلغة علمية أو أدبية راقية الأسلوب مليئة بإصطلاحات العلم والأدب وجوانبه النظرية (خزل، 2010، ص ص 48-50).

4-4- البرامج الترفيهية: وهي البرامج التي يجد فيها المستمع نوعا من الترويح عن النفس حيث تهدف وتسعى إلى الترفيه عن الجمهور وإشباع رغباته وتخفيف أعباء حياته اليومية، ولا يعني ذلك ابتعادها عن المضمون الهادف، وتتنوع البرامج الترفيهية بما يليب رغبات الجمهور من الحاجة إلى المتعة والراحة لكل طبقات المجتمع (طاهري، 2012، ص 69).

4-5- الإعلانات التجارية: وهي أقصر أشكال البرامج من حيث المضمون والفترة الزمنية وأكثرها تسويقا وإبهارا وترويجا لسلعة أو فكرة ما، وتعتمد على الدعاية لتحقيق أفضل الأرباح.

**4-6- برامج المناقشات:** تقوم هذه البرامج على تبادل المعلومات والآراء حول قضية ما للوصول إلى حلول مناسبة حيالها بين المشتركين في هذه البرامج سواء كانوا من داخل الأستوديو أم من المشاركين عبر الاتصالات والمقابلات التي أجريت بخصوص موضوع ما، إلا أن السمة الغالبة على هذه البرامج تتمثل بالصراع الذي يتولد نتيجة الاختلاف و الآراء والتعارض بالأفكار.

**4-7- البرامج الخاصة والموجهة:** وهي البرامج التي تستهدف فئات معينة من المجتمع منها ما يتعلق بالأسرة والطفل والمرأة والشباب، وتسعى لإشباع رغباتهم مثل برامج المرأة الخاصة بتربية الأطفال عالم الطبخ والخياطة، فضلا عن برامج أخرى باتت موجهة لأفراد الأسرة بشكل عام (الأمير، أسعد 2022، ص 156).

**4-8- البرامج التسجيلية:** وهي برامج تتناول موضوعات حقيقية كالمشكلات الاجتماعية والقضايا السياسية أو العلمية أو الثقافية، ويمكن أن تتخذ عدة أشكال منها:  
أ- البرنامج الدراسي التسجيلي.

ب- الأفلام التسجيلية : تتنوع بين الأفلام التعليمية و العلمية و أفلام التدريب والأفلام الإرشادية و أفلام المعرفة وغيرها.

**4-9- الدراما:** وهي أشكال درامية يقوم بإنتاجها الدراما والتلفزيون ووسائل أخرى، ولكنها تعرض في الراديو والتلفزيون، ومن أمثلتها: الأفلام السينمائية والتلفزيونية، المسرحيات في الإذاعة والتلفزيون التمثيلات، المسلسلات، برامج السرد الدرامي، البرامج شبه الدرامية، البيوغرافية التسجيلية (كزوط 2021، ص 30).

**10- البرامج المتخصصة:** وهي البرامج التي تتناول مواضيع من مجال وتخصص واحد منها: -البرامج الدينية: التي تتطرق إلى ما يرتبط بالإنسان والمجتمع من عقائد وعبادات ومناسبات دينية وتلاوة القرآن والأحاديث الدينية وعادة ما يقدمها شخصيات دينية.

-البرامج الاقتصادية: وتسلط الضوء على القطاع الاقتصادي وتطوره والمشاكل تعترض سبل تقدمه.

-البرامج السياسية: وهي برامج تتعلق بالأمور السياسية والقرارات السياسية والنشاطات الحزبية والحكومية والعلاقات الدولية.

- البرامج الاجتماعية: وهي التي تعالج المجال الاجتماعي كالأمر الأسرية وقضايا الشباب  
كما تسعى للقيام بوظائف التربية في المجتمع وغرس مشاعر الانتماء له.
- البرامج الرياضية: تهتم بنقل الأحداث الرياضية وما يتبعها من تحليلات ونقاشات  
(طاهري، 2012، ص 70-71).

### خامسا: الصحافة الإذاعية المتخصصة

- 1- الإذاعة المحلية.
- 2- الإذاعة الإقليمية.
- 3- الإذاعة الدولية.
- 4- الإذاعة الوطنية.
- 5- الإذاعة الحوارية.
- 6- إذاعة المؤسسة.
- 7- إذاعة النوعية.
- 8- الإذاعة الخاصة.

خامسا- الصحافة الإذاعية المتخصصة: استحدثت الإذاعات عدة أنواع من أجل منافسة المستحدثات الإعلامية الجديدة التي أضحت تثير الفضول لدى الجماهير، منها إذاعات ساعدت في الاتصال بين عدة دول في مناطق مختلفة من العالم، وأخرى أعطت أهمية لمجتمعات محلية وأماكن نائية أهملت من طرف الإذاعة المركزية، وتشير موسوعة المجالس القومية المتخصصة إلى أن أنواع الإذاعات في العالم لا تخرج عن واحدة من الأنواع التالية:

1- الإذاعة المحلية (Local radio): هي الإذاعة التي تخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية والإقتصادية، له مصالحه وارتباطاته الاجتماعية المعروفة وله تقاليده وعاداته وتراثه الفكري الخاص، وهي تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، مجتمعا له خصائص البيئة الإقتصادية والثقافية المتميزة، وقد يكون هذا المجتمع مدينة أو مجموعة قرى أو مدن صغيرة متقاربة، تجمعها وحدة اقتصادية وثقافية متميزة فالنظام الإذاعي لكل دولة هو مرآة لشخصية هذه الدولة، يعبر عن فلسفتها السياسية الخاصة وهويتها الثقافية، وكذلك الإذاعة المحلية هي مرآة لشخصية المجتمع المحلي الذي تتواجد فيه، تعبر عن اهتماماته وانشغالاته وهويته (مجانى وآخرين، 2021، ص ص 26-28).

ظهرت أولى التجارب الصحافة الإذاعية المحلية في أمريكا اللاتينية، حيث كان الفقر والظلم الحافز الأساسي لظهورها، فالتجربة الأولى ظهرت في بوليفيا سنة 1947، وعرفت بإذاعة المناجم The miner's Radio، وأخرى في كولومبيا في نفس السنة وعرفت بالإذاعة الثقافية والشعبية Sutatenza accion cultural popular، وقد شهدت أوروبا في السبعينات والثمانينات من القرن الماضي محاولات لكسر الاحتكار السمعي الذي كانت تفرضه كبريات المحطات التجارية والعمومية من قبل إذاعات RT وفرنس أنتار ومونتي كارلو في فرنسا، فظهرت في هذا البلد وإيطاليا وإنجلترا ظاهرة الإذاعات السرية والقرصنة لقيامها بالبث بدون ترخيص قانوني (قيطة، 2020، ص 180). وهناك العديد من المميزات التي تحظى بها الإذاعات المحلية منها:

- أن الجمهور المستهدف في الإذاعات المحلية هو جمهور مجتمع محلي من حيث العدد.
- الإذاعات المحلية تتحدث بلغة قريبة من الجمهور المحلي ودائرة مستمعيها تزداد يوما تلو الآخر.

- تهتم برامجها بقضايا الفئات الاجتماعية حسب تخصص كل منطقة وجغرافيتها من مزارعين ربات بيوت...، مع التركيز على تركيز دعائم الوحدة الوطنية ونهج التعددية السياسية.
- الإذاعات المحلية هي تعبير عن واقع المجتمع المحلي وينبغي لها أن تكون على اتصال وثيق بأجهزة الحكم المحلي، وهي وسيلة توفيق بين متطلبات جماهير المواطنين وبين الإدارة المحلية (محمد حميد، 2012، ص 92).

## 2- الإذاعة الإقليمية (Régional Radio): هناك خلط كبير بين الإذاعة المحلية والإقليمية

حيث يرى عبد المجيد شكري أن الإذاعة الإقليمية هي إذاعة تخاطب مجتمعات تعيش داخل إقليم محدد طبقا للتقسيم الإداري للدولة، فقد يفصل بين هذه الأقاليم حاجزا أو أكثر مثل حواجز اللغة والدين وحواجز جغرافية، مما يجعل كل إقليم مستقل بذاته، والإذاعة الإقليمية تبث برامجها من عاصمة الإقليم وتقدم برامج وخدمات تهتم أبناء الإقليم بأسره، وفي نفس الوقت نجد بالضرورة في كل إقليم مجتمعات محلية متناسقة ويمكن تنشأ بينها إذاعات محلية صغيرة (بداني، 2016، ص 54).

وتعتبر الإذاعة الإقليمية من المعالم البارزة في تاريخ الإذاعة، ومن مظاهر التطور الذي أحدثته، حيث تعتمد على بث إذاعي أفقي يشجع الاتصال فيما بين المواطنين، وبالتالي فهي وسيلة للمشاركة والتفاعل الاتصالي الاجتماعي، حيث تدور المواضيع حول الحياة المحلية وتتطرق إلى المسائل الاجتماعية كالتعليم والصحة وغيرها. فهي من أكثر أشكال الإذاعات قربا من الجمهور (بومعيزة، 2009، ص 18).

## 3- الإذاعة الدولية (International Radio): أو الموجهة وهي الإذاعة التي يتم عن

طريقها تقديم شعب إلى شعب آخر بلغته فهي تبث برامجها من داخل الوطن إلى شعب آخر خارج الحدود، وقد تكون الإذاعة موجهة إلى عدد من الشعوب التي تتكلم لغة واحدة، مثلما هو الحال مع الإذاعات الموجهة إلى دول أمريكا اللاتينية التي تتعلم اللغة الإسبانية، كما يمكن أن تكون خارج الدولة التي توجه برامجها منها أو تستعين بمحطات نقل أو محطات ترحيل Relay Stations في مناطق أخرى قريبة من البلاد التي توجه إليها برامج تلك الإذاعة، وتستخدم هذه الإذاعات ممن أجل نشر الأفكار وتصدير الثورات أو في شكل حرب إذاعية في حالة الحروب الساخنة أو الحروب الباردة أثناء السلم، وقد تكون مجرد إذاعات لإلهاء الشعوب وتصدير الثقافات والحضارات وشغل

أوقات الشباب، وقد تكون تبشيرية عقائدية في حالة الإذاعات الدينية، وقد تكون إذاعات رسمية تجارية فردية خاصة، وقد تكون سوداء مجهولة المصدر (عبد الحليم، 2006، ص ص 73-74).

وقد تطورت هذه الإذاعات على عدة مراحل: (مجانى وآخرون، 2021، ص ص 25-26).

-**المرحلة الأولى:** مرحلة تبادل البرامج والخدمات الإذاعية، وقد تم ذلك أول مرة عام 1923 بين أمريكا وبريطانيا على الموجة القصيرة.

-**المرحلة الثانية:** مرحلة الإذاعات الموجهة من الدولة إلى مواطنيها أو من كانوا مواطنيها وذلك بداية من 1935 من طرف الإذاعات السويسرية.

-**المرحلة الثالثة:** مرحلة بث الإذاعات الموجهة من الدولة الأم إلى مستعمراتها أو البلدان الدائرة في فلكها، وقد بادرت بها الإذاعات الهولندية.

-**المرحلة الرابعة:** الإذاعات الموجهة مباشرة من دولة إلى مواطني دولة أخرى، وقد فعلها لأول مرة الاتحاد السوفياتي سابقا كوسيلة للحرب النفسية.

4- **الإذاعة الوطنية أو المركزية (National Radio):** أو القومية وهي إذاعة تبث برامجها لجميع أنحاء الوطن، وبثها يغطي الوطن كله وعادة ما يكون مركزها في عاصمة الدولة، وتهتم ببرامجها بما يتعلق بالوطن كله من أمور سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية ورياضية، ولا تهتم بالتفاصيل الإقليمية أو المحلية كثيرا، لأنها تخاطب مستمعين تختلف اهتماماتهم وانشغالاتهم وثقافتهم عن طريق طرح قواسم مشتركة بين الأطياف التي يتشكل منها الوطن دون التخصيص أو التحيز لمنطقة أو ثقافة أو فئة (طاهري، 2012، ص 85).

5- **الإذاعة الجوارية (Neighbourhood Radio):** وهي صورة من صور الإذاعات المحلية لكنها تخدم حيا صغيرا من أحياء مدينة كبيرة أو شارع واحد من شوارعها. يتفق سكانه فيما بينهم على إنشاء هذه الخدمة المحدودة، مثلما هو الحال مع الإذاعات التي تخدم مجتمعات سكنية كثيرة أو بناية ضخمة مما يطلق عليه ناطحة السحاب (Sky carpers).

6- **إذاعة المؤسسة (Institutional Radio):** وهي إذاعة تقدم خدمة إذاعية واحدة محددة مثلما هو الحال مع إذاعة الشرطة التي تقوم بتوجيه إشارات مرورية خاصة بالطرق والحوادث وتنظيم السير، ومثلها أيضا الإذاعات الخاصة بإرشاد الصيادين والسفن في الموانئ والمياه الإقليمية للدولة

حيث تقدم لهم إرشادات عن طرق الملاحاة وأحوال الطقس وإذاعة المستشفيات وغيرها (عبد الحليم 2006، ص ص 71-72).

7- **إذاعة النوعية (Specific Radio):** وهي إذاعة متخصصة في نوع معين يغلب طابعه على كافة برامجها، وموجهة لجمهور معين تحقق إشباعاتها في ميدانه الخاص، ويرى رفعت الضبع أنها تظهر في المجالات الآتية:

أ. البرامج الدينية - برامج الأطفال - برامج المرأة - البرامج الصحية والثقافية والتعليمية بالمحطات والشبكات الإذاعية.

ب. محطات الإذاعات المتخصصة التعليمية (القرآن الكريم، السنة النبوية الشريفة، الأخبار الرياضية، الثقافية، الفنية، الاقتصادية، الشبابية).

ت. الإذاعة الجامعية المحلية.

ث. الإذاعة المدرسية (الضبع، 2011، ص 14).

8- **الإذاعة الخاصة:** ويقصد بها الإذاعات التجارية غير الحكومية المملوكة ملكية خاصة وكانت أولها في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1920 K.D.K.A، ويقصد أيضا بهذه الإذاعات إذاعات الإعلانات، وتقوم على أساس الربح كمشروع تجاري أساسها في التمويل والربح الإعلانات. وقد تكون هذه المحطات مشروعات فردية خاصة يملكها أفراد أو شركتا (عبد الحليم، 2006، ص ص 72 73).

**المحور الثاني:**  
**الصحافة التلفزيونية.**

## أولاً: ماهية الصحافة التلفزيونية.

1- تعريف التلفزيون.

2- تعريف البث التلفزيوني.

3- تعريف التغطية التلفزيونية.

4- تعريف القنوات الفضائية.

5- تعريف الصحافة التلفزيونية.

6- تعريف الصحافة الإذاعية

والتلفزيونية.

7- نشأة التلفزيون وتطوره.

8- انعكاس التطور التكنولوجي على

الصحافة التلفزيونية

**أولاً: ماهية الصحافة التلفزيونية**

يعتبر التلفزيون أحد أهم وسائل الاتصال، وقد أصبح في عصرنا الحاضر من أهم الوسائل الإخبارية التربوية والتعليمية، ومن أهم الوسائل في نشر الفن والأدب بين الجماهير، فقد جاء التلفزيون ليصنع بالصورة الثورة التي أحدثها الراديو في الصوت، إذ حملت الشاشة الصغيرة الصورة آتياً إلى البيت ونجحت في الوصول بالمشاهد إلى أماكن لا يستطيع الوصول إليها بحكم البعد الجغرافي والمكاني.

**1- تعريف التلفزيون:**

أ- لغة: إن التلفزيون (Télévision) من الناحية اللغوية، كلمة مركبة من مقطعين (Télé) ومعناه عن بعد و (Vision) ومعناه الرؤية، وبهذا يكون معنى كلمة التلفزيون هو الرؤية عن بعد. استعملت هذه الكلمة لأول مرة عام 1900 سبقتها كلمات أخرى منها "الرؤية عن بعد" أو "المصورة" مثل "التلسكوبي"، "التلكتروسكوبي"، النيوتروغرافي، وبالعبارة: "الرأسي" ثم "التلفزة" التلفزيون كتعريب لكلمة (Télévision).

ب - اصطلاحاً: يمكن تعريف التلفزيون بأنه طريقة استقبال الصورة والصوت عن بعد بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والأسلاك النحاسية (الألياف البصرية مؤخرًا) والأقمار الصناعية بمحطاتها الأرضية في حالة البث كبير المسافة. (دليو، 2007، ص 133).

وهو كذلك مشاهدة الصورة المنقولة لاسلكياً، والآن سلكياً أيضاً عن طريق التلفزيون السلكي أو تلفزيون الكابل، كما يعني التلفزيون حرفياً الصورة القادمة من بعيد وهو وسيلة إلكترونية لنقل الأخبار والأفكار والمعلومات، وهو جهاز عائلي أو أسري يجمع الأسرة ويدخل غرفة النوم ويقدم رسالته الإعلامية إلى خليط من الثقافات ومختلف الأعمار (عيساني، 2008، ص 107)

ويعرفه الدكتور عبد الباسط محمد الحطامي بأنه: "عبارة عن جهاز يقوم بالنقاط صورة ثابتة أو متحركة وتحويلها إلى موجات كهرومغناطيسية، ونقلها عبر الأثير إلى مكان بعيد عن مكان النقاط الصورة، ثم استقبالها من خلال جهاز استقبال وتحويلها داخله إلى صورة مطابقة للصورة التي تم التقاطها. ومن هنا جاء اسم التلفزيون Télévision الرؤية عن البعد أو رؤية الصورة القادمة من بعيد". وهذا التعريف يبرر لها العمل التقني للتلفزيون (الحطامي، 2015، ص 23).

أما البروفيسور جون كورن الأستاذ المتخصص في جامعة ليفربول في بريطانيا والمتخصص في مادة جماليات التلفزيون، فقد عرف التلفزيون من خلال ثلاث محاور وهي:

1- **التلفزيون وسيلة اتصال إلكترونية:** إن التلفزيون ينتج صورا وأصولا إلكترونية سواء كانت

حية أو مسجلة وبعد زمن يجري بثها. وبالتالي فإن الأساس الإلكتروني لأنظمة التلفزيون يعد أحد الجوانب الأساسية لشخصية التلفزيون.

2- **التلفزيون وسيلة اتصال بصرية:** فمقدرة التلفزيون على إنتاج صور متحركة حية مباشرة أو

مسجلة تعد أحد أهم الأسباب التعريفية له كوسيلة. فالتلفزيون لديه المقدرة على إعطاء المشاهد مفهوم "انظر بنفسك"، ويعد ذلك من دائم الثقة بين التلفزيون وجمهوره.

3- **التلفزيون وسيلة اتصال جماهيرية ومنزلية:** ذلك أن الطبيعة الجماهيرية للبث التلفزيوني

تمثل أحد المعالم المهمة المميزة للتلفزيون، وهذه الطبيعة ذات تأثير مهم على طبيعة الجهاز وعلى الأساليب المتميزة التي يفكر بها التلفزيون بصدد الأعداد المختلفة من مشاهديه، وعلى

كيفية مخاطبة هذه الأنواع وكيفية تنظيمه لتصوير الواقع والخيال (كورن، 2000، ص ص 163-166).

2- **تعريف البث التلفزيوني:** وهو كل مادة تبث حية أو غير مسجلة، ويقصد به نوعية من البرامج

التي تبث على الهواء، أو التي يكون المشاهد عنصرا رئيسيا مشاركا فيها.

أما البث من خلال الأقمار الصناعية فهو ظاهرة حديثة نسبيا، وهو إمكانية وصول الإشارة إلى أجهزة الاستقبال التلفزيوني في البيوت مباشرة بعد تركيب معدات صغيرة إضافية دون مرور على محطات أرضية للاستقبال، وهو نوعين:

- **الاستقبال الفردي:** ويقصد به إمكانية استقبال الفرد وتلقيه للإشارة من قمر الاتصالات بوسائل بسيطة وخاصة الهوائيات الصغيرة.

- **الاستقبال الجماعي:** يقصد به استقبال الإشارات عن طريق تجهيزات للاستقبال معقدة وهوائيات أكبر من التي يستخدمها الفرد من أجل استخدام مجموعة من الأفراد أو للاستخدام العام في منطقة محدودة، أو بنظام توزيع يغطي منطقة معينة (كافي، 2016، ص 74).

3- **تعريف التغطية التلفزيونية:** وهي عملية الحصول على بيانات وتفاصيل حدث معين والمعلومات

المتعلقة به والإحاطة بأسبابه ومكان وقوعه وأسماء المشتركين فيه، وكيف ومتى وغير ذلك من

المعلومات التي تجعل الحدث صالحا للبث. فالتغطية هي التي تحول الحدث إلى خبر يستحق البث أو العرض (الحسيني، 2005، ص72).

وتمر عملية التغطية الإخبارية حسب عبد الجواد سعيد بعدة خطوات على النحو التالي:

- وضع خطة لتغطية الخبر من مختلف جوانبه.
- الانتقال إلى مكان الحدث للوقوف على تفاصيله.
- مقابلة المصادر المختلفة مع التركيز على المصادر الأساسية للخبر.
- تسجيل الحدث مع الأخذ بالنقاط التالية:
  - وصف الحدث بذكر التفاصيل كما وقعت بالفعل.
  - وصف جو الحدث وذلك بذكر الملابسات والظروف المحيطة بالحدث.
  - التعريف بالأماكن التي وقع بها الحدث.
  - التعريف بالأشخاص المشتركين في الحدث (ربيع، 2005، ص 137).

**4-تعريف القنوات التلفزيونية الفضائية:** وهي لفظة حديثة كاختصار لقنوات التلفزيون الرقمية التي تبث من خلال الأقمار الصناعية، فهي قنوات تبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة، تحدد عموماً بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة من القنوات الفضائية التي يتم بثها على قمر من القنوات (عبد النبي، 2014 ص25).

فالبت الفضائي هو الاستلام المباشر من القمر الصناعي إلى جهاز الاستقبال أو غير الكامل المرتبط بمحطة استقبال وتوزيع الترددات، وتعتمد ميكانيكية البث المباشر على قيام محطة بث برامج يحجز لها وقت على قمر صناعي تتعامل معه، أين تتوفر إمكانية الاتصال بين القطاع الفضائي وأجهزة الاستقبال المباشرة دون المرور عبر المحطات الأرضية أو محطة أخرى. فالإرسال المرئي يصل إلى شاشات التلفزيون مباشرة، حيث تصل الإشارات إلى أجهزة التلفزيون من خلال القمر الصناعي للبث المباشر. ليتم الاستقبال من خلال هوائي خاص، حيث تتجاوز المحطات بهذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لدولة الإرسال (السيد، 2005، ص37).

**5-تعريف الصحافة التلفزيونية:** هناك معاني عديدة للصحافة التلفزيونية، حيث يرى الدكتور مجد الدين محمد أن الأهمية المتزايدة للصحافة وتجلياتها وتفسيراتها للأخبار فضلا عن انفرادها بما يكتبه

كبار الكتاب والصحفيين أصبح محل اهتمام العاملين بالأخبار التلفزيونية، فيقومون بنشر أبرز ما تتداوله الصحف المحلية والإقليمية والدولية في خدمة خاصة يطلق عليها الصحافة التلفزيونية، وتتخذ مسميات عدة مثل هكذا تقول الصحافة، الجريدة المصورة... إلخ، ويقوم بإعداد هذه المادة فريق متخصص يتابع كل ما ينشر بالصحف والمجلات، ويختار ما يناسب عرضه ويتفق مع السياسة التحريرية للمحطة، ويعتمد إنتاج هذا القالب بشكل كبير على الجرافيك، الذي يقوم بتحويل قصاصات الصحف إلى لوحات تعرض أثناء قراءة المذيع، وتقدم الصحافة التلفزيونية كوحدة منفصلة عن النشرات الإخبارية ولكنها من الخدمات الأساسية سواء في المحطات العامة أو الإخبارية المتخصصة (محمد، 2005، ص115)، وهذا التعريف غلب عليه طابع وأخصائية الصحافة كمصطلح.

في حين أن الصحافة التلفزيونية واعتبار الوسيلة، فقد نشأ وتطور بفعل التطور التكنولوجي الذي نقل مستوى الاتصال من اللغة المكتوبة المقروءة الذي يعتمد على حاسة البصر وحدها إلى مستوى الاتصال السمعي البصري الذي يعتمد على حاستي السمع والبصر والتقنيات المصاحبة لهما من الحركة واللون، والسرعة في نقل الحدث لحظة وقوعه ومتابعته، وسهولة الإضافة المستمرة عليه مع الدخول المضاعف للأثر الإنساني الذي يظهر أثناء الإذاعة أو التقديم بصوت المذيع ومظهره ووسامته ودرجة تقبله وحضوره عند الجمهور (خزل، 2010، ص17).

فالصحافة التلفزيونية هي كل البرامج الإخبارية، الثقافية، الحوارية، الترفيهية... التي يتم عرضها على شاشة التلفزيون وما تحمله من قيم وأهداف تريد إيصالها إلى الجماهير المختلفة.

**6- تعريف الصحافة الإذاعية والتلفزيونية:** إن الصحافة الإذاعية والتلفزيونية شأنها شأن الصحافة التقليدية تعتمد على الأسس نفسها والأشكال النظرية المتعارف عليها في فنون التحرير الصحفي، فإذا كان عنصر المساحة يتحكم في شكل وحجم المضمون الإعلامي الذي يتوزع على شكل أحرف وخطوط وألوان وعناوين وصور على صفحات المحلية أو الجريدة، مع الرموز الطباعية أو اللغوية المعروفة في تجسيد معنى الكلام من علامات تعجب واستفهام ونقاط وفواصل وغيرها، فإن زمن الإرسال هو العنصر المتحكم المقابل في الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، والذي يتمثل بنبرات الصوت البشري وبأنغام الموسيقى والمؤثرات الصوتية، ويزاد عليها فعالية الحضور المباشر للمشاهد الصوري أو الفيلمي والظهور المجسد القوي والقريب للمذيعين والشخصيات في التلفزيون.

كما تتنوع فنون الصحافة الإذاعية والتلفزيونية فتندرج تحت عنوانها مسميات النشرات الإخبارية، الموجيز، التقارير، البرامج السياسية والحوارية، الريبورتاجات، المقابلات وغيرها (خزل، 2010، ص18).

إن اعتماد الصحافة الإذاعية والتلفزيونية على عنصري الصوت والصورة وما بينهما من موسيقى وتأثيرات الحضور الإنساني إذاعة وتقديم، غناءً أو رقصاً أو تمثيلاً، وحتى أحاديث درشة إنسانية، حدد إطلاق مصطلح الصحافة الإذاعية والتلفزيونية على البرامج التي تعتمد على تقديم الحقائق أو الأفكار في الإطار الإذاعي المناسب بغير الاعتماد على فنون الدراما أو الموسيقى أو الغناء. وقد سماها البعض ببرامج الحقائق أو الوقائع لتمييزها عن البرامج الأخرى (خزل، 2010، ص18).

**7- نشأة التلفزيون وتطوره:** يعتبر التلفزيون من أهم وأخطر وسائل الاتصال الجماهيرية ويعد بمثابة أحد معجزات العصر، فلم يمضي إلا سنوات قليلة من ظهوره حتى أصبح وسيلة هامة من وسائل الاتصال الجماهيري، حيث لاقى إقبالا شديداً من الناس في جميع بلدان العالم، وخلال فترة قصيرة أصبحت له العديد من القنوات الرئيسية التي يصل مداها لملايين المشاهدين في مختلف بقاع العالم وفي جانب آخر تم التوصل إلى إنتاج نوعيات من الأجهزة التلفزيونية الحديثة والدقيقة الأخرى كما أدى التوسع الكبير في نطاق استخدامه في كافة المجالات الحيوية والأساسية التي لم يكن يستخدم فيها من قبل خلال مرحلته الأولى.

لقد تم اكتشاف الأسس العلمية التي يقوم عليها التلفزيون والتي ترتبط ارتباطاً مباشراً بالتأثيرات الكهربائية والكيميائية، وتلك الأسس تم اكتشافها على أيدي العامل بكرويل (Beckuerel) عام 1839، غير أن هذه الأسس لم تلق اهتماماً كافياً من قبل العاملين والمسؤولين في هذا المجال خلال تلك الفترة (الدسوقي، 2018، ص 76).

والجدير بالذكر هنا أنه وبالموازاة مع الأبحاث حول الصوت عن بعد ومعالجة الصورة بمصباح إديسون الكهربائي، أجريت تجارب لإرسال الصور الثابتة منذ منتصف القرن 19، حيث توجت عام 1907، باختراع جهاز يستعمل ضمن شبكات مهنية يدعى البلينوغراف (Belinographe) نسبة إلى اسم مخترعه الفرنسي (E-Bellin) ومع ذلك لا يعتبر التلفزيون امتداداً له لأنه لا يستعمل دعامة ثابتة بل نقاطاً ضوئية، ولذلك فهو أقرب إلى النظام التقني للراديو، ولعل أهم الأبحاث

والدراسات التي ساعدت على ظهور وتطور التلفزيون هي أعمال الأمريكي إديسون (Edisson) بتحويل الطاقة المضيئة إلى صورة كهربائية والعكس منذ 1879 (دليو، 2018، ص121) بالإضافة إلى أعمال الألماني بول نيكو (Paul Nipkow) عام 1884 الذي اخترع أسطوانة مثقوبة لتكوين الصورة، حيث تجزأ الصورة عن طريق مسح الصورة تدريجياً بشكل لولبي مستمر ميكانيكياً بواسطة أسطوانة مثقوبة عدة ثقوب تتجه من الطرف الخارجي إلى وسط الأسطوانة، وعندما تدور الأسطوانة فوق الصورة دورة كاملة تكون قد قامت بمسح جميع الخطوط الموجودة في الصورة وعند نقل تلك الومضات الصادرة عن الثقوب يمكن إعادة تشكيل الصورة على شكل ومضات كهربائية في أنبوبة زجاجية مفرغة من الهواء، ومطلية بمواد كيميائية حساسة لسقوط الإلكترونات عليها (C.R.T) (الزغبى، شراذقة، 2018، ص178) ثم طور الباحث الأمريكي تشارلز جنكنز (Ch F.jenkins) مبدأ نيكو عام 1890 ولكنه لم يتمكن عملياً من ترجمة أبحاثه وأفكار غيره من أمثال ماركوني حتى عام 1925، حيث قدم الإثباتات الميكانيكية على قدرة البث التلفزيوني (النقطي والخطي) (دليو، 2018، ص122).

كما تمكن العالم الأمريكي الروسي فلاديمير زوريكين (V.Zworykin) في عام 1923، من تسجيل اختراع لأنبوب كاميرا يستطيع تجزئة الصورة الضوئية إلكترونياً، ونقلها ليعاد استقبالها وإعادة بنائها. ولم يلبث العالم البريطاني جون بيرد (Cj. Bird) أن قام بالاستفادة من ذلك الاختراع وتقديم أول نظام عملي لنقل الصورة في تجربة شهيرة ناجحة في لندن عام 1926 م. ففتبعت شركات الإعلام الأمريكية لأهمية أبحاث نقل الصورة، واستطاعت قبل الحكومات إدراك آفاق مستقبلها في مجالى الدعاية التجارية والترفيهية، فقامت كل من شركات (RCA) و (CBS) بالتنافس في تمويل الأبحاث المتعلقة بهذا المجال ورعاية العلماء الموهوبين في هذا المجال، خاصة بعد أن نجح العالم "ألين دومونت" في تحسين حجم وكفاءة شاشات الاستقبال واختراع جهاز استقبال تلفزيوني منزلي يمكن اقتناؤه في المنازل وليس المعامل والمختبرات فقط (الزغبى، شراذقة، 2018، ص179).

وفي عام 1927 نجح أحد الباحثين في إرسال الصورة من العاصمة الأمريكية واشنطن إلى نيويورك عبر خط سلكي، في هذه الأثناء تمكن العالم الأمريكي فيلو فارنروث (Philo Pharnsworth) من إدخال تحسين جذري على نظام المسح الضوئي ضاعف من وضوح الصورة التلفزيونية، ولكن أول خدمة تلفزيونية في العالم ظهرت في ألمانيا خلال دورة الألعاب الأولمبية

العالمية التي أقيمت في برلين، وبدأت في شكل متزامن تقريبا أبحاث تطوير محطات الإرسال والاستقبال في كل من لندن ونيويورك، فقامت شركة RCA ببث التلفزيون التجريبي في نيويورك عام 1930، بينما بدأت الحكومة البريطانية من خلال BBC تجارب الخدمة التلفزيونية العامة المنتظمة في منطقة لندن اعتبارا من عام 1936 (الزغبى، شراذقة، 2018، ص ص 179-180). أما فيما يخص البث التلفزيوني المنتظم نسبيا فقط بدأ كما هو معروف سنة 1939، حيث تمكنت بريطانيا وألمانيا من تغطية أربع ساعات من البث اليومي، ثم جاءت الحرب العالمية الثانية لتضع حدا مؤقتا لتطوره في أوروبا ولتفسح المجال للولايات المتحدة الأمريكية لتواصل التطور الكبير في التلفزيون، ولكن الانتشار الجماهيري للتلفزيون هناك لم يتم إلا بعدما سمحت لجنة الاتصالات الفيدرالية الأمريكية باستخدام التلفزيون في المنازل، ومع ذلك فإن الإرسال الجماهيري للتلفزيون لم يبدأ إلا بعد منتصف القرن 20 (دليو، 2018، ص 123)، أما في فرنسا فقد بدأ أول إرسال تلفزيوني منتظم من برج إيفل عام 1939، ومنحت حكومة فيشي التابعة للألمان حق امتلاك وتطوير وسائل الإعلام المرئي للقطاع الفرنسي الخاص، وهو ما أبطلته الدولة الفرنسية بعد انتهاء الحرب، وانطلق البث الفضائي في موسكو عام 1939، حيث وظف السوفييت ريادتهم في مجال الفضاء في الإرسال عبر الأقمار الصناعية، لتصبح محطة موسكو من بين أوائل المحطات التلفزيونية في العالم التي تبث برامجها فضائيا إلى العالم، أما في اليابان فيعود تاريخ البث التجريبي إلى عام 1939 وفي الصين إلى عام 1958 وبمساعدة تقنية من الاتحاد السوفياتي (الدليمي 2011، ص 157).

وفيما يخص استخدام الصورة المتحركة فقد كانت شبكة NBC هي أول من أضافها إلى التلفزيون، حيث استخدمت الأفلام الصامتة مصحوبة بصوت المذيع من الاستوديو، ثم تلتها شبكة CBS وفي عام 1951 تم إيصال شواطئ أمريكا شرق، غرب بكابل وأصبح يمكن نقل الصورة من الشرق إلى الغرب والعكس (Branston, 2003, pp 197-198).

أما عن ظهور التلفزيون الملون فقد كان في الولايات المتحدة الأمريكية على يد العالم جولد مارك (G: Mark) في مخابر CBS سنة 1952 (دليو، 2018، ص 123)، وسمي بنظام NTSC. وفي الستينات أصبح تطور التلفزيون أكثر سرعة، بإدخال التلفزيون الملون في عدة دول بنظامين

هما بال وسيكام، وبدأت هيئة الإذاعة البريطانية البث الملون المنتظم في عام 1966 على القناة الثانية (الزعيبي، شرادقة، 2018، ص181).

أما في الوطن العربي، فقد بدأ البث التلفزيوني متأخرا نوعا ما على بقية دول العالم. فقد بدأ تقريبا في نهاية الخمسينيات من القرن، 20 حيث يعتبر تلفزيون العراق أول تلفزيون عربي بدأ إرساله في صيف 1956، تلاها التلفزيون الجزائري كثاني محطة عربية في نهاية ديسمبر 1956، حيث أقيمت مصلحة بث محدودة الإرسال ضمن المقاييس الفرنسية، واقتصر بثها على المدن الكبرى للجزائر، حيث أنشأت محطات إرسال ضعيفة تقدر بـ 819 خط على المدى القصير موزعة على ثلاثة مراكز قسنطينة الجزائر العاصمة وهران، وفي لبنان وضع الحجر الأساس لمبنى التلفزيون في عام 1975، لكن إنجاز المشروع تأخر ليبدأ البث في ماي 1959، وفي العام نفسه وقعت مصر اتفاقية مع "صوت أمريكا" لتزويدها بشبكة إرسال وتأهيل كوادرها لتفتح بثها سنة 1960، أما في الخليج فكانت الكويت أول دولة خليجية تؤسس محطة تلفزيونية رسمية في نوفمبر 1961 (الدليمي، 2011، ص 169/170).

#### جدول رقم 02: يوضح الأعوام التي بدأ فيها البث التلفزيوني في الدول العربية

الدولة	العام
الجزائر، العراق، لبنان	1956
مصر + سوريا	1960
الكويت	1961
المغرب	1962
السودان	1963
اليمن	1964
السعودية	1965
تونس + جيبوتي	1966

ليبيا	1968
الامارات العربية المتحدة	1969
قطر	1970
البحرين، الأردن	1973
عمان	1974
اليمن	1975
موريتانيا	1981
الصومال	1983
فلسطين	1995

**المصدر: (الحطامي، 2015، ص36)**

وأول قناة فضائية عربية خاصة وغير مشفرة تبث من لندن باللغة العربية فهي قناة إم بي سي (MBC) تأسست عام 1991 ويمتلكها رجال أعمال سعوديين، وفي السنة التالية 1992 ظهرت شبكة جديّة باسم ART تبث من إيطاليا وتتضمن 5 قنوات متخصصة (كافي، 2016 ص88).

أما الاستخدام الدولي للتلفزيون فقد بدأ منذ فترة مبكرة منذ وجود إرسال تلفزيوني منتظم، وفي الولايات المتحدة الأمريكية خلال نهاية الثلاثينات، وظلت الأمور مستمرة عند هذا المستوى إلى أن شهد البث المباشر نقلة هائلة عام 1954 بإنشاء شبكة اليوروفيزيون ولقد دفع هذه الشبكة دول أوروبا الشرقية إلى إنشاء شبكة انترفيزيون للاتصال التلفزيوني بين دول المعسكر الاشتراكي ثم تتبعها شبكة نورديفيزيون للدول الإسكندنافية عام 1959 التي تضم الدنمارك، السويد، النرويج وفنلندا، ثم تبعها وأطلقت على شبكتها آسيفيزيون (الحطامي، 2015، ص35).

فخدمة التلفزيون الكابلي بدأت في الأربعينيات في الولايات المتحدة الأمريكية وذلك لعدم قدرة الإشارة من الوصول إلى المناطق البعيدة أو الاستفادة للناس الذين يقيمون في بعض المناطق النائية لإشارة تلفزيونية ضعيفة أو غير واضحة أو بها قدر كبير من التداخل مع موجات أخرى، حيث بدأ

السعي للحصول على إشارة تلفزيونية واضحة باستخدام هوائيات استقبال جيدة وذات كفاءة ممتازة للوصول إلى صورة تلفزيونية واضحة، وهذا من طرف روبر تارلتون (R. Tarlton) الذي جرب البث باستعمال هوائي ضخم وقدم وصلة بالكابل مقابل اشتراك شهري لكل مشترك وأطلق على مشروعه الشركة بنتر فالي للتلفزيون Anther company valley TV، فتارلتون لم يبتكر أي برامج جديدة وإنما التقط إرسال الشبكة التلفزيونية باستخدام الهوائي المشترك الخاص به ثم نقل الإشارات عن طريقة نظامه المبتكر للمنازل.

وقد تم تأسيس أول نظام كابل في ولاية بنسلفانيا علم 1946، بدأ تطوير ما يسمى CATV (Community Antenna Television)، وتعني استخدام هوائي استقبال ضخم لتوصيل الإرسال إلى عدد من المنازل في المناطق المنعزلة. وقد بلغ عدد المناطق الكابلية في الولايات المتحدة الأمريكية خلال 1975 حوالي 3505 نظاما زادت إلى 6600 نظام في عام 1985، وقفزت في نهاية الثمانينات وبداية التسعينات إلى 10200 نظام كابل وأكثر من 54 مليون مشترك (كافي 2016، ص78/76).

وتغير الخطوة الأولى في طريق تحقيق البث المباشر بأقمار صناعية هي تلك التي تحققت عام 1974 وذلك بإطلاق القمر الصناعي ATS-6 حيث استخدم لبث البرامج التلفزيونية للأغراض الإنمائية في المناطق الأمريكية، ويؤرخ لأول بث إخباري عالمي في سبتمبر عام 1965 عندما استطاعت أوروبا أن تسمع خطبة البابا بول السادس في الأمم المتحدة على الهواء مباشرة عبر القمر الصناعي الشهير طائر الصباح في الساعة الثالثة بعد الظهر بتوقيت نيويورك، ويتم البث المباشر عبر ثلاث مراحل أساسية تتمثل في:

- تصوير الحدث والبث في نفس الوقت إلى القمر الصناعي (الوسيط الناقل) عبر ما يعرف بالواصلة الرافعة.
- يستقبل القمر الصناعي المادة الإخبارية، ثم يقوم بإرسالها بدوره إلى مقر الاستقبال المرغوب فيه.
- في موقع الاستقبال تكون هناك الوصلة الهابطة التي يتم من خلالها استقبال المادة الإخبارية ومنها إلى مقر محطة التلفزيون التي تعيد بثها مباشرة إلى المشاهدين (بوججوف 2018، ص ص33-34).

وشكل الانتقال إلى التلفزيون الرقمي مع أواخر القرن 20 قفزة نوعية حيث تم استبدال الإرسال التماثلي التناظري إلى الرقمي، الذي يعطي صورة واضحة تعادل ما ينتجها أفضل أستوديو صور متحركة وبدون تشويش. وقد اتجهت الكثير من البلدان حول العالم إليه منها الولايات المتحدة عام 1998 والسويد 1999 واسبانيا 2000، وهي من البلاد الأوائل التي أطلقت خدمة البرامج المدفوعة Pay Télévision وأطلقت بريطانيا خدمة مجانية في 2002 أطلق عليها Freeview لتطلق بعدها العديد من الدول خدمة البث الرقمي الأرضي منها فنلندا عام 2002، ألمانيا 2003، وفرنسا التي أطلقت هي الأخرى 18 قناة مجانية و 11 أخرى مدفوعة (صادق، 2008، ص252).

ولم يكد هذا النظام ينتشر حتى ظهرت تقنية أخرى وهي التلفزيون عالي الجودة (HD) الذي تميز بالدقة في الصورة ووضوح المعالم والتفاصيل وهذا بسبب زيادة عدد النقاط الضوئية والخطوط كما أدى إلى صفاء الصوت ونقاوته إلى درجة الصوت البشرية (Cousin, 2006, 9 85).

أما عربيا فقد بادرت المملكة العربية السعودية 2006 بإطلاق التلفزيون الرقمي الذي ضم 4 قنوات للبرامج التلفزيونية، و 4 للبرامج الإذاعية إلى جانب خدمات مرئية تفاعلية تغطي أكثر من 22 مدينة في المملكة أي ما يعادل 70%، أما حاليا فقد دخل التلفزيون الإنترنت ومن أبرز هذه الخدمات خدمة أم أس أن MSN TV بالإضافة إلى تلفزيون ولت ديزني ومبادرة آل غور التي يطلق عليها اسم In 2TV التي تستفي برامجها من وورنز براذرز، كما تتوفر برامج كمبيوتر لخدمة تلفزيون الإنترنت منها برامج Free Internet TV وهو يقوم بعرض 700 قناة تلفزيونية وإذاعية وعالمية على [www.holdersoft.net](http://www.holdersoft.net). ونشير أيضا إلى مبادرة وولت ديزني التي تقدم مختارات مختلفة من برامج الفيديو المجاني على [waltdisney.com](http://waltdisney.com) هذا فضلا عن مئات المحطات الإخبارية التي أنشئت في الإنترنت والتي تقدم مقطوعات لتقارير إخبارية ومواقع الصحف التي تستكمل تقاريرها النصية بأخرى تلفزيونية ينتجها محرروها بجانب محطات التلفزيون التقليدية التي تقدم بثا متوصلا في الإنترنت وهذه خدمات لا حصر لها، فقنوات مثل ديسكوفري تقدم برامج تلفزيونية خاصة على الإنترنت من خلال قنواتها المختلفة مثل: قناة عالم الحيوانات، وفي قناة Sail Tv توفر خدمات الفيديو في الألعاب وبرامج المطبخ والألغاز والبرامج التعليمية والعلمية. وفي هونغ كونغ يوجد 40% من السكان يشاهدون أفلامهم السينمائية وبرامجهم الرياضية والإخبارية عبر

الخطوط الهاتفية بدلا من الأطباق الهوائية أو الكابلات، وأكبر شركة مزودة لها في العالم هي شركة بي سي سي دبليو (LTD(B.C.C.W) (صادق، 2008، ص 261/262).

حيث يتكون نظام التلفزيون من وحدتين أساسيتين هما: وحدة الأرسال، ووحدة الاستقبال أما وحدة الإرسال فتعتمد على تحويل التغيرات في شدة إضاءة الصورة إلى موجات كهرومغناطيسية يمكننا إرسالها عبر الفضاء، ويعتمد وحدة الاستقبال أو جهاز التلفزيون على استلام الموجات المرسله وتحويلها إلى موجات كهرومغناطيسية ومن ثم تحويلها إلى صورة متحركة يمكن متابعتها عبر جهاز التلفزيون (العاني العاني، 2015، ص 167).

**8- انعكاس التطور التكنولوجي في الصحافة التلفزيونية:** لعبت التكنولوجيا الإعلامية دورا هاما في تحسين الصحافة التلفزيونية، مما جعلها من أهم الأساليب الإعلامية التي تحوز على رضا الجمهور في أي مكان في العالم بما أضفت عليه من مزايا أهمها:

- السرعة وال جذب والإثارة والتنوع وإمكان استرجاع ما فات من المعلومات أو الأخبار.
- اختيار المادة التي يريدتها الجمهور وفي الوقت الذي يناسبه.
- ميلاد أساليب تقنية جديدة في كيفية كتابة وإعداد البرامج التلفزيونية العامة والمتخصصة في مجالات عدة، مما حسنت من الإنتاج الإعلامي شكلا ومضمونا.
- التحسين في جودة الصور والتصوير في ظروف إضاءة عادية سواء ليلا أو نهارا كما يتيح إمكانية نقلها ونقل الفيديو بكل كفاءة (عبد الوهاب محمد، 2005، ص 381)

ثانيا - أنواع الصحافة

التلفزيونية.

1-برامج الصحافة

التلفزيونية.

2-الأخبار الإذاعية

والتلفزيونية.

3-النشرات الإذاعية

والتلفزيونية.

ثانياً-أنواع الصحافة التلفزيونية: تقوم رسالة الصحافة التلفزيونية على تقديم المعلومات ونقلها بمختلف أنواعها وتقديم التسلية والترفيه والتثقيف والإعلان والتعليم لمختلف الجماهير في المجتمع فهي تستمد وظائفها وأنواعها من وظائف الإعلام الأساسية باعتبارها أحد وسائلها وفروعه الرئيسية فهي تشكل مجالا خاصا بها لها تاريخها وتقنياتها وأنواعها وأساليبها المتأثرة بخصوصية الوسيلة السمعية البصرية.

### 1- برامج الصحافة التلفزيونية

1-1-تعريف برامج الصحافة التلفزيونية: وهي سلسلة من النشاطات والعمليات البرمجية التي ينبغي القيام بها لبلوغ مسعى تنظيم العلاقة بين الخطة البرمجية وسياساتها وتنفيذها، كما يمكن أن يشار إليه بوصفه شكل فني يشغل مساحة زمنية محددة وله اسم ثابت ويقدم في مواعيد ثابتة، كما يكون يوميا أو أسبوعيا أو شهريا ليعرض المادة المختارة، وهو بث مواد ومضامين متنوعة إلى جماهير واسعة ومتباينة، وقد يكون متخصصا ومحددا يستهدف فئة محددة من الجمهور.

فالبرنامج التلفزيوني إذن هو كل مادة صورية أو صوتية تقدم من التلفزيون ضمن مدة البث التي تمتلك هدفا معينا وتخاطب عينة من المشاهدين بلغة مناسبة، وتتميز بعنوان وموسيقى يدلان على ميزتها، فهي تزوج بين الصورة المعبرة والصوت الدال على عمق المشاعر ومغزى الأحداث (شريقي، 2023، ص 104).

1-2-تعريف البرمجة التلفزيونية: وهي وضع خطة سنوية عامة للبرامج يتم إعدادها وإنتاجها خلال عام وتحديد الميزانية اللازمة لتغطيتها، وتقوم الإدارات مثل إدارة البرامج بوضع تصوراتها للبرامج التي ستقدمها خلال الدورات البرمجية الأربع، وفقا للخطة العامة، كما تحدد احتياجاتها المالية والفنية ثم وضعها في خطة متكاملة تمهيدا لاتخاذ القرار المناسب بشأنها(يوسف 2016 ص 77)

1-3-العوامل المؤثرة في فعالية البرامج التلفزيونية: هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على فعالية البرامج التلفزيونية وتتمثل في:(شريقي، 2023، ص ص 107-107).

- **متغيرات المصدقية:** وهي العوامل المتعلقة بدعائم البرامج ومصادقيتها وتنوعها وشمولها وتجانسها، ومدى اتساقها وتعدديتها الإعلامية، فهي ترتبط بتوقعات المصدر الأولي للمعلومات، ومدى موثوقيته، ومدى موثوقية وسائل العرض المرئي الملازمة للبرامج.
- **متغيرات الجمهور:** يختلف الجمهور المستهدف للبرامج حسب خبراته، وثقافته، وتنشئته الاجتماعية، وقابليته للتأثر، فقد تختلف الإستجابة في بعض الأحيان نتيجة التعرض لنفس المحتوى وفقا لظروف المتلقي الصحية أو النفسية أو الاجتماعية.
- **متغيرات المحتوى:** يتحكم محتوى البرنامج في قدرته على الإستمالة والإقناع والجاذبية وإشباع حاجات المتلقي، وبالتالي فعالية ذلك البرامج.
- **متغيرات البيئة:** وهي المنطقة التي تعرض فيها وتخاطبها البرامج التلفزيونية، والتي تتغير وفقا للظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وقد تكون مصدر إحداث وتغير أو نقطة ضعف لتلك البرامج، فهناك برامج تتجح في مناطق بيئية ولا تتجح في مناطق أخرى، فلا يمكن الفصل بين المحتوى والمحيط الاجتماعي.

1-4- مراحل إعداد البرامج التلفزيونية: تمر عملية الإعداد والتخطيط للبرامج التلفزيونية على عدة مراحل نوجزها فيما يلي: (الحسن، 2013، ص ص 49-51)

- **اختيار فكرة الموضوع:** تعد الفكرة رأس مال المعد، ويمكن اختيارها من وسائل الإعلام المختلفة، والقراءة للكتب والدوريات، ومن البيئة المعاشة، ولا بد للفكرة المختارة أن تجذب اهتمام الجمهور المستهدف وتثير انتباهه وتمس مشكلاته، وأن تناسب الفكرة موضوع البرنامج واهتمامات المعد، كما يشترط أن تحترم أخلاقيات المجتمع وقيمه وعاداته.
- **تحديد الهدف:** والغرض من البرنامج، فهناك برامج هدفها الأخبار والإعلام مثل الأخبار، وأخرى للنتقيف والتوجيه والتنمية والتسلية والتحليل والاعلان... الخ.
- **جمع المادة العلمية:** دراسة الموضوع وجمع المعلومات العلمية الموثوقة حوله تساعد في نجاح البرنامج لأنه مبني على أسس صحيحة وحقائق واضحة، كما أنها تُعطي الثقة للمعدّ فيما يُقدّمه، وهذه المرحلة تبدأ بعد تحديد الموضوع وتستمر حتى مرحلة التنفيذ ومن المصادر التي يلجأ إليها المعدّ الكتب والنشرات والصحف والإنترنت.

- **كتابة السيناريو:** وهناك نوعين من السيناريو التلفزيوني: أولهما النصوص الكاملة فهي التي تستخدم عادة في البرامج الدرامية، حيث يكون بوسع الكاتب أن يتحكم في كل عناصرها ويحدد كافة التفاصيل، وثانيهما النصوص غير الكاملة وفي هذا النوع لا يستطيع المعد التحكم في كافة العناصر بشكل دقيق فيقوم بوضع الخطوط العريضة الرئيسية والجوانب التي يلتزم بها الأشخاص المشاركون فيها.
  - **الاتساق والتنسيق:** وهي المرحلة التي تعتبر الممارسات النهائية لإعداد البرنامج كالاتصال بالمصادر والاتفاق النهائي معهم، والتنسيق بين الفريق العامل في البرنامج. ويتطلب الإعداد أيضا اختيار الموسيقى والمؤثرات الصوتية المناسبة المصاحبة للبرنامج، والقيام بجلسة تمهيدية بين المقدم والضيوف لإحداث التفاهم، واختيار الأجهزة الفنية للوصول أخيرا إلى التسجيل الإذاعي أو التلفزيوني وفق التصور المطروح للموضوع.
- 1-5- قوالب البرامج التلفزيونية:** يعد قالب البرامج التلفزيونية والإذاعية الشكل أو الهيئة التي تقدم بها المادة الإعلامية، ويجب على معد البرامج أن يتعرف على أنواع القوالب المختلفة التي من الممكن أن تخرج فيها البرامج التلفزيونية، ويمكن إجمال هذه الأنواع كالتالي: (كزوط، 2021، ص26).

- **برامج الحديث المباشر:** وهي عبارة عن المادة الإعلامية التي يقدمها أحد المتخصصين إلى جمهور المشاهدين، ويعتمد على أسلوب السرد، ويكون لشخصية المتحدث أثر كبير في تحقيق الحديث أهدافه، بالإضافة إلى حسن الأداء، سلامة اللغة، ووضوح الهدف.
- **برامج المناقشات والندوات:** وهي أكثر البرامج جاذبية لأنها تعكس وجهات نظر مختلفة، وآراء متعددة وتضفي لونا من ألوان الجدية والنقد والتعبير عن الرأي.
- **برامج الحوارات والمقابلات:** هي من أكثر البرامج التلفزيونية انتشارا ويضم هذا النوع ثلاث أقسام هي:

- أ- **حوار الرأي:** ويعتمد على استطلاع رأي شخصية معينة في موضوع ما .
- ب- **حوار المعلومات:** ويهدف للحصول على المعلومات أو البيانات التي تخدم هدفا معينا.
- ج- **حوار الشخصية:** ويستهدف تسليط الضوء على شخصية ما وتقديم الجوانب المختلفة منها للمشاهد.

1-6- أهمية البرامج الإذاعية والتلفزيونية: لإنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية أهمية كبيرة تتمثل في:

✓ توجيه الفهم والإدراك: فالبرامج الإعلامية عبر الإذاعة والتلفزيون تعمل على توجيه فهم المتلقي وإدراكه للأشياء وإيضاح القضايا وإضافة معلومات جديدة.

✓ الحصول على المعلومات: حيث تعمل الإذاعة والتلفزيون على إيصال المعلومات التي تتطلبها أو تحتاجها الجماهير حول مختلف الأحداث والقضايا.

✓ توجيه السلوك اليومي للأفراد: تحدث البرامج الإذاعية والتلفزيونية تأثيرا كبيرا في حياة الأفراد بدءا من توجهاتهم وميولهم إلى قراراتهم وسلوكهم مثلا السلوك الشرائي اليومي عبر الإعلانات.

✓ فهم الذات وعملية المحاكاة: فهي تساعدهم على تحديد مساراتهم في الحياة وميولهم ورغباتهم.

✓ التفاعل الاجتماعي: حيث تساعد البرامج الإذاعية والتلفزيونية الأفراد في بناء علاقات اجتماعية جديدة وتوثيق علاقات سابقة بالمشاركة في البرامج، مما يجعل الفرد يشعر وكأنه أسرة مع أعضاء هذا البرنامج.

✓ التسلية والترفيه: تعمل البرامج على تخفيف أعباء الجمهور وإخراجه من روتين الحياة والضغوطات النفسية.

2- الأخبار الإذاعية والتلفزيونية: تعد الوظيفة الإخبارية من أهم الوظائف التي تقوم بها المحطات الإذاعية والتلفزيونية في المجتمع المعاصر، وتركز هذه الوظائف على المادة الإخبارية التي يتم الحصول عليها من مصادر متنوعة تم معالجتها في غرف الأخبار المختلفة من طرف فريق عمل، يتولى المسؤولية في الاستوديوهات لتبث إلى المستمع والمشاهد في أبسط الصور، مراعية في ذلك معايير السياسية التحريرية News Editing Policy للوسيلة الإعلامية.

2-1- تعريف الأخبار الإذاعية والتلفزيونية: عرف تيرند كاتلدج "رئيس تحرير صحيفة نيويورك تايمز بأن الخبر هو عبارة عن فكرة أو رأي يقع في مكان معين، يهم ويؤثر في أكبر عدد من قطاعات المجتمع على أن يوضع بطريقة مفهومة لديهم".

وفي تعريف آخر بأنه "سرد موقوت للأحداث والآراء والأمور من أي نوع تؤثر في القرار وتثير اهتمام الجمهور".

فالخبر بصفة عامة إذن يشمل جميع أوجه النشاط الجاري والذي يثير الاهتمام. وتقاس أهميته بمقدار ما أحدثته من إثارة للمجتمع المتابع (أبو عرقوب، 2012، ص167).

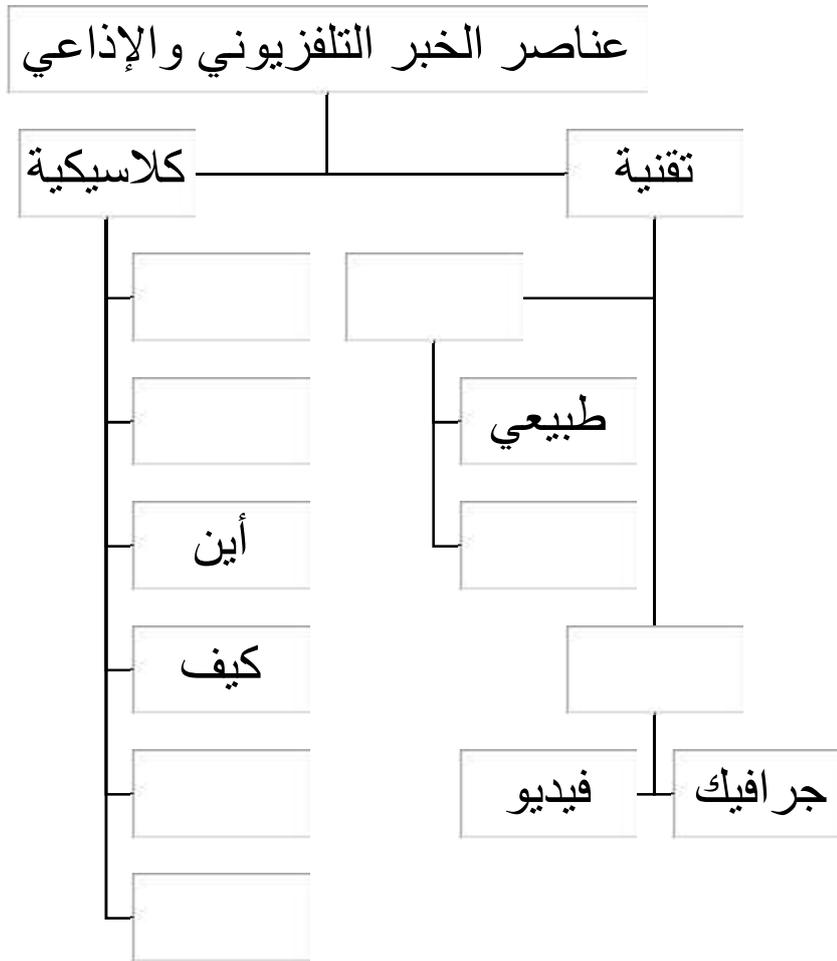
إن الأخبار الإذاعية والتلفزيونية هي التعبير عن الحدث Event يتم تقديمه بواسطة المذيع من داخل الاستوديو، وفي أخبار الراديو فإن التعبير هو نص Texte، أما في التلفزيون فإن هذا النص المقروء يصاحبه بعض الصور أو المادة الفيلمية التي تعبر عن الحدث وتتم كتابة النص الإخباري أي التعبير عن الخبر من خلال أساليب عديدة (بركات، 2012، ص105). تتفق مع معايير السياسة التحريرية للوسيلة، ونوع القناة والنطاق الجغرافي ونوعية الملكية...إلخ.

فالخبر الإذاعي والتلفزيوني كما يقول الصحفي إبراهيم وهبي "هو تاريخ اللحظة المقبلة، فإذا كان الحدث قد وقع أمس فهو خبر يصلح للصحافة، أما للإذاعة والتلفزيون فالخبر يدخل في مصاف التاريخ" وهو ما يؤكد جون فيسك في قوله "إنما أخبار سلعة قابلة للتلف بسرعة".

وانطلاقاً مما سبق يمكننا استخراج عناصر الخبر الإذاعي والتلفزيوني كالتالي: عناصر كلاسيكية وعناصر تقنية (محمد، 2005، ص ص 25-26).

ملاحظة: الصورة (الجرافيك والفيديو) تخص الأخبار التلفزيونية فقط.

## الشكل رقم 03: عناصر الخبر التلفزيوني والاذاعي



المصدر: (محمد، 2012، ص105).

2-2- مصادر الأخبار الإذاعية والتلفزيونية: إن الحصول على الأخبار هو الخطوة الأولى في إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، ومن الطبيعي أن القائمين على الأخبار يكون لديهم الوعي الكافي بالسياسة الإعلامية للقناة بما في ذلك سياسة العمل والأداء الإخباري، وكذلك بخصائص بيئة الاتصال الداخلية والخارجية، وعلى الرغم من تعدد المصادر التي تحصل منها الإذاعة والتلفزيون على الأخبار إلا أن أهمها هي:

1- وكالة الأنباء: تشترك معظم القنوات التلفزيونية والإذاعية في وكالات أنباء عربية ودولية وبالأخص رويتر البريطانية ووكالة الأنباء الفرنسية والأسوشيتد برس الأمريكية ونوفوستي الروسية ووكالة الشرق الأوسط المصرية...إلخ. هذه الوكالات تبث يوميا مئات الأخبار المحلية والدولية وكذلك التحقيقات والتحليلات لمجموعة الأحداث التي تقع يوميا في العالم، وتعتبر المصدر الأساسي

للخبر بالإضافة إلى وكالات المصورة مثل Apton و Reuters، التي تدعم القنوات بمختلف الصور والفيديوهات.

**2- الصحافة:** تشترك القنوات أيضا بمجموعة كبيرة من الصحف العربية والعالمية مثل الحياة والشرق الأوسط والقدس العربي، النهار وصحيفة لوموند الفرنسية، واشنطن بوست وتريبون الأمريكيتين... إلخ. وهذه الصحف تورد يوميا عشرات المقالات والتحليلات للأخبار.

**3- الإنترنت:** أصبحت الإنترنت اليوم من أهم مصادر المعلومات التي يمكن الاعتماد عليها في البحث في جميع المجالات، فهي تعطي المعلومات وتزود بالأخبار، ويمكن الاطلاع عبرها على الصحافة العالمية، كما لا ننسى دور مواقع التواصل الاجتماعي كصحافة للمواطن فبعض الأحداث كانت انطلاقا منها.

**4- الأقراص المدمجة:** والتي تسمح بتخزين المعلومات بسهولة مثل موسوعة Encarta، Atlas وغيرها، وهي ذات فائدة كبيرة للعمل الصحفي لسرعة الحصول على المعلومة المطلوبة (معسرس 2013، ص ص 51-52).

**5- اتفاقيات التبادل الاخباري:** حيث تعتبر من المصادر المصورة ذات الأهمية الكبرى مثل خدمة Euro Vision يقدمها اتحاد الإذاعات الأوروبية، وخدمة Arab Sat ويقدمها اتحاد الإذاعات العربية، حيث يتم التبادل بين هذه المنظمات في مواعيد محددة يومية يتم استقبالها عبر الأقمار الصناعية (محمد، 2005، ص 153).

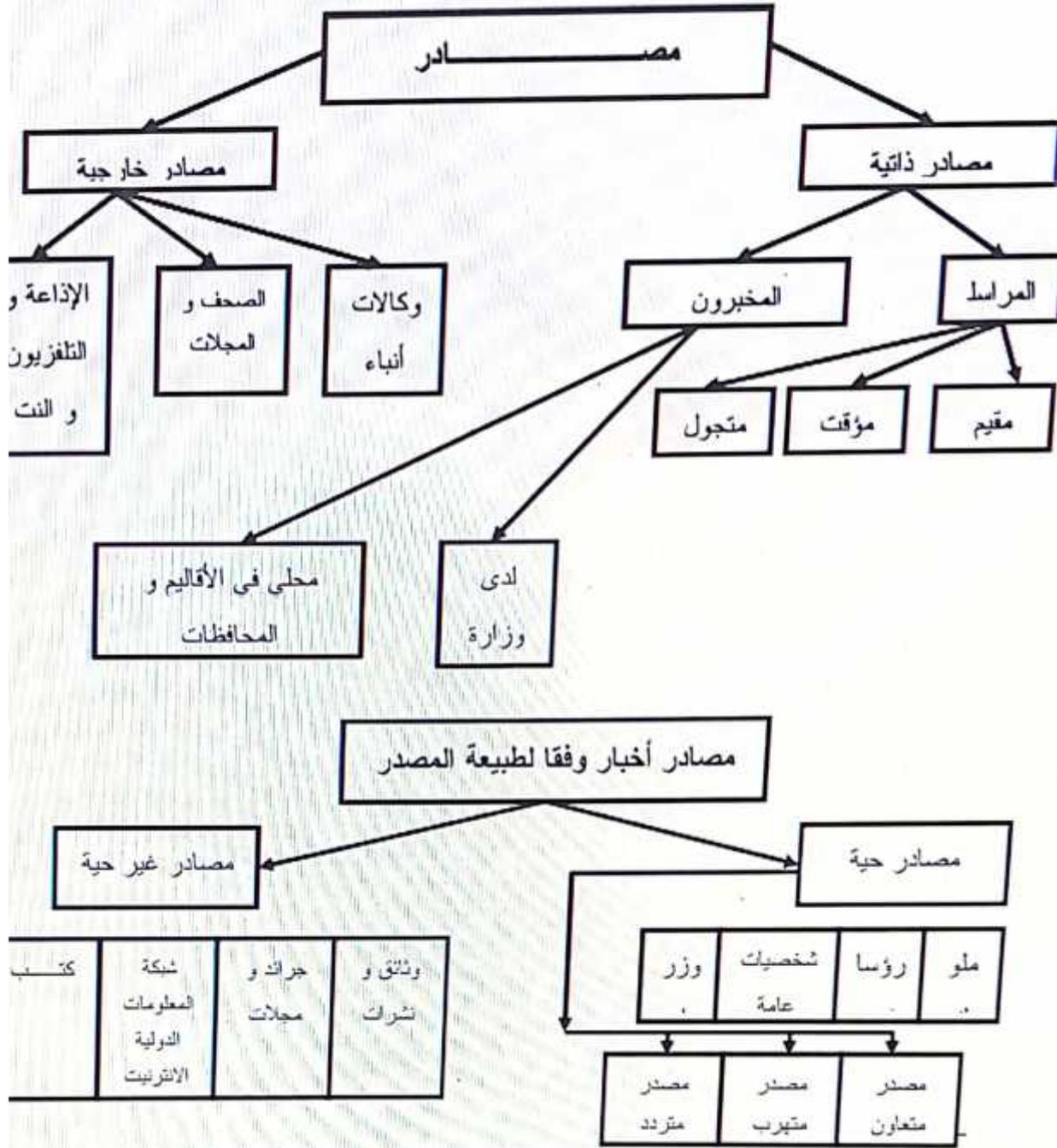
**6- الهيئات والمؤسسات:** لقد أصبح اليوم لكل هيئة أو مؤسسة مستشار إعلامي أو ناطق رسمي وهو يعبر عن مواقف هذه الهيئة بصفة منتظمة، وندرج هنا (الوزارات، السفارات، مؤسسات الدولة العمومية والخاصة، الأحزاب السياسية والجمعيات... إلخ).

**7- المحيط أو البيئة:** بحيث تمثل بيئة الصحفي من أقارب وأصدقاء وحتى المواطنين العاديين مصدر من مصادره الصحفية، ولقد لجأت كبريات المؤسسات الإعلامية للاعتماد على المواطنين العاديين كمصدر من مصادر الخبر، وذلك من خلال اعتماد ما يسمى بالخط الأخضر، وفي الجزائر مثلا تعتمد جريدة الخبر على هذه الطريقة التي يتم فيها التحري والمتابعة من طرف المرسلين والمندوبين والمبعوثين (بداني، 2016، ص ص 68-69).

8- القنوات الإذاعية والتلفزيونية المختلفة: والتي أصبحت مصدر من مصادر المعلومة خصوصا المصورة منها في السنوات الأخيرة، فمع تزايد الفضائيات الدولية على البث عبر أكثر من قمر صناعي يتيح لها الانتشار والوصول إلى معظم أنحاء المعمورة، وقد بدأ الإعتماد عليها إبان حرب الخليج الأولى 1990 عندما سيطرت شبكة CNN الأمريكية على معظم أحداث المعارك، فكانت المصدر الرئيسي للأخبار عبر العالم. وهو ما نجحت فيه قناة الجزيرة لبثها لأشرطة مصورة ومسجلة لبن لادن وقيادته(محمد، 2005، ص 158).

9- شبكة المراسلين: في حال عدم توفر المعلومات حول حدث معين عن طريق الوكالات فإنه يمكن الاستعانة بالمراسل، الذي يتواجد على أرض الحدث للتزود بمعلومة ما أو التحقق من بعض لتفاصيل المهمة، التي لها أهميتها في بناء التقرير الإخباري. فالقنوات الإذاعية والتلفزيونية لديها عشرات المراسلين حول العالم يزودونها بأحدث الأخبار. وفي بعض الأحيان يسبقون الوكالات ويحققون بذلك سبقا صحفيا(معسوس، 2013، 53).

شكل رقم 04: يوضح مصادر الأخبار الإذاعية والتلفزيونية



المصدر: (الضبيع، 2011، ص 200)

2-3- عناصر القيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها: إن القيم الإخبارية هي مجموعة من العناصر التي تقوم عليها كي تجعل من الحدث يرتقي إلى مستوى الخبر الذي يهم الجمهور. وهذه العناصر

تختلف بين الباحثين في مجال الإعلام، فالتمييز في الأنظمة الاجتماعية والسياسية والقيمية والإعلامية على مستوى العالم له أثر في إيجاد اختلاف للقيم التي يقدمها كل نظام. ويقوم الفهم الدقيق للقيم الإخبارية على أساس فهم مغزى الحادثة التي تنتقل إلى الجمهور وتفاعلها مع الوسيلة الإعلامية، فكل وسيلة لها قيمتها الإخبارية الخاصة بها(ربيع، 2005، ص73).

ورغم تعدد الاتجاهات والاجتهادات إلا ان هناك اتفاق حول العناصر الأساسية لهذه القيم تتمثل في:

**1- الجدة أو الحالية:** فلا بد أن يكون الخبر جديداً، أن يكون مجارياً للأحداث وبأسرع وقت ممكن ويحتفظ الخبر بقيمته مادام غير معروف ولم يسبق إذاعته أو نشره. ولهذا تتنافس وسائل الاعلام على النشر فور وقوع الحدث لتحقيق ما يسمى بالسبق الصحفي(ربيع، 2005، ص75).

لكن هذه الجدة لا تعني عدم أهمية أحداث وقعت منذ أوقات بعيدة. فما زالت أخبار الإعتداء العدواني الإسرائيلي لفلسطين يتصدر الأخبار، فيما يتعلق بالهجوم على غزة كلما تكشفت بعض أسرارها أو اعتراف جنود إسرائيليين شاركوا بجرائم القتل، أو تأكدت بالوثائق وقائع استخدام الجيش الإسرائيلي لمادة الفسفور الأبيض، فكلما نشرت وثائق جديدة حول أحداث قديمة كلما عادت إلى واجهة الاعلام. مثلها مثل أية أخبار تمتلك شرط الجدة والحالية(مذكور، 2010، ص40).

**2- الصراع:** وتتجسد في أخبار الحروب والثورات والكوارث والأزمات والانتخابات السياسية، وفي هذه الحالات تطغى تلك الأخبار وتطوراتها على واجهة نشرات الأخبار الإذاعية والتلفزيونية لأهميتها وجدتها وانتشارها بين أوساط الرأي العام العالمي(مذكور، 2010، ص44).

**3- الأهمية:** من المفروض أن تبدأ النشرة الإخبارية بأهم خبر سواء كان داخلياً أو خارجياً. وتعد مسألة الأهمية مسألة نسبية لأن ما هو مهم بالنسبة لمحطة إعلامية معينة موجهة إلى جمهور معين لا يكون مهماً لمحطات أخرى تخاطب جمهوراً مختلفاً.

**4- البحث عن شدة الانتباه:** إن النشرة الإخبارية الناجحة هي التي تتمكن من شد انتباه المشاهد خلال العرض، ويتحقق ذلك عبر طرق تحرير العناوين ومقدمات الأخبار وتفصيلها وطرق تقديمها كما يمكن شد الانتباه بتوزيع الأخبار توزيعاً يتضمن تواتر جيد للأحداث، وبالإخراج الجيد للنشرة الإخبارية، وتتدخل في عملية اختيار الأخبار المهمة وترتيبها سياسة المحطة التي تسعى إلى تقويم

الاهتمام بملف عن آخر، وإلى التعميم عن بعض المواضيع وتضخيم أخرى(عطوان، 2013 ص76).

**5-القرب:** هناك من يرى أن القرب قد يكون نفسيا، وقد يكون مكانيا. إن القرب النفسي أو العاطفي يعني إحساس المستمعين أو المشاهدين أن الحدث يمسهم بشكل شخصي، أو يمس أسلوب حياتهم أو يتعلق بموضوع أو شخص لهم علاقة به. وفي الوقت نفسه هناك القرب المكاني أو الجغرافي بمعنى أنه كلما كانت الأخبار تعبر عن أحداث وقعت في مكان قريب من المستمع أو المشاهد زاد اهتمامه به، وتعين على الوسيلة أن تعطي الإهتمام الأكبر للأخبار الداخلية، غير أن هناك رأيا يخالف ذلك، ويرى أن الوسيلة يجب أن تقدم الخبر المهم والمؤثر في حياة الجماهير بصرف النظر عن مكان وقوع الحدث الذي يتضمنه هذا الخبر(بركات، 2012، ص ص 78-79).

**6-الإثارة:** يركز الصحفيون على الأحداث التي تتضمن جوانب مثيرة تجذب القارئ والصحفيون يعرفون الأحداث المثيرة، ومع الزمن تتشكل لديهم القدرة على اكتشاف هذه الأحداث والتركيز على الجوانب التي تجذب انتباه الناس. كما أنها تتطوي على تجسيد الحدث وتضخيمه، والاهتمام بالجوانب الدرامية للحدث، لذلك فإن عنصر الإثارة يتلازم مع أخبار الجنس والعف والجريمة. كما يمكن أن يتضمن الخبر المثير أشياء إيجابية، والان فإن الرأسمالية تريد أن تغرق العالم كله في هذه الثقافة، وأن تشكل المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام بحيث يركز على الأخبار المثيرة، التي تشغل الناس وتلهيهم عن التفكير في قضايا النضال والاستقلال والتنمية القائمة على الاكتفاء الذاتي ومواجهة التبعية(بشار، 2005، ص243).

**7-الدقة والموضوعية:** فالمقصود بالدقة هو نشر الحقيقة كاملة للحدث دون حذف يضر بالسياق أو يغير المعنى. وإذا كان الإهمال والسرعة في كتابة ونشر الخبر سببا لنقص أو غياب الدقة فإنها أضرار لا تبرر عدم حري الدقة الواجبة. أما الموضوعية فهي عدم إخضاع الخبر للتحريف بالحذف أو بالإضافة فالخبر الصحفي غير خاضع للتلون حسب سياسة الصحيفة(عبد الجواد، 2005 ص78)، وينبغي الانتباه إلى أن الموضوعية هي أسمى غايات العمل الإعلامي، والهدف الذي يسعى الأفراد والمؤسسات بجهد لتحقيقه، لكن الموضوعية هدف يصعب تحقيقه، فالتحيز هي وجهات النظر الشخصية والمعتقدات والقيم والمواقف التي تشكل مضمون العمل الإعلامي المقدم للجمهور، وحتى لو افترضنا أن الصحفي سيحاول بقدر الإمكان أن يكون محايدا ومنصفا باعتماد

القاعدة الصحفية "الخبر مقدس والتعليق حر"، لكن صعب أن يكون يتجرد من ذاتيته بصفة مطلقة وهذا الانحياز لا تخلوا منه كذلك لقطات الفيديو والصور الملتقطة المصاحبة للخبر.

ويرتبط بالموضوعية قيمة أخرى هي التوازن والمقصود بها هي تقديم الرأي والرأي الآخر. وعلى الرغم من حرص معظم محطات التلفزيون على تحقيق درجة التوازن. إلا أن ذلك يتم من الناحية العلمية، بحيث يؤكد ويدعم الرأي الذي تتبناه المحطة. فهذا الرأي يقدم بقوة وإقناع بحيث يتم إبراز وتأكيد الحجج المدعمة له، بينما يقدم الرأي الآخر بطريقة ضعيفة ومتهافئة ولعل أكبر الجهات نجاحا في استخدام هذا الأسلوب هي هيئة الإذاعة البريطانية، فهي تقدم وجهة نظر الإسرائيليين والفلسطينيين، ولكن ليس بنفس الدرجة (السيد، الشريف، 2005، ص ص 41-42).

وهناك ممارسة صحفية قديمة تلجأ إليها كافة وسائل الإعلام الشرقية أو الغربية للتأكيد على وجهات نظرها وهي المسمات بالاستقطاع Slanting، وتلخص كما يدل المسمى على عرض تفاصيل معينة واستبعاد أخرى (السيد الشريف، 2005، ص 42).

**7- التوقع والتكامل:** ويعني هذا المعيار أن يتضمن الخبر أحداثا تجعل الجمهور يتلهف على معرفة التطورات، وكيف ستكون نهاية الحدث الأصلي وما سينجم عن هذا الحدث، وعادة ما يتوافر التوقع في الكثير من الأخبار، مثل:

- الأخبار الخاصة باختطاف الطائرات.
- الأخبار الخاصة باحتجاز الرهائن.
- الأخبار الخاصة بوجود ضحايا الكوارث ومحاولات إنقاذهم.
- الأخبار الخاصة باختفاء الأفراد أو الأشياء في ظروف غامضة، واستمرارية البحث عنهم.
- الأخبار الخاصة بالأزمات التي وصلت إلى درجة مستحكمة ولا يعرف أحد كيف ستكون نهاية الأزمة (بركات، 2013، ص ص 85-86).

أما التكامل فيقصد به أن يتضمن الخبر الإجابة عن التساؤلات الست: ماذا؟ أين؟ متى؟ من؟ كيف؟ لماذا؟، فعندما يجيب الخبر عن هذه الأسئلة أو عن أكبر عدد منها تزداد فرص اختياره ليقدّم إلى الجمهور، ويلاحظ أن الاستفهامات المذكورة تعكس الاستفسارات التي تدور في ذهن الجمهور بشأن الحدث الذي يتناوله الخبر (بركات، 2013، ص 86).

9- الندرة والغربة والشهرة: هناك مجموعة من الأخبار يتم عرضها بسبب احتوائها على معلومات وأحداث نادرة، مثلا سقوط نيزك على أحد المنازل وتسببه في إحداث ضحايا أو أضرار، كما أن الأخبار الغريبة لها نصيب كبير في البث، حيث تثير في الجمهور الرغبة بمعرفتها ومتابعتها فالغموض يولد حب الفضول.

ومن جهة أخرى يقدم المشاهير مادة دسمة لوسائل الاعلام. فزواج أو طلاق أو وفاة شخصية مشهورة تعتبر من الأخبار التي تهم شرائح من المجتمع، حتى أن البعض منهم يشكلون مادة خيرية هامة حتى بعد مماتهم بعشرات السنين، خصوصا إذا تم الكشف شيئا فشيئا عن ملابسات موتهم وأسرار حياتهم وحياة الأميرة ديانا ومماتها أكبر دليل على ذلك (معسعس، 2013، ص47).

10- التسلية والترفيه: فمعظم الأخبار التي تمتع المستمعين وتجعلهم يشعرون بالارتياح أو تساعدهم على التمتع بأوقات الفراغ ولها قيمة ترفيهية، ويمكن أن تضيف العديد من المقالات في حقول الرياضة وأساليب الحياة العامة وتدخل ضمن أخبار الترفيه (جواد، 2010، ص58).

هذه هي أهم معايير اختيار الأخبار، وعلى الرغم من الأهمية الحاسمة لكل هذه المعايير في اختيار الأخبار إلا أن النقطة الجديرة بالتأكيد عليها هي وجود عناصر أخرى منها فلسفة الوسيلة وسياستها الإعلامية، فالأخبار تختلف حسب الجمهور الموجهة إليه داخلي أو خارجي، كما تختلف سياسة تحرير الاخبار في الإذاعة المركزية عن الإذاعات الإقليمية والمحلية، وكذلك بين الإذاعة التي تستهدف الجمهور العام والإذاعة التي تستهدف الجمهور النوعي، كما أن فلسفة الوسيلة وسياستها الإخبارية تؤثر في اختيار الأخبار من خلال نمط السيطرة وأسلوب الملكية ونمط التمويل والإمكانيات، وكذلك من حيث أهمية المادة الإخبارية على خريطة البرامج، والوقت المخصص للأخبار يؤثر فيها من حيث القصص الخبرية وطريقة العرض (مجردة، مفسرة)، وعدد مرات التقديم وذكر التفاصيل، أضف إلى ذلك الضغوط المهنية المتعددة التي يعمل المحرر في ظلها في المؤسسة الإذاعية أو التلفزيونية (بركات، 2013، ص87).

2-4- الأستوديو الإذاعي والتلفزيوني: قبل التطرق إلى الأستوديو الإذاعي والتلفزيوني، سنتحدث عن غرف الأخبار التي يتم فيها العمل على إعداد وتقديم الأخبار وتقديمها للمستمع والمشاهد بصورة دقيقة ومضبوطة، تلبي احتياجاته المعرفية وتشد انتباهه.

أ-تعريف غرفة الأخبار: تعرف غرف الأخبار بأنها المكان الذي تعد فيه الأخبار للنشر أو البث. هذا التعريف ببساطة يعبر عن غرف الأخبار التقليدية منذ ظهورها فترة التسعينات، أين كان ينظر إليها على أساس المطبخ، باعتبارها المكان الذي تصب فيه الأخبار من جميع المصادر وتعد فيه النشرات والمواد الإخبارية قبل بثها على الجمهور، ولكن إذا أضفنا إلى هذه التعريفات ما لحق الغرف الإخبارية الإذاعية والتلفزيونية من تقدم تكنولوجي وتقني فيمكن القول بأنها:"المجمع الذي تصب فيه الأخبار من مصادرها المختلفة سواء المحلية أو العالمية أو الإقليمية، سواء المسموعة أو المرئية لتدار آليا عبر أحد الأنظمة الإلكترونية، مما يمكن فريق التحرير من مراجعة وترتيب وتحرير الأخبار ثم بثها أو نشرها بشكل ميسر وسريع ودقيق"(محمد، 2005، ص ص 205-206).

ولقد ظهرت هذه الغرف في بداية التسعينات لعدة أسباب أهمها:

- التدفق الهائل للأخبار وتعدد مصادر المعلومات، وظهور الحاجة لتنظيم وترتيب هذه المصادر ونشرها.
- تزايد حدة المنافسة بين المؤسسات التلفزيونية والإذاعية، والتسابق من أجل الفوز بالسبق في البث.
- تزايد أهمية المادة الإخبارية بعد اتساع استخدام الأقمار الصناعية(محمد، 2005، صص 206).

وفيما يخص التطور التقني من غرف الأخبار التقليدية إلى غرف الأخبار الآلية، فقط تزايد في هذه المرحلة شيوع استخدام الحاسب وتطور مكوناته Hardware وتطور برامج تشغيلها Software في الوقت الي تزايدت فيه أهمية الأخبار كعنصر أساسي في الحياة، والتطور الهائل في المجتمع وما واكبه من ضرورة أن تكون الأخبار فورية ومتجددة، وأن تكون العناصر البشرية ذات كفاءة ومستويات عالية متمكنة من الوسائل التكنولوجية الحديثة والاعتماد على الأنترنت(مصالحة 2004، ص 121).

فلم تعد المحطات الإذاعية والتلفزيونية في مجال التزود بالمعلومات والأخبار مرتبطة بوكالات الأنباء الكلاسيكية التي تعمل عن طريق البرقيات، بل تعدتها إلى مصادر جديدة ومتنوعة بدءا بوكالات الشريط المصور مثل وكالة: CBS, Vis News(شطاح، 2006، ص 44).

كما استحدثت وجددت مفهوم جدول النشرة الإلكترونية أو "Line up" الذي يتيح لرئيس التحرير ترتيب نشرته وتغيير أولوياته حتى أثناء العرض على الهواء، وكذلك باستطاعته قياس الوقت التقريبي للنشرة ومتابعة الوقت الفعلي لكل خبر على حدى، والقيام بتنقيح أخبار المحررين (محمد 2005، ص218)، فالمحرر يسمع، يشاهد، ويقوم بعملية الميكساج والمونتاج على جهاز الكمبيوتر واحد، فيتماشى تركيب المادة مع الصوت في الإذاعة والفيديو والمؤثرات الصوتية في التلفزيون فضلا على إمكانية الربط بالإنترنت، التي سهلت عملية البحث والوصول إلى المعلومة، ويوجد العديد من هذه الأنظمة نجد: XETV , Qnews , New Base, ENPS , OCTOPUS.(الهلواني، نصر، 2000، ص164)

ب-الاستوديو الإذاعي والتلفزيوني: الاستوديو هو ذلك المكان المخصص لإنتاج المواد الإعلامية سواء تلك التي تبث حية (Live) على الهواء مباشرة أو التي يجري تسجيلها على أشرطة فهو عبارة عن غرفة عادية بنيت بداخلها غرفة أخرى، وبين الغرفتين مواد عازلة للصوت، كما أن الجدران قد غطيت تماما بمادة عازلة للصوت وبيعض المجسمات ذات الأشكال الهندسية المختلفة لكسر الموجات الصوتية وتقليل عدد وقوة نبذباتها، فالاستوديو مزود بباب مزدوج تم تبطينه بمواد عازلة للصوت، أيضا كما يوجد بين الاستوديو وغرفة المراقبة لوح زجاجي مزدوج لمنع دخول أو خروج الصوت، بين اللوحتين الزجاجين أطباق بها مواد ماصة للرطوبة وبخار الماء. هذا ويتكون الاستوديو من حيز أو أكثر كل منها معزول عزلا صوتيا جيدا، بحيث لا يسمح بتسرب الصوت منه أو إليه مهما كان هذا الصوت مرتفعا، بالإضافة إلى أنه تتم معالجة الصوت للجدران والسقف والأرضية لهذا الحيز (الضبع، 2011، ص182).

وبذلك يصبح الاستوديو عبارة عن حجرة مبنية ومصممة ومعزولة طبقا لمواصفات فنية معينة من أجل تحسين نوعية الصوت الإذاعي والصورة التلفزيونية، ويتبع حجرة الاستوديو حجرة المراقبة (Control room) التي يجلس عليها الفني أو مهندس الصوت، وتربط بين الحجرتين نافذة زجاجية مزدوجة سميكة (Double Glass)، ويربط بين حجرة المراقبة والاستوديو مجموعة من الأسلاك الخاصة بتوصيل الصوت والكهرباء، وتبطن عادة مجاري هذه الأسلاك بمواد مطاطية حتى لا تسمح بتسريب الضوضاء داخل غرفة التسجيل (عبده، 2015، ص148).

ج- المواصفات العلمية للأستوديو الإذاعي والتلفزيوني: جميع محطات الإذاعة والتلفزيون تحتاج لأنواع متعددة من الأستوديوهات لذلك يجب مراعاة إعدادها إعداد هندسيا خاصا يكفل لها نقل كافة الخصائص الصوتية والصورية والتحكم فيها ويتم ذلك بـ:

- عزل الأستوديو بطريقة تحجب عنها الأصوات التي تتجم عن أي حركة خارجية، كأن يفصل عن سائر المبنى باستخدام آليات حديدية. ويفصل عن الحجرات المجاورة بواسطة جدران مزدوجة وهي مملوءة بالهواء الساكن.

- المعالجة الهندسية داخل الأستوديو بحيث يتوازن فيه الصوت بطريقة سليمة والمعروف أن أبواب الأستوديو تصمم بطريقة خاصة لمنع تسرب الضوضاء، وهو ما يطلق عليه مصيدة الصوت حيث يوجد باب زجاجي ثم باب آخر داخلي وما بينهما هو مصيدة الصوت، كما أن بعض الأستوديوهات تصمم على أساس أن تكون بها مسحة صامتة لا تنقل الأصوات منها إلى الميكروفون (الضبع، 2011، ص ص 182-183).

- إن القاعدة الأولى لتصميم الأستوديو هي حساب زمن الرنين، والذي على أساسه يتم تحديد نوع الأستوديو عن طريق وضع المواد الماصة للصوت. كما يجب مراعاة الحرارة الناتجة عن الإضاءة وكمية الحرارة الصادرة عن حجم الإنسان.

- مراعاة بناء الأستوديو في أماكن بعيدة عن الضوضاء حيث يفضل بناءه في وسط المبنى بين المكاتب لتساعده على عزله عن الصوت الموجود خارج نطاق المبنى والضوضاء المحيطة به (عبد 2015، ص ص 147-148).

د- أقسام الأستوديو: تتكون الأستوديوهات من قسمين متكاملين هما: غرفة المراقبة وغرفة البلاتوه:

- - غرفة المراقبة: أو غرفة التحكم وهي الغرفة التي تجري فيها جميع العمليات المتعلقة بالتسجيل وتضم كافة الآلات والأجهزة والأشخاص الذين يقومون بالإشراف وتنفيذ وتسجيل ما يدور داخل غرفة التسجيل (عبد، 2015، ص 148)، وهي تحتوي على معدات وأجهزة مثل لوحة التحكم (Control Board)، جهاز تغليب الشرائط والأسطوانات، سماعة يسمع بها الجالس في ملحق الأستوديو الأصوات خارج غرفة المراقبة وميكروفون للتخاطب مع المذيع (Robert meleish 1988 p40).

ويضاف إلى هذه المكونات في الاستوديو التلفزيوني أجهزة تحكم في كاميرات التصوير بالاستوديو، مزج الصورة، أجهزة مراقبة مختلفة، أجهزة تحكم، بالإضاءة جهاز مخاطبة بين غرفة المراقبة ومسرح الاستوديو، وبالنسبة للمساحة فإن الاستوديو يختلف في مساحته تبعاً للوظيفة التي يؤديها، أما في الوحدة التلفزيونية المنقلة TV Mobile Unit تعتبر الوحدة ذاتها في غرفة المراقبة ومسرح الأحداث هو ذاته مسرح الاستوديو (أبو عرقوب، 2012، ص115).

- **البلاتو:** هي غرفة ملاصقة لغرفة المراقبة يفصل بينهما جدار في منتصفه نافذة محكمة الإغلاق وتتضمن ميكروفون أو أكثر حسب طبيعة الاستوديو ومنضدة مثبت عليها بعض المفاتيح اللازمة للعمل، ويوجد ضوء أحمر يوضع على باب الاستوديو يضاء وقت التسجيل أو عند إذاعة برنامج على الهواء، وتحذر من دخول أي شخص أثناء إضاءتها (الضبع، 2011، ص175).

هـ- **أنواع الاستوديوهات:** تقسم الاستوديوهات الإذاعية والتلفزيونية إلى عدة أنواع حسب الأغراض المخصصة لها وهي (عرقوب، 2012، ص ص115-116):

- **استوديوهات البث المباشر:** وهي ما تعرف باستوديوهات الهواء أو التنفيذ، تستخدم في تقديم واستمرارية البرنامج اليومي، ومساحتها صغيرة مقارنة بغيرها وتكون ما بين 2.6 إلى 3 متر وبارتفاع يصل إلى 4.75 متر.
- **استوديوهات البرامج المتنوعة:** وهي أستوديوهات كبيرة تستخدم لإنتاج برامج مختلفة وتنقسم إلى صنفين:

- **الصنف الأول:** مخصص لإنتاج البرامج اليومية والسريعة كبرامج الأطفال والندوات والبرامج الإخبارية، مساحتها تصل إلى 100 متر، وارتفاع 6 إلى 8 متر.
- **الصنف الثاني:** مخصص لإنتاج الدراما والمنوعات تصل مساحتها إلى 23 إلى 26 متر وبارتفاع يزيد عن 15 متر.

- **الاستوديو التخلي:** وهو حديث العهد، فهو وليد التكنولوجيا الحديثة، وتقوم على تقنية تتمتع بالإثارة والحيوية، وأحياناً نجد أستوديو فائق الجودة المخصص للصورة من أجل تحسين جودتها أكثر. وفكرة الاستوديو التخلي تكمن في الاعتماد على الكمبيوتر في رسم الديكورات ووضع الخلفيات وتنسيق الألوان.

أما عن فريق العمل فنجد في غرفة المراقبة المخرج والمدير الفني ومهندس الصوت ومساعد والمخرج ومهندس الفيديو ومساعد وإدارة الميكروفونات وأجهزة التسجيل ومساعد وسكرتاريه، بينما يعمل في المسرح (البلاتو) المصورون ومساعد وهم حسب نوعية الكاميرات، عمال لحمل الميكروفونات، الصحفي، مدير الأستوديو، المخرج المنفذ، مهندس الديكور (كافي، 2016، ص140).

**3-النشرات الإذاعية والتلفزيونية:** تعد النشرة الإخبارية العمود الفقري لمختلف القنوات الإذاعية والتلفزيونية، لما تحتويه من أحداث وأخبار هامة ينتظرها جمهور عريض في أوقاتها ومواعيدها لتلبية حاجاتهم اليومية من مختلف المعلومات وفي جميع الميادين.

**3-1-تعريف النشرة الإخبارية:** عرف معجم المصطلحات الإعلامية نشرة الأخبار بأنها: "اصطلاح إذاعي يطلق على فترة زمنية تخصصها محطات الإذاعة ومحطات التلفزيون لتقديم فيها أهم ما وقع من الأخبار لإحاطة المستمع أو المشاهد بكل ما يجري".

وتعرف كذلك بأنها: "نشرة تضمن الأخبار المختلفة وتقوم بإصدارها وكالة الأنباء، وتطلق كذلك على نشرات إخبار الإذاعة والتلفزيون (شطاح، 2007، ص09).

كما تعرف بأنها شكل من أشكال تقديم المواد الإخبارية في أوقات محددة من خلال الإذاعة والتلفزيون، وتتضمن القصص الخبرية وبعض الأخبار القصيرة وتقارير المندوبين المرسلين في الداخل والخارج والتصاريح التي يحصلون عليها حيث يستدعي الأمر الاستشهاد بمصادر الأخبار لمزيد من الواقعية ويحتاج تنفيذ نشرات الأخبار إلى جهد جماعي، يستهدف في المقام الأول تقديم خدمة إخبارية وتحظى باهتمام المستمع والمشاهد وربطه بكل ما يدور محليا وإسلاميا وعالميا، ويعيش أحداث مجتمعة يتفاعل معها من خلال وعي مستتير ومتابعة الأحداث، ويعتبر الخبر العمود الفقري لكل النشرات الإذاعية والتلفزيونية ومن دونه لا يوجد اللقاء الخبري أو التحليل الخبري أو غيرها لهذا يتم تلخيص الأحداث الهامة ومتابعتها، ثم إعدادها وتقديمها في أوقات محددة ومعروفة للمستمعين أو المشاهدين بأسلوب شيق وممتع في أشكال خالية من التعقيد (حمدي، عراضته، 2012، ص20).

ويمكن اعتبار التعريف السابق كتعريف عملي مهني شامل حول النشرة التي يؤكد من خلاله "أنها مجهود وثمره عمال كثيرين على عكس ما يراه المشاهد في فترة زمنية بسيطة. فهي تخضع لتخطيط وأهداف مدروسة في جميع مراحلها تنصب مسؤوليتها إلى مقدمها، فحسب ميتشل ستيفن فإن النشرات الإخبارية التي ينتجها الصحفيون تقرأ على الهواء وعدم الاتقان في التخطيط غير

الواضح، قد يجعل المذيع يتردد أو يتلعثم وهنا قد يتسبب في التشويش على المستمع بصفة عامة (ستيفن 2008، ص30).

فعل الرغم أن الكثير يركزون على أهمية الخبر ومدى تركيزه وإتقان تحريره، إلا أن البعض الآخر يركز على أن سر النجاح للنشرات الإذاعية والتلفزيونية هو نبرات الصحفي وصورته أثناء التقديم. ويؤكد نظرتنا هذه مصطفى محمد عيسى أنه لا يكفي أن يتم إعداد الأخبار من مصادر موثوقة أو بالغة الأهمية، إذ لابد من تقديمها بأسلوب جيد وفي معظم المحطات نجدها تحتفظ بأصوات مميزة خاصة بها لتقديم نشرات الأخبار.

ومن مميزات مقدم الأخبار ما يلي (العيثاوي، 2018، ص ص30-31):

-**الشخصية Personality:** وهي الحضور الذي يميز شخصا عن آخر. أو ما يسمى بالقبول وفي ذلك يقول الكاتب الأمريكي آرثر ميلر، أن الشخصية ليست ما تقول وإنما كيف تقول، والمذيع الجيد هو القادر على أن يكون لنفسه شخصية مميزة تثبت وجوده.

-**الإلقاء الجيد:** وهو الأداة التي ينقل بها الصحفي معلوماته إلى المتلقي فالتدريب على الإلقاء الجيد يحدد ويوضح الأصوات الأساسية للكلام، فالتكلم من الحجاب الحاجز وليس من الحلق، يمكن للصحفي أن يلقي المعلومات بصورة مثيرة وجابة ودون أن يرهق صوته.

-**الاتصال بالعين:** ويخص التلفزيون، وهو القدرة على النظر مباشرة إلى مركز عدسة آلة التصوير فهذه العملية تهيئ للمذيع شكلا من أشكال التواصل مع المشاهد، مما يشعره بأن المذيع يتوجه إليه شخصيا.

-**الإيحاء بالافتناع:** يجب على المذيع الناجح، أن يعكس قدرة كبيرة على اقناع الجمهور الذي يتحدث إليه، ولن يتحقق هذا إلا إذا كان المذيع مقتنعا بما يقول، وهو ما يسمى بالحماس وليس المبالغة. فالصحفي المطلوب منه مجارة أسلوبه لتحرير الأخبار الجيدة بطريقة حيوية وفعالة تؤدي إلى جذب المتلقي.

-**الحرفية:** وهي قدرة المذيع على جعل المتلقي يشعر أنه محترف في أدائه وذلك أن يكون شجاعا واثقا في النفس، الالتزام وعدم التحيز، وكل هذا يظهر بوضوح الصوت وسرعة الأداء من غير اختلال بالقواعد.

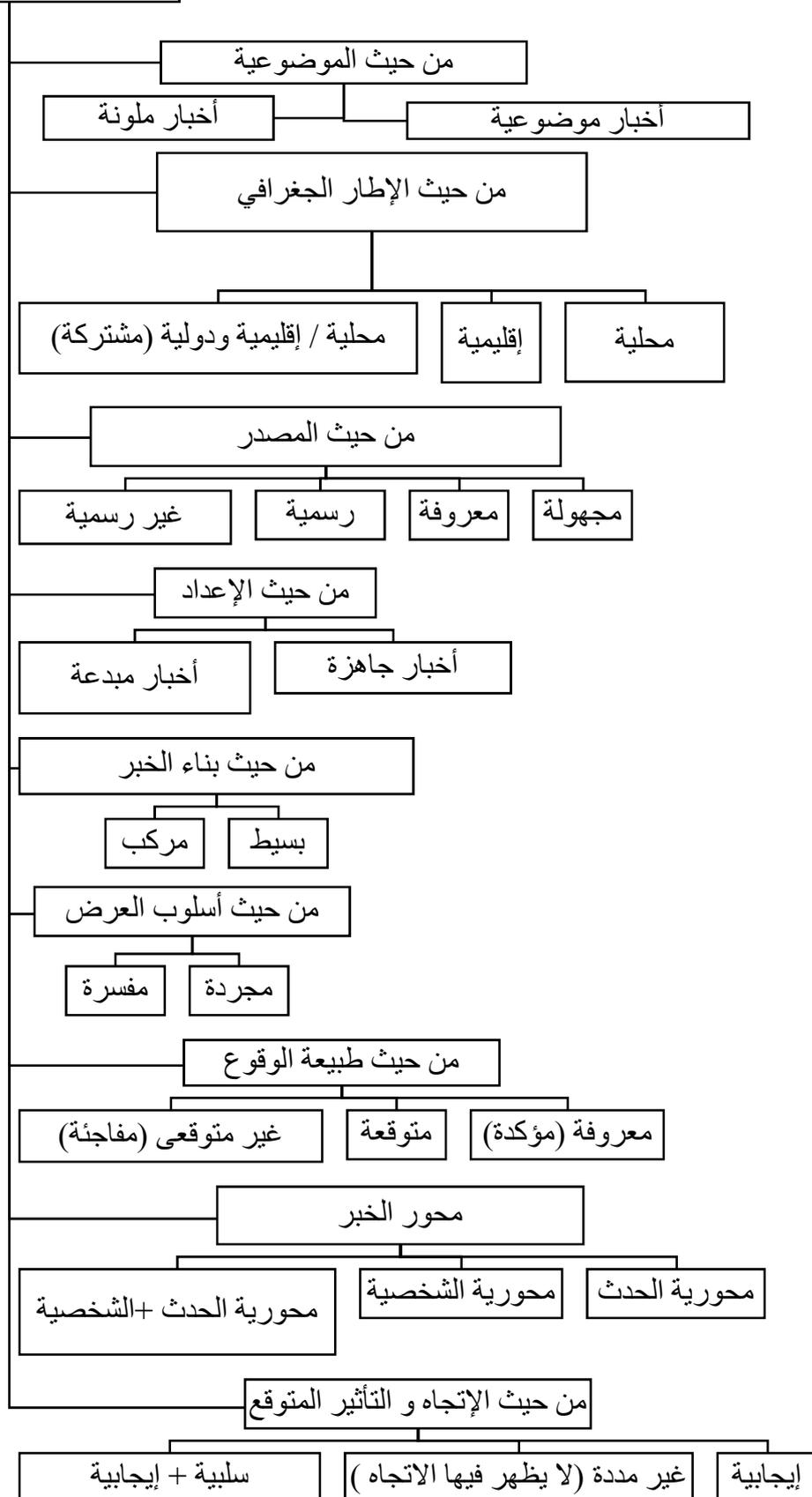
-المظهر الشخصي (الصحي التلفاز): أي يكون حسن الشكل، مقبول المظهر وصوته مقبولاً للأذن

3-2-أنواع الأخبار الإذاعية والتلفزيونية: يصنف الباحثون أنواع الخبر الإذاعي طبقاً لأسس عديدة وهذه الأسس تساعد المحرر في اتقان الممارسة الإخبارية، وفهم الخطوات التي يبني عليها تحديده للخبر، ومن هذه الأسس التي وردت في المراجع العربية والأجنبية (بداني، 2016، ص25):

- تقسيم الخبر من حيث الموضوعية.
- تقسيم الخبر من حيث المصدر.
- تقسيم الخبر من حيث بناء الخبر.
- تقسيم الخبر من حيث أسلوب العرض.
- تقسيم الخبر من حيث محور الخبر.
- تقسيم الخبر من حيث اتجاه الخبر وتأثيره المتوقع.
- تقسيم الخبر من حيث طبيعة وقوع الحدث.
- تقسيم الخبر من حيث الإطار المكاني بالجغرافي.
- تقسيم الخبر من حيث مضمون الخبر.

شكل رقم 05: أنواع الأخبار الإذاعية والتلفزيونية

## أنواع الخبر الإذاعي والتلفزيوني



(المصدر: بداني، 2016، ص78)

3-3- أنواع النشرات الإخبارية: هناك تصنيفات عديدة للنشرات الإخبارية نستعرضها فيما يلي:

فقد قسم الدكتور كرم شلبي النشرات إلى (شلبي، 2008، ص ص69-70):

1. النشرة العامة: والتي تكون موجهة إلى المجتمع كله مقدمة له ما يهمه ويجري حوله من أحداث خارجية.

2. النشرة المحلية: وهي تقليد معمول به في كل أنحاء العالم، ولا تقل بحال من الأحوال عن النشرة العامة، ويقتصر اهتمامها على الأحداث التي تجري في إطار خدمة الإذاعة والتلفزيون.

3. نشرات الفئات: وتوجه لفئات اجتماعية محددة تقدم لهم كل ما يهم في مجال حياتهم اليومية أو تخصصاتهم المهنية.

فيما قسمها الدكتور طارق سيد الخلفي إلى (الخلفي، 2008، ص118):

1. نشرة متخصصة حسب الموضوع: وهي الأخبار التي تتناول أخبار أو أحداث في مجل واحد كالأدب والعلم أو الفن ومثال ذلك النشرة الاقتصادية، الثقافية...إلخ

2. نشرة الفئات: وتوجه لشرائح أو فئات اجتماعية محددة لتقدم لها الأحداث والوقائع التي تهمهم في حياتهم اليومية كالأطفال، النساء...إلخ

فيما اتفق آخرون على تقسيمها من حيث الوقت إلى (عبد، 2015، ص ص79-80):

1. نشرات قصيرة موجزة: من 1 إلى 5 دقائق أو تذاق في الفترة الصباحية، وذلك لأن معظم

المستمعين يتهيؤون للذهاب إلى أعمالهم ومدارسهم، أي ليس لديهم الوقت الكافي، أهمها الأخبار العالمية والمحلية، أخبار الطقس...إلخ

2. نشرات طويلة: من 30 إلى 45 دقيقة، وهي تستعمل في أواخر فترة السهرة تتألف من

حصيلة اليوم كلها، مثل نشرة الثامنة في الجزائر، وهناك قنوات تخصص أخبار كاملة عن الاقتصاد والثقافة والرياضة، وتذاع مرة واحدة في اليوم وفي موعد محدد.

أما الدكتور حمدي محمد الفاتح وعبد القادر العرضنة، فقسما إلى (حمدي، العرضنة، 2012

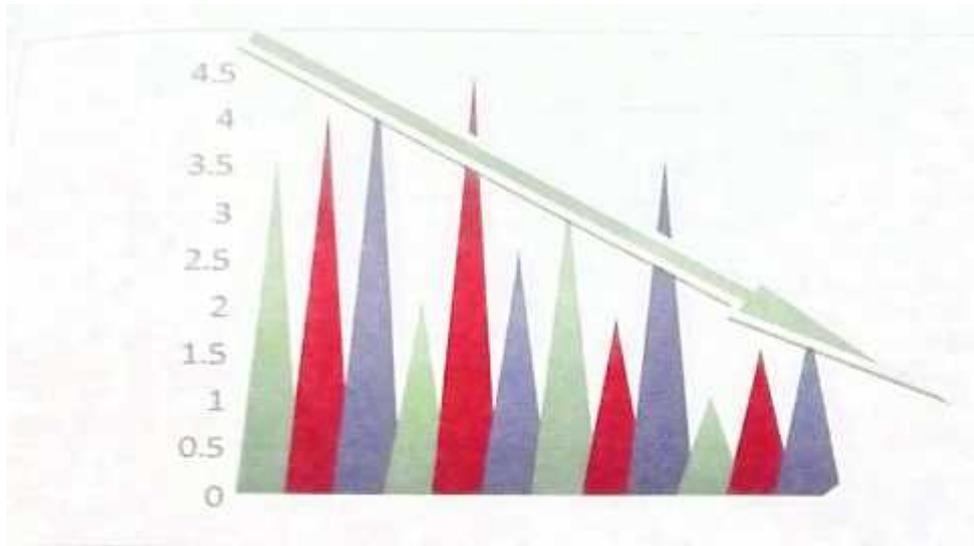
ص22):

1. موجز الأخبار: وهو عبارة عن نشرة مصغرة تتميز بالإيجاز وترك التفاصيل لإذاعتها في النشرات العامة.
  2. نشرة أخبار مصورة: نشرة أخبار التلفزيونية تتضمن عرضاً مصوراً للأحداث التي تناولتها النشرة.
  3. مجلة الأخبار: عرض الأخبار التلفزيونية يعاد فيه محتواها مع تطعيمه لمادة جديدة في بعض الأحيان.
  4. معرض الصحافة: وهو عرض إخباري تلفزيوني بمختلف الأخبار التي تناولتها الصحف العالمية في ذلك اليوم، ومع التركيز على أهم العناوين التي تناولتها الصحف بأسلوب مختصر وموجز، مع التعليق على كل خبر بأسلوب صحفي.
- وهناك تصنيف آخر اتبع فيه الباحثين البنية التركيبية للخبر وهي:

1. طريقة الهرم المقلوب: وفي هذا القالب نسرّد الوقائع بترتيب تناقص أهميتها أي أن الأهم ما في الخبر أو ذروة، ننتجته توضع في الرأس بشكل يستولي على الانتباه، وأما أقل أجزاء الخبر أهمية فتوضع في النهاية حيث يمكن الاستغناء عنها حسب متطلبات المساحة أو الوقت (شاهين، عبد الحميد، 2014، ص27).

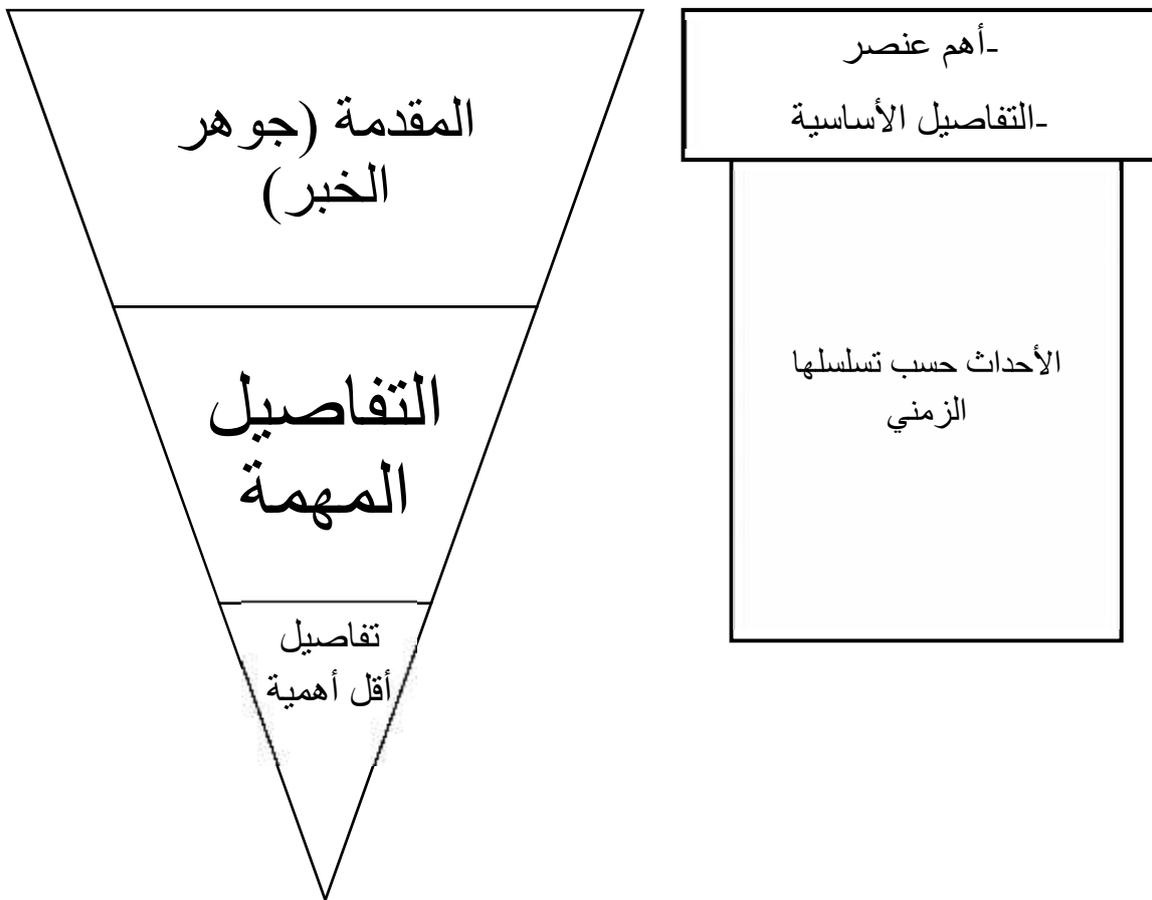
ويطلق على هذه النشرة كذلك النشرة المنحدرة، حيث تعتمد على وضع أهم أخبار اليوم متسلسلة في بداية النشرة الواحدة حسب التسلسل المعتمد في العناوين، وكثير ما تبدأ هذه النشرات بملف كبير عن الحدث الأهم في النشرة عادة ما تنتهي بخير طريق Happy end، وبعض القنوات تفضل أن تنهي النشرة بأخبار رياضية أو بأحوال الطقس، وهذا الشكل معتمد كثيراً في القنوات العربية ولكن سلبياته أن النشرة تفقد زحمها تدريجياً، وتدفع المتلقي للعزوف عن المتابعة (معسوس، 2013، ص66).

## شكل رقم 06: يوضح ترتيب الأخبار حسب النشرة المنحدرة



المصدر (معسوس، 2013، ص 66).

2. طريقة التسلسل الزمني Chronological order: شكل رقم 7: التسلسل الزمني لعرض الأخبار

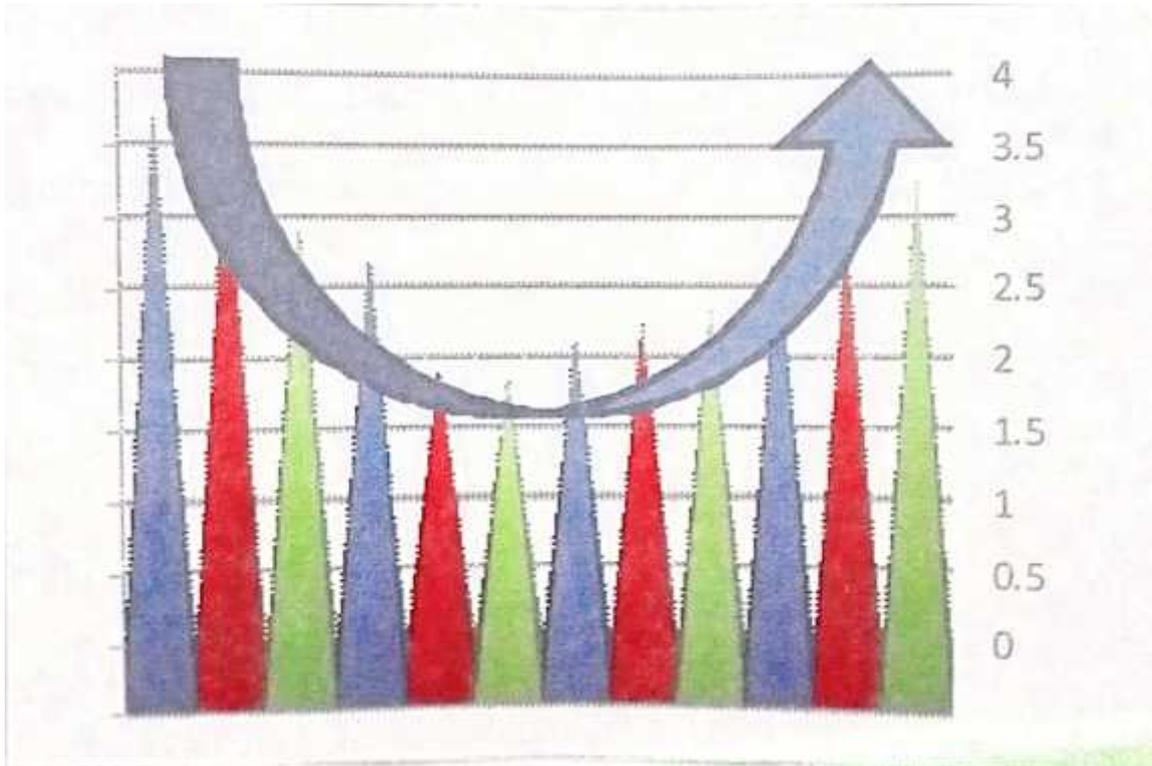


المصدر: (بركات، 2013، ص ص107-108)

تعني أن يأتي الجزء الأول من الخبر متضمننا أهم عنصر في الحدث وجوهه، ثم يبدأ المحرر في التعبير عن وقائع الأحداث حسب تسلسلها، وتفيد هذه الطريقة كثيرا في صياغة الأخبار الخاصة بالأحداث المركبة Complex (بركات، 2013، ص ص107-108).

4. **النشرة المقعرة:** هذه النشرة تأخذ شكلا مقعرا، أي تبدأ بخبر كبير وهام أو بملف متكامل حول حدث ما ثم تنتقل إلى مجموعة من الأخبار القصيرة بشكل منحدر، ثم تعود صعودا لتعطي أخبار أكثر أهمية إلى أن تصل إلى حدها الأقصى بخبر كبير أيضا وهام في نهاية النشرة. وهذا النوع معتمد كثيرا في القنوات الإخبارية الدولية التي تخصص نهاية نشرتها للأخبار الرياضية والاقتصادية.

شكل رقم 08: يبين ترتيب الأخبار وفق طريقة النشرة المقعرة.

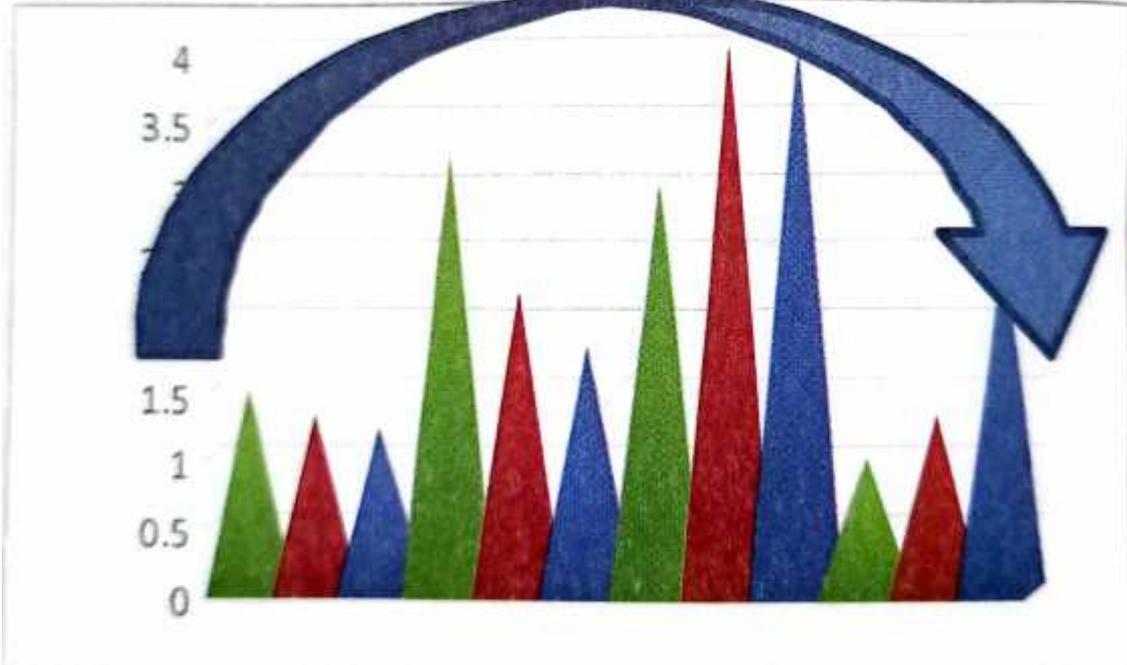


المصدر (معس، 2013، ص 68).

5. **النشرة المحدية:** وهي نشرة تبدأ بأخبار قصيرة ومتوسطة الأهمية وتنتهي بأخبار صغيرة وأقل أهمية، بينما تأتي أهم الملفات والأخبار في وسط النشرة وهي معتمدة كثيرا في القنوات الأمريكية التي

تحبذ أن تبث الكثير من الإعلانات قبل أن تعطي المشاهد أو المستمع جرعة إخبارية هامة (معسوس، 2013، ص ص 67-68).

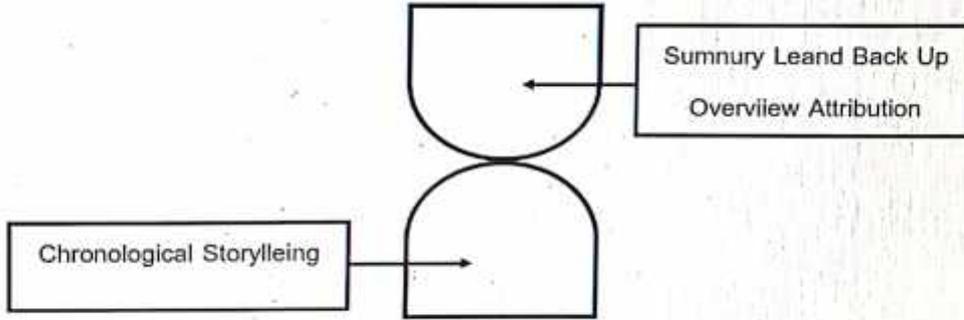
شكل رقم 09: يوضح ترتيب الأخبار وفق نموذج النشرة المحدبة



المصدر: (معسوس، 2013، ص 69)

6. طريقة الساعة الرملية: وهي تشبه كثيرا تركيب النشرة المقعرة فتبدأ بخبر هام جدا في المقدمة وخصوصا في الأحداث الدرامية التي تنير إلى التتابع الزمني في جزء الخبر، وبعض الأخبار الهامة والتفاصيل الأخرى في نهاية الخبر، وهدفها هو الحفاظ على انتباه المتلقي، وهذا الأسلوب مفيد جدا في أخبار الجريمة والكوارث (ريتش، 2002، ص 284).

شكل رقم 10: يبين ترتيب الأخبار وفق قالب الساعة الرملية.

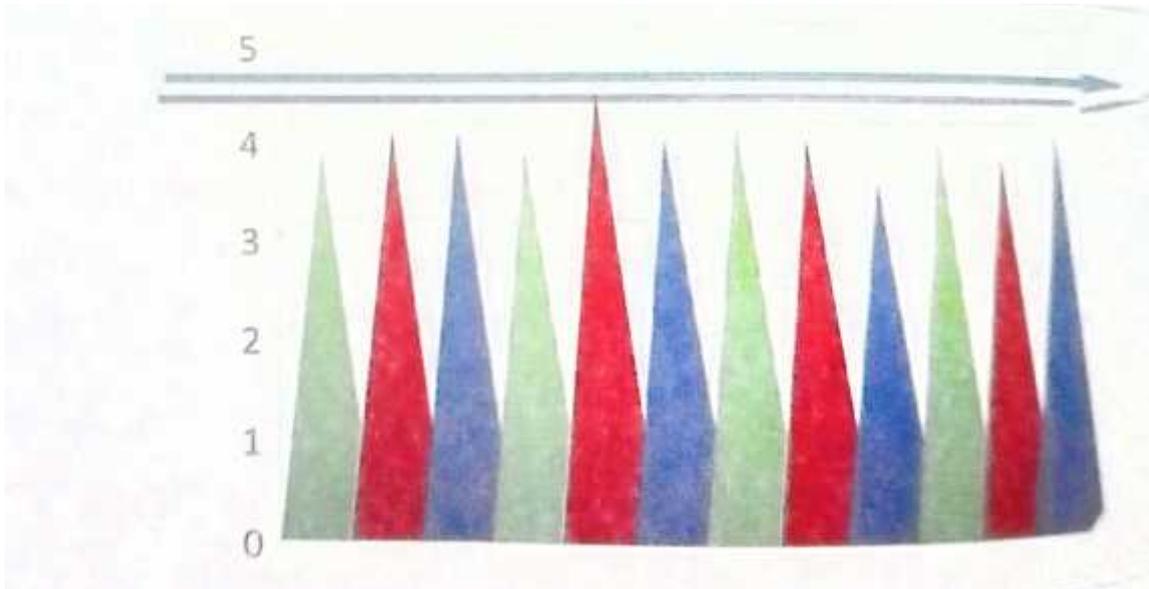


الشكل رقم 5: يمثل قالب الساعة الرملية

المصدر: (ريتش، 2002، ص284).

7. **النشرة الأفقية:** وتلجأ إليها القنوات التي لا تعتمد في بناء عناوينها على تسلسل الأهمية من الأهم إلى الأقل أهمية أو العكس، وإنما تقوم بتقديم المواضيع جميعها التي يكون لها نفس الطول (حوالي دقيقة وسطيا للتقرير) ويتم الانتقال من موضوع إلى آخر بعض الأحيان دون حتى مقدمات كإذاعة فرانس أنفو France info وأورونيوز Euro news (معس، 2013، ص69).

شكل رقم 11: ترتيب الأخبار وفق النشرة الأفقية.



المصدر: (معس، 2013، ص69).

3-4- مقومات نجاح النشرة الإذاعية والتلفزيونية: هناك عناصر رئيسية لتدعيم نجاح النشرة الإذاعية والتلفزيونية وهي (حمدي، عراضنة، 2012، ص56):

- أن تشمل النشرة القصص الإخبارية والاجتماعية والإنسانية والرياضية الخفيفة والظرفية التي لها جماهيرها الكبيرة من المستمعين أو المشاهدين.
- الإهتمام بالصوت الأصلي للأحداث من مواقعها لأنه أحد العوامل المهمة التي تضيف مزيدا من الواقعية على الأخبار هذا بالنسبة للإذاعة، أما في التلفزيون فتصاحب الصورة الواقعية الصوت الأصلي.
- أن تكون موضوعية تحريرا وإذاعة.
- أن تبتعد عن إثارة العواطف بأن تكون واقعية في عرضها.
- الإبتعاد عن أخبار الجريمة والجنس والانتحارات إلا إذا كانت ذات أهمية وطنية أو شخصية عامة.
- معالجة الأحداث المروعة بطريقة لا تثير الذعر العام.
- عدم إذاعة إرشادات طبية وقانونية إلا إذا كانت من مصادر رسمية.
- الإهتمام بالتدريب المستمر للعاملين في الإذاعة والتلفزيون لأن التدريب يوفر لهم فرصا حقيقية لتحسين أدائهم ومعارفهم واتجاهاتهم بأقصى ما يستطيعون من قدرات.

### 3-5- القواعد العامة في نشرات الأخبار الإذاعية والتلفزيونية: هناك جملة من القواعد التي

يضعها المسؤولون في حقل الأخبار ويلتزمون بها لتعينهم بها في أداء مهمتهم ومن بين هذه القواعد:

- **موعد النشر:** يحدد وقت محدد يوميا تلتزم به المحطة لا تتجاوزه ولا تقدم عليه، لكي لا تسبب أي إرباك في متابعة مشاهديها لها.
- **زمن النشرة:** بمعنى الالتزام بزمن ثابت تقدم من خلاله الأخبار وبقية الأشكال من تقارير وأفلام ولقاءات، كأن يكون ربع ساعة أو نصف ساعة، بحسب سياسة المؤسسة.
- **مقدمة النشرة الموسيقية:** وهي مقطوعة موسيقية تستخدمها القناة لحنا مميزا للنشرة الإخبارية بحيث يرتبط ذهن المشاهد بالمادة التي سيرها.
- **السبق الصحفي:** ويعد ذا قيمة اعتبارية في العمل الإخباري ويثبت العلاقة بين القناة وجماهيرها ويزيد من ثقته فيها.

• **التنوع في النشرة:** ويعني ذلك توظيف الإمكانيات المتاحة كافة سواء كانت تقنية أو من حيث المضمون (الكناني، الدجيلي، 2022، ص76).

- تذكير بالأحداث المهمة قبل موعد النشرة الرئيسية مما يشجع المشاهدين على متابعتها.
- عرض وجهات النظر المختلفة والتمتع بالحرية الكاملة في تناول الأخبار وتفسيرها من دون إطلاق الأحكام عليها (عبد المجيد، علو، 2015، ص58).

**3-6- بناء النشرات الإخبارية:** يعتمد نجاح نشرات الأخبار التلفزيونية على بنائها بشكل يجذب المشاهدين من خلال عرض متكامل لا يترك للمشاهدين أن يكتشفوا بالصدفة أن هناك خبرا مهما جاء في أولها أو في آخرها، وإنما تترك انطبعا لديهم بأن الأخبار مترابطة وتعطي صورة شاملة للأحداث ويستهدف هذا البناء شد انتباه المشاهدين متزامنا مع توفير أكبر قدر من الفهم للموضوعات المعروضة في النشرات، ومن ذلك يجب أن يكون بناء النشرة من بداية ووسط ونهاية.

أ- **بداية النشرة (مقدمة النشرة):** تستهل نشرة الأخبار عادة بتقديم موجز وسريع مستعرض فيه أهم العناوين والأخبار الواردة بشكل جذاب يستقطب اهتمام المشاهدين، كما تتضمن الأخبار ذات القيمة الإخبارية المرتفعة من حيث الأهمية والفورية والحداثة، ممثلة (ذروة) العرض الإخباري (الكناني، الدجيلي، 2021، ص70/71).

وقد أدرج الدكتور صامد عبد القادر الرحاب أنواع المقدمات الإخبارية في المقدمة المفردة مقدمة التلخيص، مقدمة التساؤل، مقدمة الاقتباس، مقدمة التباين، المقدم الوصفية، المقدمة الصاعقة أو المثيرة، المقدمة الأدبية، مقدمة الحوار ومقدمة الشرط (الرحاب، 2015، ص118).

ومن خصائص المقدمات نذكر:

- أن تجذب اهتمام القارئ أو المستمع أو المشاهد.
- أن تشد القارئ أو المستمع إلى متابعة الخبر.
- أن لا تزدهم بالمعلومات والآراء والأحداث مما قد تشتت الانتباه والذهن.
- أن لا تكون أكبر من الخبر في حجمه، فهي تقبض على جوهر الحدث أو المعلومة أو الرأي وتستقطب المتلقي.

• تجمع بين شيئين مختلفين، كيفية الوصول إلى جوهر الخبر، وكيفية الإغراء لمتابعة الخبر (رزاق، 2011، ص117).

فالمقدمة إذن تعرض أهم المعلومات المتضمنة في الخبر، كما أنها لا تكتفي بمجرد إشباع الفضول الأولي لدى المتلقي وإنما تخلق لديه الرغبة لمعرفة المزيد حول ذلك الحدث.

ب - **وسط النشرة (جسم النشرة):** يضمن وسط النشرة النصوص الكاملة للأخبار مصاغة وفق طريقة الهرم المقلوب بشكل أكبر، وتكون الأخبار ذات قيمة متقاربة وأقل أهمية من أخبار مقدمة النشرة، ويتضمن مواد سنتناولها بشيء من التفصيل في عنصر مواد النشرة.

ج - **نهاية النشرة (خاتمة النشرة):** تتضمن نهاية النشرة خبر أو أكثر يحظى بأهمية خاصة، وذلك لترك أثر كبير لدى المتلقي، ويشترط أن تكون أخبار الخاتمة مريحة وترفيهية، أو تتضمن أهم ماورد في النشرة من أخبار بشكل ملخص وفق صيغة الفعل الماضي، كذلك توضع في الكثير من الأحيان قصة إخبارية مهمة وغير عادية في نهاية النشرة، مستخدمين عبارات التشويش وإثارة الفضول لدى المشاهدين (الكناني الدجيلي، 2021، ص71).

ويمكننا إضافة عنصر الحيوية والتشويق في النشرة الإخبارية من خلال:

- توفير عناصر الربط والتسلسل بين الأخبار.
- كتابة مقدمات مختصرة لشرائط التسجيل.
- عدم كتابة الأخبار باختصار إذا كانت لدينا مادة مصورة أو مسجلة جيدة.
- استخدام أكثر من أسلوب في عرض الأخبار.
- الحرص على إنهاء كل خبر بجملته قوية والنشرة بخبر مثير للاهتمامات الإنسانية.
- الحرص على خلق سرعة الإيقاع عند الانتقال من خبر لآخر.
- الحرص على التنوع في الأخبار فلا يمكن تقديم الأخبار الجادة والجافة وراء بعضها.
- الحرص على تحديد الزمن المخصص لكل خبر مع إيجاد التوازن في زمن الأخبار (ميلود 2022، ص130).

وبشكل عام فإن بناء النشرة يقوم على تحديد مواضيع جميع عناصرها وفق معايير الاختيار السياسية، الاجتماعية، الزمانية أو المكانية أو على عنصر التوازن بين نسب الأخبار المحلية الإقليمية والدولية، بالإضافة إلى أن للنشرة إيقاعا محسوبا يجري بموجبه تحديد البناء الكلي لنشرة الأخبار وعدد أخبارها وزمن كل خبر فيها ونوع اللحن المميز الذي تقدم به، وطريقة التقديم وتوزيع أصوات المذيعين، فالإيقاع هو الذي يساعد على تمييز نشرات الأخبار، كما أنه يساعد على جذب

انتباه المتلقي دون إرهاقه بما يضيفه على النشرة من قيمة ترفيهية، فضلا عن قيمتها الإعلامية والتثقيفية، وهناك جانب مكمل للإيقاع في إضفاء عنصر الإثارة والتشويق على النشرة وهي تلوينها بمختلف أنواع الأخبار التي تغطي شؤون الحياة المختلفة، فنشرة الأخبار تبلغ حد الكمال من البناء الإخباري إذا أمكن اشتمالها على أربعة فروع تضم:

- أنباء سياسية داخلية.
- أنباء سياسية خارجية.
- أخبار متنوعة من الداخل والخارج.
- حوادث متنوعة داخليا وخارجيا (عبد النور، 2016، ص290).

### 3-7- المكونات الأساسية للنشرات الإخبارية: تتكون النشرات الإخبارية عموما من:

- **عناوين الأخبار:** وهي استعراض سريع للموضوعات الرئيسية التي تحظى بالإهتمام الأكبر لدى المشاهدين.
- **الموضوعات الرئيسية:** وهي الموضوعات الأخرى التي وردت في العناوين وتختلف أشكالها الفنية حسب المادة المتاحة (الكناني، الدجيلي، 2022، ص72).
- **باقي موضوعات النشرة:** أخبار يعتقد القارئون على النشرة أنها مهمة لكنها أقل أهمية من تلك التي وردت في العناوين الرئيسية، وقد تكون ثقافية، فنية، إنسانية... إلخ
- **اللقاءات الحية:** وهي حوارات قصيرة، مركزة يجريها مقدم النشرة على الهواء مع المرسلين أو ضيوف آخرين بهدف تقديم آخر الأخبار أو توضيح لتفاصيلها على الهواء، وقد تكون عبر الهاتف أو الأقمار الصناعية أو في الاستوديو نفسه.
- **اللقاءات المسجلة:** هي حوارات قصيرة مركزة تم إجرائها في وقت سابق على النشرة نتيجة تعذر إجرائها على الهواء لأسباب معينة.
- **النقل الحي ضمن النشرة:** وهو نقل مخطط له، لا يتعدى عادة الثلاث دقائق وغالبا ما يصاحبه لقاء مباشر وحي مع مرسل أو ضيف من موقع الحدث (ميلود، 2022 ص126).

3-8- مراحل إجراء وإعداد النشرات الإخبارية: يطلق بعض المحررين على النشرة الإخبارية مصطلح "العرض الإخباري" لأنها بالفعل ليست سوى استعراض "Show" للأحداث، يتم تنفيذه بأسلوب معين وهي تمر بعدة مراحل نوجزها فيما يلي (حمدي، العراضنة، 2013، ص49):

1. **الاجتماع التحريري:** حيث يتداول فيه الصحفيون القائمون على إعداد النشرة الأفكار عبر استعراض الأجنحة الإخبارية المعدة سلفاً، والأخبار التي وردت عبر المصادر المختلفة حتى لحظة انعقاد الاجتماع، كما يتم تقسيم العمل بين الحاضرين وتكليف المراسلين بالمهام المتفق عليها.

2. **تدوين محضر الاجتماع التحريري:** ويمثل هذا المحضر أو ما يسمى في بعض المؤسسات بـ Prospects المرجع الأساس لمتبع النشرة، الذي يدون في كل التعديلات التي طرأت ومختلف الموضوعات الإخبارية الرئيسية والكيفية التي تم الاتفاق على تناولها والتكليفات بشكل مفصل.

3. **متابعة سير العمل في غرفة الأخبار:** وهي مهمة المنتج مع فريق العمل المكلف أين يتابع سير عملهم ويراجع النصوص الأولية والخطط الموضوعية وهذه المرحلة تضمن لنا:

- استمرار إمام المنتج بتفاصيل المادة الأولية للنشرة.
- استمرار العمل بروح الفريق لدى الصحفيين.

4. **متابعة سير العمل خارج غرفة الأخبار:** وذلك بالتواصل مع المراسلين أو المبعوثين للتغطيات الخارجية.

5. **متابعة وكالات الأنباء المكتوبة والمصورة:** باعتبارها المصدر الرئيسي للأخبار (عبد النبي، 2014، ص ص64-65).

6. **الإعداد التدريجي لمكونات النشرة:** وذلك عبر نقل المادة التي تمت مراجعتها ثم الانتهاء من إعدادها من مكان إلى آخر، وهكذا تضمن رؤية واضحة للوضع والكم المتاح من المواد.

7. **الإعداد النهائي للنشرة:** وهو البدء في ترتيب الموضوعات والتأكد من إعداد التقارير ووصول تلك الواردة من المراسلين وذلك في الساعة الأخيرة التي تسبق النشرة، كما يؤخذ قرار العناوين وكتابتها وتركيبها.

8. الاجتماع التحضيري للنشرة: هو اجتماع مختصر وسريع يضم كل الفاعلين في إعداد النشرة من أجل التأكد من وحدة الرؤية والهدف من المقابلات، والترتيب لأي نقل حي محتمل، ووضع مقدم النشرة في الصورة (ميلود، 2022، ص ص 127-128). ومن بين السمات التي يجب أن يتسم بها المذيع:

- أن يكون لديه رغبة أصيلة للعمل في مجال إلقاء الأخبار وبتثا إلى الجماهير.
- أن يكون مهتما بمتابعة الأخبار ورصد الأحداث الجارية.
- أن يظهر بمظهر جدي في نبراته وإلقائه وحركته ومظهره العام.
- استخدام مساحيق التجميل لستر العيوب التي تشتت النظر.
- أن يعرف أسلوب العمل في الاستوديو، وأن يفهم أهم أركانه.
- التدريب على استخدام جهاز التلفين (Téléprompteur) (عامر، 2003، ص ص 71-72).

9. ترتيب مواد النشرة: يساعد الترتيب الجيد لمواد النشرة على عرض الموضوعات بوضوح جيد طول مدة الإرسال أو العرض.

10. إذاعة النشرة الإخبارية: ويعتبر مخرج التلفزيون هو الشخص الأول المسؤول عن إخراج وتنفيذ النشرة على الهواء، ويساعده في ذلك الفريق العامل وتلقى مسؤولية البث والتقديم على قارئ النشرة، لهذا يستوجب عليه أن يختمها بحيوية وبأسلوب جيد وابتسامة هادئة تحقق رضا المشاهدين وتجذب انتباههم (حمدي، العراضنة، 2013، ص ص 60-62)

3-9- مواد النشرة الإخبارية: تحتوي كل نشرة على مجموعة من التقارير التي يتم إعدادها في غرفة الأخبار، والتي تشكل في مجموعها نشرة إخبارية ووحدة متكاملة تقدم معلومات للمتلقي، وهي:

1. التيترات: أو العلامات أو الإشارات المميزة في البداية وهي أول ما يظهر على الهواء في بداية النشرات أو موجز عروض الأخبار أو البرامج الإخبارية، وهذه التيترات أو الإشارات تعبر عن هوية القناة.

2. العناوين **Headlines**: العناوين الرئيسية للنشرة ويفضل ألا تزيد عن ثلاثة عناوين لأهم ثلاثة أخبار، ويجب استخدام عبارات مختصرة كما يجب استخدام أكثر الصور وضوحا وتأثيرا، ومن الأخطاء الشائعة دمج موضوعين في عنوان واحد، لأن ذلك يصعب الفهم

وفنيا يجب أن تكون هناك خلفية موسيقية مصاحبة لصور العناوين مع صوت المذيع، ومن المفروض أن تنتهي العناوين بنهاية صوتية موسيقية معينة تشعر المشاهد بأن العناوين قد قرأت (بركات، 2012، ص213).

أما عن طول النشرات ففي المقاس الدولي يحدد 27 دقيقة للنشرة التلفزيونية وفي النشرة الإذاعية لا يتعدى طولها 15 دقيقة (ودوليا 10 دقائق)، وهي تطلب صياغة خاصة يتولاها شخص متمرس كرئيس التحرير أو منتج النشرة، فهو يأخذ بعين الاعتبار الزمن المسموح به ومن شروط صياغتها:

- الاختصار: يجب أن يكون العنوان مختصرا بحيث لا يتجاوز الوقت المحدد.
- زمن الحاضر: يجب أن تكون صياغته بزمن الحاضر، كي يعطي الانطباع بأن الحدث آني.
- عدم استخدام ما أمكن من الأسماء الموصولة والإشارة لأنها تعمل على الاسهاب في الصياغة.
- أن يتألف العنوان من جملتين، جملة إخبارية وجملة تكميلية.
- أن يحتوي على أهم المعلومات في الحدث.
- أن يكون بسيطا وواضحا.
- أن يكون مرافقا بشكل متواز للصور بشكل دقيق بالنسبة للأخبار المتلفزة(معسوس 2013، ص ص88-84).

**3. المقدمة:** التي يقرؤها المذيع وتسملا بـ (Lead) أو (Cue) أو Introduction يرمز لها بالرمز intro أو pres (presenter): ومعناه أن النص للذي يلي هذا الرمز يقرأ من قبل مقدم النشرة، وتحتوي على النقاط الأساسية للحدث وعادة ما ترد على الأسئلة: ماذا؟ متى؟ أين؟ تتشكل في جملتان ثلاث توجز الحدث وتنتهي بجملة لتحديد الزاوية التي تعالج في التقرير (معسوس، 2013، ص70).

**4. التقرير الإخباري (VT):** والذي يطلق على أربعة أصناف من الكتابة الإعلامية وهي الربورتاج، المقابلة، التحقيق، الثورة الفيلمية، وتشارك هذه الأنواع في وجود كاتبها في الميدان، وبأنها تنقل الواقع، وإن اختلفت في معالجتها له (رزاق، 2008، ص30).

5. أخبار بصورة ثابتة (CAP): حيث يتم اللجوء إلى عرض أخبار بصورة ثابتة في بعض

الأحيان بسبب:

- الأخبار العاجلة التي لم تصل صورها بعد.
- أخبار الزيارات غير المتوقعة أو المؤتمرات المفاجئة.
- قدوم أخبار من أماكن لا تتوفر على مراسلين وفي هذه الحالة نكتفي بوضع الخريطة والموقع مقلا.

6. الأخبار المقروءة (RO): وهو خبر يقرأ من طرف الصحفي دون وجود صورة أو فيديو مصاحب بسبب عدم توافر صور للحدث، أو بسبب السرعة وعدم وجود وقت لإعداد فيديو عن الموضوع، وكثيرا ما يكون ذلك مع الأخبار العاجلة التي ترد في اللحظات الأخيرة قبل وقت قصير من بث النشرة (يعقوب، 2012، ص ص 411-412).

7. الكليب الإخباري (Clip): وهو مشاهدة سريعة لحدث معين وعادة ما يتم استخدام الكليب عندما يكون كلام المتحدث هو المحور الرئيس للخبر، ويرتبط ذلك بالشخصيات المهمة ومن المفترض ألا تزيد مدته عن 40 ثانية.

8. خبر مع صورة متحركة (OOV): ويعني ذلك أن الخبر يتبعه فيديو يقرؤه المذيع، وهو اختصارا لعبارة Out of vision حسب الاستعمال البريطاني أو LVO وتكون مدته في حدود دقيقة واحدة أو 40 ثانية (بركات 2012، ص ص 214-215).

10-التعقيب: ويمكن لرئيس التحرير عندما ينتهي التقرير من ابث أن يعود لنفس الخبر ليعقب عليه في حال وصول أية أخبار لاحقة، ويطلق عليه (BIV – Back in vision).

11-المقابلة: ويطلق عليها اسم Guest أو Invité وتوضع داخل النشرة عندما يكون لدينا ضيف في الاستوديو ليوضح فكرة ما، ولا يتعدى الدقيقتين في الإذاعة و3 دقائق في التلفزيون وهناك المقابلة على الهاتف phone أو عبر الأقمار الصناعية (Live 2 ways).

12-الفواصل: وهي في ثلاثة أشكال:

- فواصل ترويجية (Coming-up).
- فواصل تجارية (Commercial).
- فواصل لملف متكرر (Chaper head) (معسوس، 2013، ص ص 71-80).

**13- هيكل النشرة:** يطلق عليه اسم (Script) وهو عبارة عن وصف محدد في أوراق مرتبة بتسلسل يتضمن النشرة الإخبارية بكل محتوياتها المرئية وموقع كل خبر، ويرفق السكريبت جدول شامل من صفحة واحدة يتضمن أسماء أخبار النشرة المرئية بأرقام متسلسلة حسبما ستقدم في النشرة، اسم المحرر، اسم المقدم (المقدمين ومدة كل خبر، توقيت التقديم بوحدة الثانية، وتقدم منه نسخة للمقدم والمخرج مسؤول الاستوديو ومسؤول غرفة المراقبة، نسخة للأرشفيف (بركات 2012، ص208).

ثالثاً: عوامل تطور الصحافة  
التلفزيونية

- 1-العامل التقني.
- 2-العامل الإقتصادي.
- 3-العامل السياسي.
- 4-عائدات الإشهار.

ثالثاً-عوامل تطور الصحافة التلفزيونية: هناك عدة عوامل ساهمت بشكل كبير في تطوير الصحافة التلفزيونية وجعلها تحتل مكانة هامة عند الجماهير، حيث جعلت الصحافة التلفزيونية تحتل مكان الصدارة عندها في استقاء المعلومات والأخبار، والحصول على التحليلات والتفسيرات لمختلف القضايا والأحداث، وكذا الوسيلة المفضلة للتسلية والترفيه وتنمية المهارات والقدرات العلمية والعقلية ويمكننا تلخيص هذه العوامل في العناصر التالية:

**1-العامل التقني:** ساعد التقدم إبان الخمسينيات والستينيات على الجودة التقنية للبت التلفزيوني، ففي الأيام الأولى للتلفزيون كان قطر معظم الشاشات 18 أو 25 سم، أما الآن فقد شاعت شاشات يبلغ قطرها 53 أو 64 سم، وفي السبعينيات قدم المهندسون نظم التخليط التلفزيوني التي تعرض البرامج على شاشات كبيرة، يصل قطرها إلى مترين، وتوجد أجهزة تلفزيون صغيرة يمكن وضعها في الجيب يقدر قطر شاشتها بنحو 7.5 سم وهي تستخدم صمامات أشعة المهبط لتكوين الصورة التلفزيونية، وفي بعض الأجهزة ترى الشاشة الفوسفورية من خلال نافذة جانبية في الصمام مما يتيح هندسة مدمجة، وتتوفر حالياً شاشات البلورات السائلة، المماثلة لشاشات الحاسوب المحمول بنوعيتها: الملون والعادي وهي رديئة الصورة، ولكنها تمتاز بأنها مدمجة ولا تحتاج إلى قدرة كهربائية منخفضة (الساري، 2011، ص343).

لقد مس الجانب التقني الشكل النهائي للتلفزيونات فقد بدأت مرحلة التعديل والتحديث للوصول إلى مستوى أفضل من التلفزيونات في أوائل الثمانينات، في عام 1984، تم إضافة خاصية الصوت الإستيريو إلى البث التلفزيوني، فقد كانت البرامج تكتب ملحوظة "صوت ستريو" قبل بدايتها. بلا شك كان الصوت الأستوديو بجودة أعلى من صوت المونو، ويعطي إحساساً أعلى بالأصوات الصادرة (الزغبى، شرادقة، 2018، ص189).

وفي مجال أجهزة العرض التلفزيونية فقد تطور إنتاجها تطوراً واضحاً، فبعد أن كانت تعتمد على شاشات الكاثود التي استمرت لأكثر من 70 عاماً تحولت التقنية إلى اعتماد البث الضوئي، ثم بدأت الشركات منذ ثمانينات القرن الماضي في إنتاج أجهزة تلفزيون بتقنية LCD ، ثم تطورت أكثر في التسعينيات لتعتمد تقنية تستند إلى مبدأ الإظهار وفق السطور، كما تحتوي على قوة إظهار مقدارها 1125 سطر بمعدل يفوق الإشارة العادية خمس مرات، ثم تلا بعد ذلك التطور في تقنية LED مطلع الألفية الثالثة، وفي 2012 أقيم معرض كوري في ألمانيا "أيفا 2012" قدم فيه تلفزيونات تعمل

بصمامات ثنائية عضوية OLED التي تجعل الصورة أكثر دقة والألوان أكثر وضوحا (عبود، العاني 2015، ص 169) وهذا التطور في الشكل وانتشار لشاشات المسطحة، صاحبه انخفاض الأسعار الذي ساهم في انتشار التلفاز في جميع المنازل.

أما في مجال الأجهزة الخاصة بالمحطات التلفزيونية فقد اتجهت أغلب الاستوديوهات إلى استخدام الكاميرات المحمولة من نوع Beta Com ، وذلك داخل الاستوديو ومما دعم ذلك ان شركة سنوي (Sony) قامت بتطوير أنواع مختلفة من الكاميرا مثل Super Beta Cam و Digital Beta Cam، وتتنافس الشركات المصنعة للكاميرات على الحصول على أكبر مبيعات من خلال السعي وراء تطوير الكاميرات لتكون أكثر جودة ومرونة وأقل وزنا (أبوعرقوب، 2012، 79).

كما مس التطور في مجال التسجيل الفيديو الرقمي وتقنية تيفو حيث يمكن ضبط التلفزيون على وقت بداية البرنامج ليتم تسجيله في حالة الغياب عن المنزل ومشاهدته بعد العودة، وقد تكون تقنية تيفو غير مشهورة في الشرق الأوسط ودول العالم الثالث، لكن يوجد بعض التلفزيونات التي تمكننا من التسجيل على شرائط فيديو VHS بعد ضبط الوقت، فالتلفزيونات اليوم دخلت عصر الذكاء الاصطناعي وخصوصا بعد الربط بالإنترنت، حيث أصبح بالإمكان الآن عمل أي شيء مشاهدة التلفزيون، البث المباشر من على الإنترنت، تصفح الإنترنت، ممارسة الألعاب، الاتصال بالكمبيوتر، أو الهاتف الذكي بالإضافة إلى الكثير من الأشياء الأخرى (حسن علي، 2003، ص 72-85).

**2- العامل الاقتصادي:** إن وسائل الاعلام والاتصال الحديثة تتطلب إمكانيات مالية ضخمة في مجالات عدة: الاستثمار، التكوين، الإنتاج، التسيير، التوزيع إلخ... فلكلفة إنشاء الشبكات المعلوماتية الضخمة ووكالات الأنباء العالمية، أو إنتاج وتوزيع الصحف والبرامج السمعية والبصرية وتسيير مؤسساتي وتكوين عالمها في جو تنافسي عالمي يتطلب في الغالب اقتصاديات وطنية متطورة وغنية، بل وفي بعض الأحيان تعاونا جهويا ودوليا، لذلك فإن جغرافيا وسائل الاعلام والاتصال لصيقة بجغرافيا التنمية وتكاد تكون نسخة طبقا للأصل منها.

ومن جهة أخرى فإن وسائل الإعلام والاتصال يتطلب وجود زبائن ميسوري الحال بإمكانهم استهلاكها فإذا كان الراديو الذي هو سهل الإنتاج والتوزيع، يكاد يعم استعماله الشعبي الواسع كل أنحاء العالم، فإن وسيلة التلفزيون قد تعتبر من الوسائل الثانوية أو النخبوية في الكثير من بلدان

العالم، كما أن فقر وتخلف هذه البلدان يجعلانها تخضع لتبعية وسائل اتصال البلدان المتطورة في مجالات الاشهار، السلع المستوردة، استيراد وسائل الإنتاج وأدوات الاستقبال...ومن هيمنة اقتصادية وتكنولوجية لبعض الدول مثل أمريكا واليابان وبعض دول أوروبا(دليو، 2007، ص175).

لقد أدت هيمنة الدول الغربية اقتصاديا على الوسائل الإعلامية إلى تشكيل إمبراطوريات إعلامية ضخمة منها: شركة تايم وارنر وشركة AOL، حيث تعد في مجال التلفزيون أكبر قوة إعلامية نتيجة لسيطرتها على أهم شبكة إخبارية في العالم، والتي يصل صداها إلى كل بقاع العالم إذ تبت عبر 10 أقطار اصطناعية إلى 200 دولة. هذه الشبكة هي CNN التي تشكل مصدر الأخبار ووسائل الإعلام العالمية والنخب السياسية والاقتصادية لكل العالم، بالإضافة إلى مجموعة الشبكات التلفزيونية المعروفة بـ WB حيث تشمل 16 محطة تلفزيونية أمريكية كما تملك أكبر نظام تلفزيون كابل تسيطر به على 22 سوقا.

ولا ننسى كذلك ديزني Disney الذي تعد ثاني أكبر الاحتكارات الإعلامية في العالم من حيث القوة الاقتصادية، حيث تملك في مجال التلفزيون شبكة ABC الإذاعية والتلفزيونية، والكثير من شركات إنتاج الأفلام السينمائية والفيديو والبرامج التلفزيونية من أهمها ديزني ويونيا فيستا (Buena Vista) وميرا ماكس (Mira max) وهوليوود بيكتورز (Hollywood pictures) وتسيطر على معظم القنوات الرياضية التلفزيونية أهمها شركة (ESPN) الرياضية وتبت بـ 21 لغة إلى 165 دولة، بالإضافة إلى سيطرتها في مجال التسلية والصور المتحركة (صالح، 2003، ص 241).

ولا يمكننا المرور عن الإمبراطوريات الإعلامية دون التطرق لنيوزكوربوريشن News corporation لروبرت ميردوخ وباقي إمبراطوريات التي تبدا سياستها واضحة في تأييد السياسة الأمريكية عالميا بعد ارتباطه بأمريكا، حيث توسع في شراء الوسائل الإعلامية في أمريكا وغيرها وأثبت نظرية القوة الاقتصادية والعامل الاقتصادي في توجيه الإعلام وتطوير الصحافة التلفزيونية حيث قال هيرمان وماكنزني "إن ميردوخ وضع واشنطن في جيبه الخلفي"، فهو يسيطر في مجال التلفزيون على شبكة فوكس الإذاعية والتلفزيونية في أمريكا، قناة فوكس الإخبارية، عدد من الشبكات الكابلية في أمريكا والعالم مثل FXM. FOX Kids World Family chan كما اهتمت نيوز كوربوريشن بالسيطرة على التلفزيون الرياضي العالمي golbal sport TV والقنوات المتخصصة

للأطفال، وفي أوروبا تنتوع مصالح ميردوخ ويتمتع بوضع مسيطر في مجال التلفزيون من خلال سيطرته على بريتش سكار برود كاستينغ التي أطلقت قمر صناعي عام 1997، كما سيطر على SKYB وعلى القناة الألمانية FOX، وأما في أستراليا فإنه يسيطر على 07 شبكات تلفزيونية، كما يسيطر على العديد من المجالات الأخرى كالسينما والمجالات ودور النشر للكتب...إلخ (صالح 2003، ص ص 142-143)

أما اليابان فإنها رغم قوتها الاقتصادية إلا أنها متخلفة إعلاميا عن الغرب، ما عدا شركة سوني في مجال الإلكترونيات، فهذه الإمبراطوريات تشكل أهم قوة إعلامية مهيمنة ومحتكرة للإعلام في العالم، بما في ذلك الإعلام التلفزيوني الذي تطور من القنوات التقليدية المعروفة إلى القنوات التي تبث عبر الأنترنت، باستخدام التكنولوجيات العالية وتجديد المعلومات وبعثها إلى أقصى حد والدليل على ذلك قناة MSNBC التي تمكن مستخدمي الكمبيوتر من الحصول على الأخبار التي يريدونها، وأن يطلبوا ما يريدون من أخبار ومعلومات، وقد أصبحت هذه الخدمة متاحة الآن في 38 مليون منزل في الولايات المتحدة الأمريكية، وهي تعرض 3 مليون صفحة يوميا، لذلك فهذه الإمبراطوريات تعمل على تكريس فكرة التدفق الإعلامي من دول الشمال إلى دول الجنوب وتساهم فيه بقوة (بوججوف، 2018، ص 181).

لقد أتاح الاتصال المباشر عبر القارات من خلال شبكات الاتصال العالمية ومحطات الإذاعة المسموعة والمرئية عبر الأقمار الصناعية فرصة لإبراز ملامح العولمة، التي شكلت بدورها تجديدا لنمط وطبيعة الإنتاج، والتفاعلات والتعاملات الدولية والبرامج الإعلامية، مما خلق مجمعا استهلاكيا كبيرا للترويج لفكر الأقطاب الإعلامية المالكة الكبرى وسياساتها عبر الحوارات التلفزيونية والمقالات والمؤتمرات، محاولة منها تهميش باقي الثقافات والسياسات، حيث تشير الدراسات إلى تزايد أهمية الأدوار التي تقوم بها الشركات المتعددة الجنسيات في الأنشطة الإعلامية والثقافية، ويتجلى ذلك في توظيف وسائل الإعلام الدولية التلفزيونية والمحلية كأخرمة ناقلة يتم من خلالها الترويج للقيم الاجتماعية والثقافية الغربية ونشرها في دول الجنوب حول ما يسمى بالقرية الاتصالية العالمية، مما أدى إلى اعتماد هذه الدول بشكل أساسي على البرامج الإخبارية والاعلانات والحوارات والمسلسلات والأفلام الغربية، وقد ترتب على ذلك زيادة الهيمنة الاتصالية لدول المركز المتحكمة على دول الأطراف (الحطامي، 2015، ص ص 242-244)، فالعالم الاقتصادي إذن حقق لنا مقولة "من

يملك يوجه"، والتلفزيون كأحد الوسائط الكبرى المملوكة تقنيا وبرامجيا من الدول الغربية ساهم لدرجات كبيرة في تثبيت هذه الهيمنة.

فالشركات المتعددة الجنسيات باتت من أهم الآليات والوسائل التي تمارس عبرها الدول الغربية وبدرجة أكثر الولايات المتحدة الأمريكية سيطرتها الثقافية على البلدان المتخلفة، من خلال امتداد نشاطها من المجال الاقتصادي إلى ميادين الثقافة والاعلام، وذلك عبر امتلاكها للوسائل الإعلامية (Bride, 1986, p123) حيث تنطلق الممارسات الإعلامية والثقافية للنموذج الأرو أمريكي في بلدان العالم الثالث من فكرة التحديق (Modernisation) للنماذج الثقافية التقليدية، وذلك عبر نقل النماذج الغربية للإنتاج والإستهلاك وغرسها في البلدان النامية، والعمل على خلق قناعة لدى الجماهير في أن التقدم لن يتم إلا عن طريق محاكاة النموذج الغربي (Dahmani, 1983, p140).

### 3-العامل السياسي: تؤثر طبيعة الأنظمة السياسية تأثيرا حاسما في طبيعة الأنظمة الإعلامية

ولدينا في هذا المجال عدة نماذج تفرعت عن نظامين أساسين:

يرتبط الأول بالبلدان التي ساد أو يسود فيها نظام الملكية المطلقة (القرنان 17 و 18 في أوروبا والقرنان 20 و 21 في بعض دول الجنوب) أو نظام ديكتاتوري تسلطي قوامه حزب واحد أو طائفة أو أسرة واحدة (الفاشية، النازية، الشيوعية، الاشتراكية، الملكيات المطلقة، الجمهوريات الوراثية...)، حيث تعتبر وسائل الإعلام والاتصال ملكا للسلطة الحاكمة أو الخاضعة لها ومشبعة لأيديولوجيتها السياسية وللتوجيهات الحكومية، ومن ثم فهي تراقب محتوياتها وتوجه توزيعها بصفقتها القائم والرقيب على الخدمات العامة ومن أمثلة ذلك دول المعسكر الاشتراكي السابق، الصين، كوريا الشمالية والكثير من دول الجنوب (دليو، 2007، ص177).

حيث تهمين الحكومة على مختلف وسائل الإعلام وتمارس أشكالا مختلفة من التنظيم والسيطرة مثل التحكم في التراخيص والسماح بالبت وتعيين رؤساء القطاعات التلفزيونية والاذاعية وتوجيه السياسات التحريرية والتحكم في تدفق المعلومات والاعلانات، علاوة على القيود القانونية التي تحيز مراقبة الوسائل الإعلامية أو مصادرتها وتعطيلها وحبس الصحفيين إذا تجاوزا حتى النقد المسموح، والملاحظ أن هذه الوسائل أثبتت في معظم الأحيان قصورها عن الوفاء بحاجة الجماهير

إلى القدر الكافي من المعلومات، والتنوع المطلوب في مصادرها في الوقت الذي يفترض نظريا أن تعتبر الحكومات عن إدارة الشعب (الحطامي، 2015، ص 216).

إن التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية لم تعد مجرد أداة نقل الأخبار المصورة المسجلة أو المباشرة، بل أصبحت تتميز بقدرة خارقة على الإقناع والتأثير والسيطرة، لقد أصبحت رمز السلطة وعنصر الاتصال، فالثورات والإنقلابات تقوم اليوم بالاستلاء على مقرات التلفزيون بدلا من القصور الرئاسية، فلا توجد سلطة سياسة أو اقتصادية أو دينية لا تحلم بالسيطرة عليها، لأنها تمكن ببساطة من هيكلة خيال الفرد والجماعة والتحكم في الرأي العام إلى درجة جعل مارشال ماكلوهان يرى أن التلفزيون كأداة أهم من مضمونها، فالناس سيشاهدون التلفزيون مهما كانت البرامج المذاعة بحكم أنه يفرض سيطرته على البشر (دليو، 2018، ص ص 127-128).

فالتلفزيون أدوار سياسية من المفروض والواجب عليه القيام بها منها الاهتمام بالمسائل العامة الوطنية ومناقشتها وتدعيم التوجيهات الديمقراطية وتخفيف حدة التعصب، من خلال التثقيف الجماهيري والقضاء على الشائعات والضبط الاجتماعي وغرس الثقة في نفوس المواطن، وخاصة في أوقات الأزمات والحروب التي يتعرض لها المجتمع، وكما يعمل على توثيق الصلة بين الشعب والحكومة ومقاومة بعض القضايا التي تعوض التنمية السياسية مثل الإرهاب، التطرف... إلخ وتوضيح العلاقات الدولية بين الدول (الدسوفي، 2018، ص 120)

فالتلفزيون يعد أداة خطيرة ووسيلة فعالة في توصيل سياسات الدوال والحكومات والأفراد، وله دور خطير في عملية صنع القرار، ويتعاضم هذا الدور في ظل ما يعانيه الشباب خصوصا العربي من حالة الأمية السياسية، حيث يساهم في محوها بتقديم المعلومات السياسية بطريقة مباشرة في نشرات الأخبار أو بطريقة غير مباشرة في البرامج المختلفة، والتي تكون فكرا سياسيا له قيمة لدى الشباب يستطيع من خلاله إدراك والتعامل مع التيارات السياسية العالمية (إسماعيل، 2003، ص 179)

أما النظام الثاني فيمكن إرجاع نشأته في أوروبا إلى نهاية القرن الثامن عشر حيث ظهر النظام البرلماني الإنجليزي ليتطور بعد ذلك في دول عادة ما تتحدث بالديمقراطيات الغربية، فهي تتبع في الغالب نظاما ليبراليا متعددًا يعترف بحرية الصحافة، ويوكل للقضاء وحده صلاحية الحكم على حالات تعديلها أو تعرضها مع الحريات الأخرى. وبالطبع فإن وسائل الاعلام والاتصال في

مثل هذه الأنظمة غالبا ما تكون خاضعة إذا شملت هيمنتها واحتكارها لكبرى مؤسسات النشر والتوزيع (دليو، 2007، ص177).

يلاحظ من جهة أخرى أن تطور وازدهار وسائل الإعلام والاتصال في الدول الديمقراطية يرتبط إيجابيا بمدى الوفاق السياسي حول شرعية المؤسسات، الذي هو مرتفع في دول مثل بريطانيا وأمريكا واليابان ومتذبذب في دول مثل فرنسا، إيطاليا وإسبانيا (دليو، 2017، ص177).

لقد أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية اليوم في مقدمتها التلفزيون يؤثر تأثيرا كبيرا على بلدان أخرى فتعرض الثقافات القومية للخطر، ويذكر أحد التقارير الدولية "أنه يجب الاعتراف أيضا بأن النشر الدولي للمعلومات ظل طويلا خاضعا للممارسات التمييزية، ولن تتوافر للرأي العام في البلاد الصناعية فرصة الإطلاع الحقيقي على المعلومات الكاملة حول العالم الثالث ومطالبه ومعطياته واحتياجاته واحتياجاته، حتى يجيء الوقت الذي تحرر فيه أنماط الاتصال والإعلام، مما يسودها حاليا من روح الإثارة وأساليب عرض الأنباء الموجهة، وحتى تتخلص على نحو واعي من التحيزات العرفية يتعين اعتبار توسيع القدرة على الإعلام عنصرا جوهريا في محاولات إقامة نظام دولي جديد، ويتعين إدانة الممارسات الإحتكارية والتمييزية المقترنة بنظام لنشر الدولي الحالي باعتبارها من أسوأ السمات المميزة للنظام (المحنة، 2001، ص 42).

فالشركات الكبرى تنشر عبر وسائل الاعلام العالمية الثقافة العالمية التي تنفي الثقافات الأخرى، فقد جاءت التلفزيونات والفضائيات العربية في ظل غياب خطة إنتاجية مدروسة وغياب موازنة معتبرة لتجد نفسها فرعا من فروع هذه الشركات متعددة الجنسيات تعلن منتجاتها وتروج لسلعها وقيمها وأفكارها (كافي، 2016، 218).

لقد انتشرت الفضائيات الناطقة بالعربية انتشارا كبيرا بفعل القدرة على تمويلها من قبل الحكومات الغنية التي تملك الثروات القومية الكبيرة، فأصبحت تقود الرأي العام موجهة إياه إلى ما تريد لتأييد البعض السياسات التي لم تعترف بالديمقراطية ويحق الاختلاف في الرأي وحرية التعبير مما ساهمت في تكوين رأي عام مشابه وموجه (كافي، 2016، 219).

فالنظام الدولي العالمي الجديد والذي يدعو إلى عولمة الإعلام فقد جندت فيه الإمبريالية والصهيونية الصحافة التلفزيونية في نشر مفاهيمها الجديدة، والتي أرادت لها أن تكون سلوكا عاما لشعوب الأرض ليسهل أمامها تسييسها وفق أهواءها وأطماعها التوسيعية، فكان الهدف هو محاربة

القيم الإسلامية العربية وزرع بذور التفسخ والانحلال في نفوس ناشئتنا، بل خطوة أكثر بإنتاج أفلام وبرامج خصوصا للأطفال على شكل رسوم متحركة للتأثير فيهم. وهكذا صار التلفزيون واحد من الآلات الإعلامية العالمية التي تتبع نظم وأفكار الأقوى اقتصاديا وسياسيا وتقنيا على المستوى العالمي.

**4-عائدات الإشهار:** دخل التلفزيون كأحد نتاج العصر الالكتروني عالم التسويق والترويج بسرعة مذهلة وأتاحت خصائه ومميزاته التي استطاع أن يجمع من خلالها الإشهار التلفزيوني بين فوائد الاشهار في الصحف والمجلات والراديو والسينما والعارضات المضيئة...إلخ، للمعلن في هذه الوسيلة الإعلامية أن يقدم صورة السلعة ويبين طرق استعمالها، حيث يتمتع كوسيلة إعلانية بالعديد من المزايا نذكر منها ما يلي(فنور، 2008، ص92):

- **يجمع بين الصورة والصوت:** من خلال إمكانية تجسيد واقع حركية الصورة وتجسيد المواقف، كما أن الثابت علميا أن التلفزيون كوسيلة إشهارية تساعد على خلق أكبر قدر من المشاركة الوجدانية وبتأثير كبير ومباشر على الفرد.
- **التغطية الجماهيرية:** يستقطب هذا الجهاز العديد من الجماهير بتوافره على العديد من الأسر عبر مختلف أنحاء العالم، وامتداد ساعات بثه، مما يجعله وسيلة جماهيرية ما يمنح الإشهار صفة جماهيرية.
- **القدرة على جذب انتباه المشاهدين:** يجد معظم المشاهدين متعة في مشاهدة التلفزيون وتحوز هذه الوسيلة على انتباههم بدرجة عالية أثناء المشاهدة، كما تحقق نسبة عالية التأثير، وقد يؤدي ذلك إلى وجود اهتمام لدى البعض بمشاهدة الإشهار وفهم محتوى رسالته، بصفة خاصة إذا تم تصميم الرسالة الإشهارية وتحريرها بطريقة مشوقة.
- **الموسيقى والأغنية الإشهارية:** تضيف الموسيقى المصاحبة للإشهار، نوعا من الارتياح العصبي والنفسي وتزيل عنه جفافة التعبير وتدخل بين طياته مرونة وليونة يشعر معها المشاهد بشيء من الرفق تدعوه إلى متابعة الإشهار حتى النهاية.

يقوم التلفزيون بإنتاج شريط إشهاري حسب رغبة الزبون، فينجز فيلما قصيرا يتراوح بين 30 ثانية إلى دقيقة أو أكثر، يقدم فيه الإعلان أو البضاعة وتتراوح قيمة الومضة الإشهارية بين 4 و6 ملايين حسب مدتها وزمن بثها، خاصة قبل أو بعد نشرة الأخبار. وعندنا في الجزائر كباقي دول

العالم، توجد مؤسسات سمعية بصرية خاصة تعمل على إنتاج الومضات الإشهارية والتي تقدمها للتلفزيون لبثها حسب اختيار الزبون وعلى الزبون أن يدفع مستحقات إنتاج الشريط الإشهاري، والذي يصل إلى عشرة ملايين أو أكثر إضافة إلى مستحقات البث، ويوجد في الجزائر شركة وطنية للإشهار، وهي شركة تابعة للقطاع العام لها وكالات منتشرة في كثير من ولايات الوطن، تقوم بجمع اللوحات الإشهارية والإعلانات، وتعتبر الشركة واسطة بين الزبون والجريدة أو التلفزيون وتقبض نسبة معينة مقابل خدماتها ولا تزال المجهودات تبدل لوضع قانون يتحكم في العملية الإشهارية في الجزائر (مجانى، 2018، ص ص 114-115).

## رابعاً- خصائص الصحافة

### التلفزيونية.

1-الخصائص التقنية للتلفزيون.

2-خصائص الصحافة التلفزيونية.

3-خصائص التحرير في الصحافة

### التلفزيونية.

4-شروط الصحافة التلفزيونية

### الناجحة.

5-سلبيات الصحافة التلفزيونية.

رابعا- **خصائص الصحافة التلفزيونية:** يمكن القول بقدر كبير من التبسيط أن الأساس التقني للتلفزيون يتمثل في تحول الصوت والصورة والحركة، أي تحويل الإشارات الضوئية إلى نبضات كهربائية مغناطسية معينة بواسطة تقنيات معينة، ثم يتم تحويل هذه النبضات إلى موجات كهرومغناطسية تبث في الفضاء وعبر جهاز خاص هو جهاز الإستقبال، تتم عملية إعادة هذه الموجات والنبضات إلى شكلها الأولي أي إلى صوت وصورة، وعن طريق عرض هذه الصورة بسرعة لقطه في الثانية تظهر هذه اللقطات المنفصلة وكأنها متصلة أي تظهر الحركة.

**1-الخصائص التقنية للتلفزيون:** يمتلك التلفزيون خصوصية تقنية متميزة، يمكن تحديد أهم سماتها على النحو التالي:

- يعتمد التلفزيون على قوانين الصوت والصورة والحركة، وذلك على اعتبار أن الخصوصية التقنية للتلفزيون تتمثل في مخاطبة حاستي الرؤية والسمع، والعمل على الإستفادة من مزايا كل من الذاكرتين البصرية والسمعية، لتقوية المادة التلفزيونية، وجعلها أكثر مقدرة على الوصول والتأثير.
- استفاد التلفزيون بسبب تقديمه للصوت والصورة والحركة، من تقنيات المسرح والسينما والإذاعة والتمثيل، أخذ التلفزيون عن السينما الشاشة وطريقة التعبير والحركة، وأخذ عن المسرح الحركة والحوار وتطور الحدث والتمثيل والأداء وقوانين الإنتاج المركب، وأخذ عن الإذاعة امكانيات الصوت البشري ومعرفة توظيفه كأداة تعبير فاعلة ومؤثرة، كما أخذ عن الإذاعة المقدرة على الإنتشار الواسع والوصول السريع إلى داخل البيوت.
- يقدم التلفزيون مواده في مكان يتمتع بقدر كبير من الخصوصية، وهو غالبا غرفة المعيشة في المنزل.
- يقدم التلفزيون مواده لجمهور خاص ومحدد، تشكل الأسرة الصغيرة خليته الأساسية.
- فعل مشاهدة التلفزيون يختلف عن فعل الاستماع والقراءة، إذ نادرا ما تكون المشاهدة فردية بمعنى أن مشاهدة التلفزيون تجربة مشتركة مع الآخرين.
- تتطلب مشاهدة التلفزيون قدرا كبيرا من التفرغ والتركيز، أقل ما تتطلبه القراءة وأكبر مما يتطلبه الاستماع.

• تتطلب عملية إيصال البث التلفزيوني إلى مسافات بعيدة وأجهزة ومعدات معقدة وغالية الثمن، الأمر الذي قد يتطلب استثمارات ضخمة، أكثر مما هو الحال في الصحافة والإذاعة (خضور، 2011، ص ص 67-68)

• يتفوق التلفزيون على وسائل الاتصال الأخرى بقدرته على ضم العناصر الثلاثية التالية:

أ. الصوت الإذاعي وما يمتاز به من نقاء وصفاء.

ب. حيوية العروض المسرحية.

ت. الإمكانيات التقنية والالكترونية المستخدمة في الفيلم السينمائي.

• تسيطر لغة الصورة على عيون البشر وعقولهم خاصة بعد انتشار القنوات الفضائية وأجهزة الاستقبال الأرضية والهوائيات المتطورة ودخول عصر الأقمار الصناعية.

• يميل التلفزيون إلى المعالجات ذات القالب الروائي أكثر من ميله إلى الأشكال التحليلية

خاصة في الأعمال الدرامية (السيد، 2005، ص ص 91-93).

**2- خصائص الصحافة التلفزيونية:** تمتلك الصحافة التلفزيونية العديد من الخصائص والسمات التي

تميزها عن غيرها من الأشكال الإعلامية الأخرى، ويمكن إيجازها فيما يلي:

• إن مركز الثقل الأساسي في المادة التلفزيونية هو الصورة، وإن القيم أو المعايير البصرية

هي مقياس الحكم الأساسي على المادة التلفزيونية، فالصورة التلفزيونية قوة فاعلة حقيقية

بسبب جاذبيتها وحيويتها ودرجة مصداقيتها، تعتمد الصحافة التلفزيونية على الصورة

المتحركة التي تنتقل للإنسان الحدث كما هو، وهذا الأمر يؤدي لتفاعل الإنسان المتلقي مع

الحدث مهما كان شكله، وصورة التلفزيون تتكون من مجموعة مرسومة من النقاط الضوئية

تظهر على الشاشة بواسطة شعاع الكتروني، وهي بذلك ليست كالصورة الفوتوغرافية الثابتة.

وهذه الحركة تؤدي للتغيير المستمر في المادة المعروضة على الشاشة، مما جعل من

صورة التلفزيون أداة فعالة وذات تأثير أقوى على المتلقي، وقد لاحظ علماء الاتصال أن

التلفزيون كوسيلة مرئية يساعد في تزويد الناس بكثير من المعلومات المرئية، كما يعمل

على جذب المشاهدين (عوض، 2018، ص 106).

• الكلمة هي عنصر التجسيد الثاني البالغ الأهمية في الصحافة التلفزيونية، وهي تلعب دور

تكميلي مع الصورة والصوت والحركة. إن أهمية وطبيعة الدور الذي تقوم به الكلمة في

المادة التلفزيونية يتوقف على نوعية المادة التلفزيونية وطبيعتها، ومدى تنوع القيم البصرية المتاحة وتوفرها، فغالبا ما تكون الكلمة في الكتابة التلفزيونية قادرة على توضيح ما عجزت الصورة عن توضيحه، حيث يتحدد دور الكلمة في توضيح وتحليل وتفسير ما تريد أن تقوله الصورة.

• الصحافة التلفزيونية الإبداعية الناجحة هي التي تعرف كيف تقيم علاقة تكاملية وتفاعلية بين الصورة والكلمة في المادة التلفزيونية، فيجب فهم العلاقة بين الكلمة والصورة باعتبارها علاقة تكاملية، فالكتابة التلفزيونية الناجحة تحرص على استخدام لغة تلفزيونية تسير على مبادئ الصورة والكلمة ومتطلبتهما من عناصر التجسيد الفني الأخرى السمعية البصرية. إن العلاقة بينهما في البرنامج التلفزيوني لها صلة كبيرة بمشكلات الفهم والتعبير، فليست كل فكرة أو مفهوم تحتاج إلى أن تبرز في صورة، وليست كل صورة بحاجة إلى استكمال أو توضيح، ولذلك لا تكرر الكلمة الصورة بل تكملها من أجل خلق موضوع سمعي بصري متكامل. وهذا يتطلب من الكاتب التلفزيوني المعرفة العميقة بطبيعة الصورة وإمكانياتها الاتصالية ومداخلها التأثيرية وتوجهها الأساسي إلى عواطف وانفعالات المشاهد كما يتطلب منه الإدراك العميق بطبيعة اللغة ومدركاتها الاتصالية واليات التأثير الخاصة بها، وكونها موجهة أساسا إلى عقل وذهن ومنطق المشاهد، كما يتطلب هذا مقدرة الكاتب على استخدام الصورة والكلمة المناسبين للتعبير عن المضمون المطلوب وتوجيه الرسالة المناسبة من أجل تحقيق الهدف المطلوب (خضور، 2011، ص ص 70-73).

• يمتلك التلفزيون بفضل سهولة تحريك الكاميرات وتعددتها وتنوعها إمكانية تقديم لقطات مختلفة للصورة الواحدة، مما يعطي المشاهد الفرصة لمشاهدة الحدث بصورة أفضل مما لو كان موجودا في مكان الحدث نفسه، كما أن إمكانية استخدام اللقطات الكبيرة Close UP والكبيرة جدا Close UP BIG قد أوجد ما يسمى بالتعبير الدرامي للصورة، وأصبح من الممكن أن نعبر بواسطة لقطة واحدة كبيرة عن الكثير من المعطيات، ونختزل العديد من صفحات الجرائد (السيد، 2005، ص 92).

• خصوصية الموضوعات المعالجة في الصحافة التلفزيونية تراعي خصوصية مكان تقديم المادة التلفزيونية وهو البيت وجمهورها هو أساسا الأسرة الصغيرة، حيث تركت هذه الحقيقة

الموضوعية اثارها البالغة على مجمل مراحل عملية الخلق والإبداع التلفزيونية اختيار المادة والموضوع وأسلوب المراجعة وطريقة التقديم، حيث اتبعت خصوصية البيت وطقوسه وعاداته وأخلاقياته باعتبار أن المشاهدة غالبا ما تكون جماعية، وهذا ما فرض على المادة التلفزيونية التلاؤم مع خصوصية المنزل ومتطلباته.

- جمهور التلفزيون جمهور ضخم ومتنوع وغير متجانس وفقا لمتغيرات عديدة وهو جمهور موحد في الزمن، بمعنى أنه يشاهد نفس المادة وفي نفس الوقت، ولكنه مبعثر في المكان كما أن جمهور التلفزيون ينجذب أساسا للمشاهدة بدافع التسلية والمتعة وهو ما جعل البرامج التلفزيونية في غالبها ترفيهية، وبالتالي فإن مشاهدته تميل إلى السلبية عنها للفعالية الايجابية، كما أنه ملون بطبيعته فقد يكون من السهل جذبته لكن من الصعب الاحتفاظ به. وقد أسهم عنصر اللون على الشاشات التلفزيونية في خلق راحة نفسية لدى المتلقين لأنه يجعل المادة المتلفزة أقرب إلى الواقع وتجيء الإضاءة لتضيف لهذا اللون بعدا آخر من الجمال والجاذبية (خضور، 2011، ص74).

- لعبت يد التطوير دورا هاما في تنقية البرامج التلفزيونية بالشكل الذي حبيها إلى المشاهد وقد تطور هذا النقاء بعد استخدام الألياف الضوئية والنظام الرقمي في الإرسال التلفزيوني ولم يكن النقاء في الصورة فحسب، وإنما تخطاها إلى الصوت الذي وصل إلى حد الصفاء الكامل في معظم محطات التلفزيون في العالم، وإذا قارناه بصوت الراديو فإننا نجد أن الفرق شاسع، حيث اعتمدت الإذاعات كثيرا على إرسال برامجها عبر الموجات القصيرة التي تمر عبر الآتموسفير و الأينوسفير وهي طبقات حساسة لأشعة الشمس، اما التلفزيون فلا شأن له بهذه الموجات مما قلل من نسبة الضوضاء في صوت المرسل عبر شاشاته.

- للصحافة التلفزيونية أسلوبها الخاص في الإخراج مما جعلها متفردة بين وسائل الاتصال الأخرى، وجعلها جاذبة للمشاهد، حيث ركزت في إخراجها على الكثير من الجماليات واستخدام الحيل التصويرية والمزج عن طريق الكروماكي Cromakee وغيرها من عناصر الإخراج، التي وفرتها مفاتيح الكنترول وامكانيات الكاميرات الحديثة، كما كان عنصر الألفة Intimacy قد ساعد في خلق حميمية من نوع متفرد بين المتصل والمشاهد في الإخراج التلفزيوني الذي استعان بعدد أصغر من الممثلين على عكس السينما، ولم تنسى الصحافة

التلفزيونية توظيف الإضاءة والديكور في الإخراج مما جعلها جاذبة لكل المشاهدين (عوض، 2018، ص 107).

- - الإنتاج التلفزيوني عملية مركبة ومعقدة، وهي بحاجة إلى امكانيات مادية وبشرية وفنية ضخمة ومتنوعة، نتج عن ذلك ارتفاع تكاليف إنتاج المادة التلفزيونية مقارنة بإنتاج المادتين الإذاعية والتلفزيونية.
- أعطت الخصوصية التقنية للتلفزيون امكانية التقديم الوثائقي والتسجيلي للأحداث والظواهر والتطورات، الأمر الذي جعل المادة التلفزيونية أكثر احياءا بالمصادقية، وبالتالي أكثر فاعلية وأكثر مقدرة على الوصول والتأثير.
- المادة التلفزيونية انتاج مركب ومعقد، يشترك في خلق مادة تلفزيونية واحدة فريق عمل يتألف من عدد من الاشخاص، يتوقف عددهم على طبيعة المادة التلفزيونية ونوعيتها ويتطلب نجاحها على المقدرة على العمل الإبداعي ضمن فريق واحد، والذي يتطلب وجود قائد للعمل (المحرر أو المنتج أو المعد في البرامج الإخبارية، والمخرج في المواد الدرامية والتسجيلية والوثائقية)، تتمثل مسؤولية هذا القائد في الرؤية الكاملة للعمل بمجمله، وفي توزيع المهام والمسؤوليات على أفراد الفريق، وفي الإحترام الشديد لخصوصية الإبداع في كل مجال من مجالات العمل التلفزيوني.
- البث الحي والمباشر فالتلفزيون يستطيع أن يقدم الحدث بسرعة عقب حدوثه بل أن يقدم الحدث لحظة حدوثه، أي أن يقدم الحدث وهو يحدث بمعنى أن يعيش الحدث أو الظاهرة وربما يشارك في صنعه فالصحافة التلفزيونية هي صحافة الحاضر والزمن الحي. وقد أعطت هذه الخاصية التي ترتبت على الخصوصية التكنولوجية للتلفزيون فاعلية جديدة للتلفزيون، جعلته يتمتع بقوة الحضور وتأثير غير مسبوق في وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى، وبالتالي صناعة الواقع كما تريده المؤسسة الاعلامية، وبالتالي فإن الكاميرا لاتشاهد إلا ما يريد لها الصحفي المصور والقائم بالاتصال وحارس البوابة المؤتمن على تنفيذ سياسة المحطة وتجسيد رؤيتها، وعليه نؤكد فهم المنظرين أمثال ريجيس دوبريه وجان بيام وجون كورنر أن التلفزيون لم يستغل مقدرته على التقديم الحي والمباشر للحدث بل يمارس أسوأ أنواع التضليل، مستفيدا من ايهام المشاهد انه يقدم له الحقيقة والواقع، وهذا ما

أسهم في جعل المادة التلفزيونية أكثر مقدرة على الإبهار(خضور، 2011، ص ص68-77).

**3- خصائص التحرير في الصحافة التلفزيونية:** هناك تشابه كبير بين الخبر الإذاعي والخبر التلفزيوني فالإذاعة قد سبقت الشاشة الصغيرة في تقديم الأخبار بحوالي عقدين من الزمن، واستطاعت أن تؤسس تقاليداً وممارساتها الصحفية وتطور لها أسلوباً مميزاً عن أسلوب الجريدة، وحين ظهر التلفزيون استفاد كثيراً من الفن الإذاعي الذي يشترك معه في مخاطبة الأذن، وهنا نستطيع القول أن الخبر التلفزيوني يعتمد كثيراً على قواعد كتابة الأخبار الإذاعية، مع الأخذ بالنظر وظيفية الصورة ومكانتها العظيمة في النشرة الإخبارية وإبراز قواعد كتابة الأخبار، كما أن الخبر التلفزيوني شأنه شأن الراديو لم يكتب لكي يمكن اختزاله من النهاية أو من أية نقطة أخرى، بل أنه وحدة متماسكة وبناء معلوم متجانس الأجزاء له مقدمة ومنتن إذا حذف يصبح لا معنى له، ووجود الصورة إلى جانب الكلام الموجز الذي يرافقها جعل كاتب الخبر التلفزيوني يتوخى الحذر، الإيجاز بأقصى درجاته، وهذا يعني على أنه على الكاتب التلفزيوني أن يدع الصورة تمثل نصف الحدث لجمهور المشاهدين، وهذا يعني أن خصائص الخبر الإذاعي نفسها هي خصائص الخبر التلفزيوني الذي كتب للمشاهدين وليس للمستمعين فقط، حيث تؤدي الصورة مهمة كبيرة في إيضاح الفكرة الأساسية للموضوع(البدراي، 2018، ص186)

وهناك العديد من الاعتبارات التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند التحرير في الصحافة التلفزيونية منها:

- تقصير الجمل والعبارات، فلا ينبغي على الصحفي أن يعتمد إلى الجمل الطويلة، ولا يعتمد كذلك إلى الجمل الاعتراضية، مما يسهل المهمة لفهم معناها الجمالي فالمستمع أو المشاهد لا يستطيع أن يقف على الكلام الطويل.
- تجنب الحشو اللفظي الذي يؤدي إلى التشويش والابتعاد عن الأسماء الموصولة وأسماء الإشارة، كما يجب تجنب استخدام كلمتين متناقضتين في النطق ومختلفين في المعنى في جملة واحدة.
- إدراك العلاقة الدلالية للألفاظ بما يؤدي الوظيفة وعدم اللبس في فهم المراد من قبل المستمع.

- استخدام الألفاظ المألوفة للمستمعين أو المشاهدين وتجنب الألفاظ المبهمة أو الغامضة.
- التطابق بين الكلمة المنطوقة والصورة المعروضة في التلفزيون فالمشاهد يميل للتصديق فالصورة تصادق على المنطوق وتعززه وتؤكداه.
- استخدام أسلوب التكرار، فليس في وسع المستمع أن يعود إلى مراجعة الكلام.
- يجب فقه الحقائق الصوتية للغة ومخزونها، مما يساعد المقدم على تحقيق الوضوح ويساعد في ذلك الاهتمام بعلامات الترقيم في كتابة النصوص قبل إلقاءها.
- كتابة الأرقام في التلفزيون بالأرقام والحروف معا لتجنب التشتت والخطأ عند النطق.
- استخدام الفعل المضارع والمبني للمعلوم.
- استخدام الأسلوب التقريري المباشر لتحقيق المطلب الإعلامي (أبو السعيد، 2014، ص 241-242)

#### 4- شروط الصحافة التلفزيونية الناجحة: لبلوغ الصحافة التلفزيونية هدفها في إقناع الجماهير والتأثير عليهم يجب: (عبد النبي، 2014، ص18)

- وضوح موضوع الرسالة ومناسبتها للمستقبل وعقليته وخبراته، مع ضرورة استخدام الوسائل التي تساعد على جذب الأنظار، وإيصال المعلومة ببسر وراحة.
- استغلال حب الإستطلاع لدى المستقبل باستخدام وسائل الإثارة والتشويق من خلال الموضوع، والإلمام بنفسية المستقبل ووقت ومكان ومحتويات البرنامج.
- يجب أن يكون موضوع الرسالة مثيرا لعواطف المستقبل، إما لأهميته له، أو يمس مصالحه ويشبع رغباته.
- تتميز الرسالة بطرح الحلول الموضوعية لمشاكله التي من خلالها سيصل للحل الناجح لما يعاني منه.
- مرونة الرسالة وتكييفها مع الموقف والظروف في سبيل إيصال أهدافها.

#### 5- سلبيات الصحافة التلفزيونية: لا شك أن لهذه الوسيلة عيوب وتأثيرات سلبية تبرز في البرامج المقدمة ومنها:

- التأثير الكبير على وقت المشاهد وخاصة الأطفال والشباب والفلاحين في المناطق الريفية عندما يمثلون أمامه بالساعات طوال خاصة وقت الليل، مما ينعكس على دراسة الأطفال وتحصيلهم العلمي وعلى قراءة الكتب الثقافية.
  - نظرا لكثرة القنوات الفضائية المحلية والعربية والأجنبية الخاصة والحكومية، فبدلا من تنوع برامجها وتنافس بعضها فيما يفيد المتلقي، وتوعيته واستنهاض همته في البناء والتغيير والتنمية، نجد أن برامجها ومضامينها مكررة وتافهة، مما يستدعي الملل والرتابة للمشاهد فيستعيض عن القنوات المحلية بالبحث الأجنبي مما يؤثر على ثقافته وفكره، ويساعد على الاغتراب الثقافي لدى الشباب وحتى الأطفال.
  - تعرض المشاهد لكمية من الإشعاعات المضرة بالجسم خاصة الأطفال لجلوسهم لساعات طويلة أمام الشاشة (الهلواني، نصر، 2004، ص 85).
- ويقسم الدكتور سليم عبد النبي سلبيات الصحافة التلفزيونية إلى: (عبد النبي، 2014، ص 30 ص32-)

#### ✓ الضرر العقائدي:

- نشر الدجل والسحر والعرافة والكهانة كما يعرض في الكثير من برامج الصغار والمسلسلات.
- وجود أفلام تهويدية وتصيرية، تدعو إلى تعظيم دين اليهود والنصارى وتشويه الإسلام.
- الإستهزاء بالإسلام في بعض التمثيليات مع الإيحاء بقدرة بعض الخلق على مضاهاة الله في الخلق والإحياء والأمانة وتدبير أمور الكون.
- كثرة المعاصي والمنكرات والناس يهونون الأمور ويتفرجون عليها، مما أدى ببعض إلى اعتقاد حلها وهذا أمر خطير.
- الطعن في بعض ما جاءت به الشريعة في بعض البرامج من أحكام كالحجاب وتعدد الزوجات وهذا كلها لإضافة التشويق وجلب أعلى نسب المشاهدة، ولا ننسى تضييع الصلوات بسبب تقديس المشاهدة عند البعض، وعدم احترام خصوصيات

المناسبات الدينية كرمضان مثلا وبرامج الرقص والغناء والإكثار منها في القنوات بداعي الترفيه.

#### ✓ الضرر الاجتماعي:

- إضاعة الوقت مما يسبب إشاعة الكسل وتعطيل الإنتاج وصرف الطلبة عن الدراسة.
- الدعوة الصريحة إلى الجرائم من عنف وقتل وسرقة وغيرها.
- نشر مالا يستحق من قدوة كالممثلين والمشاهير والراقصات، حيث أصبحت الصحافة التلفزيونية اليوم تمجد المشاهير، وهكذا يرسخ في ذهن الطفل أن الفنانين والممثلين أهم بكثير من العلماء.
- قطع العلاقات الأسرية وصلات الرحم حيث انشغل الناس بالترفح على ملا ينفعمهم ويقتل وقتهم، فأصبحوا يحدقون بالشاشة أكثر مما يتحدثون ويتناقشون.
- ظهور المشكلات بين الأزواج من جراء النظر المحرم.

#### ✓ الضرر الأخلاقي:

- اكتساب الشخصية الهزلية وانحسار الجدية بفعل أفلام الكوميديا التي ربت جيلا تافها.
- تعليم المشاهد من الغناء والخلاعة والعلاقات المحرمة وكل ما يجر إلى الرذيلة.
- تصوير الرذائل الخلقية كالكذب والخداع والرشوة على أنها بطولة وذكاء.

#### ✓ الضرر النفسي:

- يؤكد علماء النفس أن التلفاز يقوم بمهمة تربية سلبية جوهرها التخدير والانصراف عن الواقع إلى عالم خيالي مريض، كما يؤكدون أنه يربي على العنف، وينعكس ذلك على المشاهدين بإصابتهم بالخوف والعدوان.
- الترويج لعملية التربية الموازية والمعاكسة للتربية المطلوبة، فأبناؤنا يعيشون تناقضا رهيبا ما يدعوا إليه التلفاز وما يدعوا إليه الإسلام مما يجعلهم يصابون بالصراع النفسي وانفصام الشخصية.

#### ✓ الضرر التاريخي:

○ تحريف حقائق التاريخ مثل التقليل من شأن أبطال الإسلام، كما يمزجون القصة الحقيقية بأخرى خرافية.

✓ الضرر الصحي:

- الإضرار بالبصر، كثرة السهر، والجلوس طويلا بلا حركة يؤذي البدن.
- تسبب مشاهدة بعض التمثيليات في ارتفاع ضغط الدم، والتوتر العصبي وتسارع ضربات القلب.

## خامسا: الصحافة

### التلفزيونية المتخصصة.

1- تعريف القنوات التلفزيونية  
المتخصصة.

2- تعريف الحصص الخاصة.

3- أنواع القنوات التلفزيونية  
المتخصصة.

4- أنواع الصحافة التلفزيونية  
المتخصصة.

خامساً- الصحافة التلفزيونية المتخصصة: أدى انتشار القنوات التلفزيونية العامة إلى ظهور اهتمامات خاصة ومحددة لدى المشاهدين، فأصبحت هذه القنوات عاجزة عن جذب المشاهدين وإغرائهم، وأصبح إلزاماً على القائمين بالصحافة التلفزيونية الإستجابة لإشباع حاجات هؤلاء الجماهير من اهتماماتهم، ومن ثم كان لابد من بعث قنوات تلفزيونية "متخصصة" من حيث المحتوى وطبيعة الخطاب الإعلامي ووقفاً عند رغبات الجمهور.

1. تعريف القنوات التلفزيونية المتخصصة: هي تلك الوسائل السمعية البصرية التي تقدم نوعيات متخصصة من البرامج لفئات معينة من الجمهور مثل القنوات الإخبارية المتخصصة مثل قناة "النيل للأخبار، الجزيرة"، والقنوات الدينية المتخصصة مثل قناة "اقرأ والمجد"، وأخرى متخصصة للأطفال مثل "سبيس تون"، حيث استحدثت لتقابل القنوات الجامعة (الجماهيرية ذات الطابع الشمولي للمواضيع).

وهناك من يعرفها بالقنوات الموضوعاتية لتخصصها في موضوع واحد، وهي بذلك تخلت عن شمولية المضمون لتختص في برامج معينة أو تخاطب جمهور معين (LaKasly.com.22/02/2023).

وهناك من ينظر إليها باعتبار مقابلتها للقنوات الجامعة لأنها تتخلى عن شمولية المضمون والهدف لتهتم بمجال معين نتوجه من خلاله إلى جمهور معين، وهناك شكلين منها: الأولى تختص في الجمهور الذي تخاطبه وتستهدف شريحة معينة ومحددة من المتلقين، تقدم لهم مواد إعلامية متنوعة تلائم خصائصهم وسماتهم المشتركة، كتلك الموجهة للمرأة والأطفال، والثانية متخصصة في المضمون حيث تقدم مواضيع ذات نوعية وطبيعة واحدة موحدة، لكن تستهدف من خلالها عامة غير محددة كتلك المتخصصة بالأخبار والأفلام والموسيقى (العبد، 2006، ص137).

وقد كان للتطور التكنولوجي في البث الفضائي، والحراك التنافسي بين الدول في المجال الإعلامي دور كبير في ميلاد القنوات التلفزيونية المتخصصة العربية، حيث تأسست في جانفي 1922 BBC وفي جانفي 1980 ظهرت قناة CNN الأمريكية، التي تعد أول قناة إخبارية ببث إخباري متواصل لكل ساعات اليوم، أما في الشرق الأوسط فقد ظهرت قناة MBC2 الخاصة بالأفلام في 2003، وMBC3 (للأطفال) في 2004 وMBCAction (2007) MBC دراما

(2010) و MBC Bollywood للأفلام الهندية سنة (2013) وقنوات MBC prospor1,2,3,4.(2014).

كما ظهرت ضمن شبكة ART قنوات متخصصة أهمها ART الرياضية (1993)، اقرأ الدينية (1998). الجزيرة الإخبارية (1996)، وقنوات الرياضة Bien sport (2012)، والجزيرة للأطفال (2013)، كما ظهرت في مصر قنوات "النيل" المتخصصة، أما في المغرب العربي قناة القلم في تونس، وشدى الفنية في المغرب (2005)، وفي الجزائر نجد مثلا قناة TV5 للقران الكريم و canal Algérie الخاصة بالجالية الجزائرية، ومع مطلع 2011 ظهرت العشرات من القنوات الفضائية الخاصة منها الشاملة (برامج خاصة) ومنها المتخصصة في مجالات معينة (Laklasly.com 22/02/2023).

**2. مفهوم الحصص الخاصة:** هي تلك البرامج الي تبرمج في القنوات التلفزيونية الشاملة، والتي تركز على مواضيع جدية في مجال معين: سياسي، اقتصادي، ثقافي، اجتماعي...إلخ، تبتث لفترات محددة أسبوعيا، نصف شهريا، أو شهريا. وفي أوقات مناسبة وثابتة، ولها مدة محددة وجنيريك بداية ونهاية. وقد يشرف عليها صحفي واحد أو مجموعة من الصحفيين، وتعتبر من أكثر الحصص استقطابا للجماهير بفضل تركيزها على مواضيع محددة لإعطاء التفاصيل والشروحات حولها، وهو ما يعد مطلبا جوهريا في ظل تخصص الجماهير وتحديد أولوياتهم (مام، 2004، ص51).

**3. أنواع القنوات التلفزيونية المتخصصة:** إن الصحافة التلفزيونية المتخصصة تتمثل في مختلف القنوات والبرامج المتخصصة التي تقدم نوعية معينة من البرامج أو تستهدف جمهورا معيناً، وهي بذلك تنقسم إلى نوعين:

أ- **قنوات متخصصة في المضمون:** وهي تلك التي تقدم نوعية معينة من المواد والبرامج المتخصصة، تتوجه نحو جمهور عام مثل:

-القنوات الإخبارية: وهي القنوات المتخصصة في مجال الأخبار والحوارات.

-القنوات التثقيفية: خاصة بالبرامج الثقافية والوثائقية التراثية.

-القنوات الترفيهية: كقنوات الموسيقى، المسلسلات الدرامية، برامج الألعاب والمسابقات.

-قنوات الخدمات: في مجال الإعلان والتسويق.

-قنوات رياضية: تهتم بشؤون الرياضة في جميع الأنواع (العبد، 2006، ص78-95).

ب-قنوات متخصصة في الجمهور: وهي قنوات تستهدف الوصول إلى قطاع معين من الجمهور يتميز بخصائص وسمات مشتركة، وتقدم هذه القنوات مواداً متنوعة تلائم تلك الخصائص والسمات مثل قنوات الأطفال المتخصصة وقنوات المرأة أو القنوات المتخصصة لرجال الأعمال... إلخ (شطاح، 2006، ص71).

4. أنواع الصحافة التلفزيونية المتخصصة: هناك تقسيمات كثيرة ومتنوعة للصحافة التلفزيونية المتخصصة وسنبرز أهمها في:

4-1- الصحافة التلفزيونية الاقتصادية: تسعى الصحافة الاقتصادية إلى التخصص في المجال الاقتصادي وبكل حيثياته، حيث يشرح الحياة الاقتصادية بالإبلاغ عن بعض الأرقام والأسعار إلى الجماعات السوسيو مهنية، والمؤسسات والخواص، والتي على أساسها يبنى أصحاب المال والأعمال نشاطاتهم (Solamen,1992,p)

كما أنها تعرف بالنشاطات والفعاليات الاقتصادية والتنمية والطاقت المتاحة، كما تهدف إلى نشر ثقافة التنمية بعرض وتبسيط وشرح وتحليل وتفسير المضامين الاقتصادية في قوالب إعلامية مهنية جذابة نذكر منها شبكة بلومبيوغ التلفزيونية. التي انطلقت عام 1990، من نيويورك لتقديم أخباراً وتحليلات اقتصادية على مدار الساعة (ص12/02/2023/29.pedia.svuonline).

4-2- الصحافة التلفزيونية الرياضية: وهي قنوات تختص بكل ماله علاقة بالرياضة، كرة القدم، التنس، السلة، السياحة، المصارعة... إلخ حيث تهتم بنشر المباريات، وقواعد الألعاب والتعريف بالنجوم الرياضيين وتعمل على زيادة المهارات الرياضية لدى الأفراد، والتربية الثقافية الرياضية لديهم بنذب العنف في الملاعب مثلاً. وترقية أفكارهم الرياضية... إلخ، ونذكر على سبيل المثال القنوات التلفزيونية الرياضية مثل:

-بيان سبورت Bein sport.

-أوروسبورت euro sport.

-الحلبة: (قناة رياضية متخصصة في المصارعة).

-الكويت الرياضية Kuwait Sport.

-الهداف Tv الجزائرية (Haddaf Tv).

-الجزيرة الرياضية.(ص6/2023/02/29.pedia.svuonline).

كما توجد لدى معظم محطات التلفزيون برنامج رياضي للجمهور، يقدم في العادة مرة في الأسبوع حيث يمتد من نصف ساعة إلى ساعة، أهم مميزاته(بورغدة، سكيو، 2018، ص ص 25-26):

- يقدم حصيلة الأسبوع العام من المنافسات الرياضية المختلفة والمتنوعة حتى في طريقة العرض الصحفية، وكذا الصحفي الذي يقدم هذه الحصة واهتماماته.
- بنية البرنامج (كالأركان، أخبار رياضية سريعة وموجزة...).
- تعقد آلية وإدارة البرنامج (كاللقاءات لتحديد مضمون الحصة المقبلة، المخبرون المحررون والمصورون والفنيون والمخرج).
- يساهم في نشر الوعي بالثقافة الرياضية ارتباطا بالمجالات الحيوية الأخرى (سياسة، ثقافية)
- تحقيق التوازن في الحصة من خلال تحقيق المعادلة.
- تقديم برنامج.

#### 4-3- الصحافة التلفزيونية النسائية: والتي جاءت كنتيجة لتزايد أهمية دور المرأة في

المجتمع، ولاسيما بعد انتشار الحركات النسائية التي دعت إلى الدفاع عن حقوق المرأة كأهم زوجة وربة منزل وعاملة تؤدي رسالتها في المجتمع، وتشكل في شكل برامج وحصص تخص الطبخ، مثلا قناة سميرة Tv وقناة CBC Food، برنامج ولا أطيب على قناة الجديد منذ عام 2009. كما ظهرت قنوات تهتم بمواضيع الجمال، الأزياء الموضحة كقناة فتافيت Fatafite عام 2006 على النيل سات، وقناة الأزياء Fashion Tv 1997، كما أصبحت هذه القنوات تتناول قضايا تعود على المرأة والمجتمع بالنفع كموضوعات القيم، المبادئ، الأخلاق، التربية، المشكلات الأسرية، التعامل مع الأهل والأبناء... إلخ(ص-ص2-3/2023/02/29.pedia.svuonline).

#### 4-4- الصحافة التلفزيونية الإخبارية: تضم القنوات الإخبارية المتخصصة بتغطية

الأحداث بمختلف أشكالها. وكانت قناة CNN الأمريكية السبابة لدخول هذا التخصص سنة 1980. في حين ترجع معرفة الجمهور العربي بالقنوات الفضائية الإخبارية المتخصصة إلى 1996. حينما

بدأ البث الرسمي لقناة الجزيرة، ليتبعها بعد ذلك إطلاق قنوات إخبارية أخرى وصل عددها الآن إلى حوالي 26 قناة وفق إحصائيات اتحاد الإذاعات العربية.

وتهتم القنوات التلفزيونية الإخبارية بتزويد الجماهير بالمعارف والأخبار لحظة وقوعها، وأتاحت له رسائل إعلامية لم تكن متاحة من قبل، كما أصبحت المصدر الأساسي للمعرفة بالأحداث والقضايا، وتدعيم وتوثيق المعلومات للجمهور، إلى جانب مساعدته على إيجاد ارتباط بين الأحداث الحالية والسابقة، وهو ما يؤدي إلى تدعيم علاقة الفرد بالأحداث المختلفة، وبالتالي تدعيم هويته وتكريس مفهوم المواطنة لديه، وإحاطته علماً بالأنشطة السياسية القائمة في المجتمع وتدعيم مشاركته فيها، كما أنها تساعده على فهم ما يحدث في العالم الخارجي من أحداث ووقائع (بوجفوف، 2018، صص 68-69).

وقد انتشرت الفضائيات الإخبارية منها: الإخبارية السورية، العربية، BBC، Echorouk news. ويوجد أيضاً قنوات إخبارية عالمية (غالب تبث بأكثر من لغة: عربي، فرنسي، إنجليزي) أورو نيوز (Euro news)، CNN، BFN، France42.

**4-5- الصحافة التلفزيونية العلمية:** يلعب الإعلام العملي دوراً مهماً وامتيازاً واستراتيجياً في نشر الثقافة العلمية وتبسيط العلوم، فقد حققت الدول المتقدمة تقدماً ونهضة نتيجة اهتمامها بالعلوم ونشرها على نطاق واسع المستمر ما بين الحركة العلمية والجمهور غير المتخصص، حتى أصبح الحديث في الشأن العلمي يشمل مفردات المعيشة اليومية العامة، والصحافة التلفزيونية العلمية هي نوع إعلامي متخصص، موضوعي ودقيق لأنه يقدم المعلومة المتخصصة للناس، وهي مسألة تزيد من درجة الوعي والمعرفة، فهي مبنية على أسس علمية سليمة ومدروسة. (المشاقبة 2016، صص 12-13).

والصحافة التلفزيونية العلمية هي صحافة واسعة ومتخصصة في مجالات كثيرة، حيث تحتوي على **الصحافة التلفزيونية البيئية**، والتي تهتم بتقديم مضامين متخصصة بالبيئة لتشرح وتفسر دور الإنسان في التدهور البيئي، وشرح كيفية التصرف للحفاظ على البيئة ومواردها الطبيعية من التدهور، ونجد مثل قناة "بيئتي" ناشيونال جيوغرافيك (National geographic) (ص 14

([pedia.svuonline.29/02/2023/](http://pedia.svuonline.29/02/2023/))

أما النوع الثاني فهو **الصحافة التلفزيونية الصحية** وهي فن وعلم يروج لأنماط سلوكية صحية سليمة بهدف تخفيض الإصابة بالأمراض والأوبئة، أو تقديم إرشادات حول كيفية التعامل مع الحالات المرضية خصوصا في الأوبئة مثل: كورونا أو مواجهة مرض معد أو مزمن... إلخ. أما النوع الثالث فهو **الصحافة التلفزيونية الزراعية** التي تهتم بالقطاع الزراعي أو معني بمعالجة الأحداث والظواهر والتطورات الخاصة في الحياة الزراعية ومسيرتها (المشاقية، 2016، ص ص 88-101).

وما يلاحظ عن الصحفي العلمي أنه إما عالم في المجال أو صحفي كفاء يحمل الخلفية المناسبة التي تمكنه من تقديم وتبسيط الحقائق العملية للأفراد، وعموما فهو يتناول الموضوعات التالية: النانو تكنولوجي، الذكاء الصناعي، الواقع الافتراضي، العلاج الجيني، الخلايا الجذعية الاحتباس الحراري، التغيرات المناخية، البيولوجيات الصناعية... إلخ (المشاقية، 2016، ص 12).

#### 4-6- الصحافة التلفزيونية الموجهة للأطفال: بعد أن كانت برامج الأطفال في القنوات

التلفزيونية العامة المخصصة بزمن واحد، أصبحت القنوات المتخصصة للأطفال تبتث على مدار 24 ساعة، ما أدى إلى تطور المواد التلفزيونية المقدمة للأطفال من حيث الشكل والمضمون وتطورت من الرسوم المتحركة والأفلام والمسلسلات التمثيلية وبرامج مسابقات وبرامج ترفيهية متنوعة وأغاني خاصة بالأطفال وبرامج تعليمية... إلخ (ص 16/29/02/2023/pedia.svuonline).

وتشير بعض الإحصائيات إلى وجود أكثر من 50 قناة تلفزيونية للأطفال في أوروبا مقابل عدد ضئيل في العالم العربي، بعضها غريب بالكامل، وأخرى عبارة عن كرتون ياباني مدبلج، وثالثة منوعات سطحية، ورابعة ذات مهنية لكن مع غياب المضمون التربوي، وخامسة محافظة (مشفرة) لكنها متواضعة فنيا ومهنية، كل هذه البرامج تعمل على إكساب الأطفال أنماطا سلوكية اجتماعية لحثهم على التكيف الاجتماعي، كما تجعلهم يتعرفون على أشياء كثيرة بطرق مسلية ترفيهية تزيد قدراتهم الذهنية (الدليمي، 2012، ص ص 106-107)، ومن القنوات الموجهة للأطفال نذكر قناة طه، قناة طيور الجنة، سبيستون الكرتونية، قناة سمسم، كراميش... إلخ

## 4-7- الصحافة التلفزيونية الدينية: يوجد العديد من القنوات التلفزيونية الدينية، ونذكر

منها على سبيل المثال:

- قناة نور الشام.
- قناة الأزهر.
- الأنوار الفضائية.
- قناة اقرأ (ص4/02/2023/29.pedia.svuonline).

وتختص الصحافة التلفزيونية الدينية بتلاوة القران والحديث عن سيرة الرسول -عليه الصلاة والسلام- وهناك قنوات، غير إسلامية مثلا قناة المسيحية (Télé Lumière) ، فالقنوات الدينية لها دور كبير في التربية الدينية للأفراد والعمل على تقويم سلوكهم بالبحث على الطاعات وتجنب الشر والمنكر وفي الغالب يقدمها علماء دين وأئمة.

## 4-8- التلفزيون التعليمي: إن ما تجب الإشارة إليه في هذا الإطار هو أن استخدام

التلفزيون في المدرسة أو التلفزيون التعليمي تجربة عملت بها العديد من الدول عند نهاية الستينات، وكانت الإنطلاقة من بريطانيا حيث تعد تجربة الجامعة المفتوحة من أنجح التجارب في استخدام وسائل الإعلام الجماهيري في التعليم الرئيسي، وانتقلت التجربة إلى بلدان العالم الثالث ليستخدم التلفزيون في المدرسة كما الحال في السلفادور وساحل العاج، فقد شرعت هذه الأخيرة ابتداء من عام 1967 في جملة من التدابير ترمي إلى تحويل التعليم الابتدائي تدريجيا إلى تعليم يعتمد في عمليات التلقين والتدريس على وسيلة التلفزيون، وذلك عن طريق الدروس التعليمية على شاشات التلفزيون، وقيام المنشطين بعمليات الشرح والتفسير والتطبيق من خلال البرامج المعروضة على الشاشة (شطاح 2006، ص ص 56، 57).

وهناك محطات خاصة بالبرامج التعليمية مثل القنوات الفضائية المصرية التعليمية على النايل سات Nile sat ومحطة Unisef محطة المجد وغيرها ويهدف التلفزيون التعليمي إلى:

- تحسن مكونات العملية التعليمية وتجويدها.
- تعزيز مبدأ التعلم الذاتي واعتماد الطلاب على أنفسهم.
- تقديم برامج غير تقليدية لجميع المواد الدراسية والمراحل التعليمية.

- تقديم برامج إثرائية للمناهج، وموضوعات ثقافية عامة للمشاهد بن مع الاهتمام بالمفاهيم العلمية المعاصرة.

- تحقيق أهداف التعليم والتعلم للجميع والتعليم المستمر (شعلان، 2011، ص 113)، وفي الجزائر ومؤخرا تم التوجه إلى التلفزيونات التعليمية خصوصا بعد وباء كورونا أين تم فتح قنوات تعليمية تماشيا مع المناهج المدرسية مثل القناة التعليمية السادسة، وبالإضافة الى تخصيص بعض القنوات الخاصة والعمومية حصص خاصة بدروس تعليمية علمية متتبعة في ذلك المنهج التعليمي المدرسي في الجزائر.

#### 4-9-التلفزيون الاجتماعي: الصحافة التلفزيونية الاجتماعية هي نوع اجتماعي شعبي،

وهي نوع من الأعمال المكرسة للقضايا الحيوية وللأحداث الجارية في الحياة، والتي تلعب دورا هاما بتأثيرها على نشاط المؤسسات الاجتماعية لتكون وسيلة للتربية الاجتماعية وطريقة لتنظيم ونقل الأخبار الاجتماعية، وتوجد الصحافة الاجتماعية في أشكال مختلفة: لغوية (مكتوبة وشفهية) وجرافيكو-تصورية (الافئات والكاركاتور)، والصورة والفيديو الجرافيكية (السينما الوثائقية والتلفزيون الوثائقي) وعلى شكل الدراما المسرحية وغيرها، والعلامات الأساسية هنا هي حيوية الموضوع وسعة المعاني والقضايا المحددة والأحداث الجارية في العالم، ويرتبط نشوء الأقسام الإبداعية المختلفة التي تمارس الصحافة الاجتماعية التلفزيونية (الاستوديوهات السياسية، الاجتماعية والأدبية والعلمية التثقيفية إضافة إلى الروابط وهيئات التحرير) مباشرة بالوظائف الاجتماعية التي تنفذ من قبل الشاشة المنزلية، وبدرجة معاني هذه الوظائف وبالمهام السياسة والاجتماعية التي يفرضها الزمن ومتطلبات واحتياجات ومصالح الجمهور كله بمختلف الفئات السكانية والاجتماعية التي يتشكل منها(المرحمين المناصر، 2015، ص214).

#### 4-10-صحافة تلفزيونية متخصصة في الإعلانات (تجارية-خدمية): يجب على

الإعلامي أن يلم بفنون الدعاية والإعلان وأنشطة الترويج بالسلع والخدمات وأخبار السوق. نذكر على سبيل المثال: قنوات الإعلانات التجارية.

- القناة التلفزيونية الإعلانية "إكسبرس شوب" Xpress shop.
- قناة إي أس إن شوب (ASN shop).
- قناة أي ون شوب (AOne shop). (ص7/02/2023/29.pedia.svuonline)

**خاتمة:**

في الختام يمكن القول - بعد بحث وتقديم هذه المطبوعة - أن مجال البحث والتخصص في الصحافة الإذاعية والتلفزيونية كبير وواسع جدا، له خصوصياته التي تميزه على باقي الوسائل الإعلامية الأخرى. فقد تين لنا أن الصوت والصورة والحوار عوامل نجاح هذا الميدان في حال أتقنها الصحفي المقدم، الذي يشترط أن يكون محاورا جيدا وناجحا بأسلوب درامي كضمانه لتأثير كل برنامج ابتداء من الأخبار وانتهاء بأصعب جنس فني وثائقي.

ف للصحافة الإذاعية والتلفزيونية دور كبير في جذب المستمعين والمشاهدين وإيصال الحقائق بصدق وأمانة وإقناعهم بها، كما تصلهم بالواقع مباشرة وتؤثر في مشاعرهم وأحاسيسهم وتفكيرهم وبهذا الشكل تصبح الصحافة الإذاعية والتلفزيونية تجسيدا للفن التام والكامل لنقل الواقع كما هو فالصدق والعدل والحيوية والاقتصار والوضوح يمنح المواد الإعلامية قوة الكمال ومخزون لمعلومات كثيفة، تقدم خلال البث اليومي باستخدام تركيب لغوي وانتقائي وترتبيي مع أهمية الأسلوب الذي تنفذ فيه، مما يشبع حاجات الجمهور اليومية ويجعله أكثر تعلقا بها في خضم المتغيرات التكنولوجية الحاصلة.

## قائمة المصادر والمراجع:

## أولاً- المراجع باللغة العربية

## -الكتب:

- 1- أحمد العبد أبو السعيد (2014)، الكتابة لوسائل الإعلام(صحافة إذاعة، تلفزيون، ترجمة إعلامية)، ط1، اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن.
- 2- أحمد شاهين، صلاح محمد عبد الحميد (2014)، القصة الإخبارية في نشرات الأخبار الفضائية ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 3- إسراء عبد النور (2016)، صناعة الخبر الإذاعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- 4- أشرف فالح الزعبي، تحسين الشراذقة (2018)، مدخل في الإذاعة والتلفزيون، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن.
- 5- الدسوقي عبده ابراهيم (2018)، والتلفزيون والتنمية، دار الوفاء لندنيا الطباعة، القاهرة.
- 6- أمجد عبد الأمير، سلام حطاب أسعد (2022)، ط1، استراتيجية القائم بالاتصال في الإذاعات المحلية، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن.
- 7- أميرة الحسيني (2005)، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، ط1، دار النهضة العربية، عمان.
- 8- باديس مجاني واخرون (2021)، ط1، المرأة الصحفية في الإذاعات المحلية، دار ألفا للوثائق الجزائر.
- 9- بسام عبد الرحمان المشاقبة(2016)، ط1، الإعلام العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع. الأردن.
- 10- بشار سيد أشرف (2005)، البرامج الإخبارية في الإذاعات، مكتبة الجامع، الأردن.
- 11- جون كورن (2000)، التلفزيون والمجتمع، ترجمة أديب حضور، مؤسسة الهلال للنشر سوريا.
- 12- حامد عبد القادر الرحاب (2015)، ط1، فن التحرير الصحفي، دار أسامة للنشر والتوزيع عمان.
- 13- حمدي محمد الفاتح، عراضنة عبد القادر (2012)، ط1، انتاج نشرات الاخبارية التلفزيونية دار كنوز الحكمة، الجزائر.

- 14- خالد مجد الدين محمد (2005)، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، ط1، دار الأمين للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة.
- 15- رفعت عارف الضبع (2011)، الإذاعة النوعية وإنتاج البرامج الإذاعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 16- رياض معسعس (2013)، تقنيات الصحافة المسموعة والمرئية، دار نينوى للنشر والتوزيع دمشق.
- 17- زهرة بوجفجوف (2018)، صناعة الأخبار التلفزيونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- 18- سعد السيد، سامي الشريف (2005)، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، الدار المصرية اللبنانية القاهرة.
- 19- سعد سلمان المشهداني (2013)، ط1، تاريخ وسائل الإعلام في العراق -النشأة والتطور- دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- 20- سليم عبد النبي (2014)، الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- 21- سليمان صالح (2003)، الإعلام الدولي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 22- شعلان أحمد السيد، (2011)، ط1، التلفزيون التعليمي في عصر الأنفوميديا، دار الكتاب الحديث، القاهرة.
- 23- صالح محمد حميد (2012)، ط1، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن.
- 24- طارق سيد أحمد الخليفي (2008)، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية.
- 25- طالب عبد المجيد، أحمد حيدر علو (2015)، صناعة الأخبار في القنوات العربية المتخصصة، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن.
- 26- عاطف عدلي العبد (2006)، ط1، القنوات المتخصصة، أنواعها، جمهورها، بحوثها وأخلاقياتها، دار الإيمان للطباعة، القاهرة.
- 27- عامر أحمد عرفة (2003)، الأخبار والبرامج الإخبارية في الراديو والتلفزيون، مكتبة الأدب القاهرة.

- 28- عباس مصطفى صادق (2008)، الإعلام الجديد- المفاهيم والوسائل والتطبيقات-، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن.
- 29- عبد الباسط محمد الحطامي (2015)، مقدمة في الإذاعة والتلفزيون، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- 30- عبد الباسط محمد عبد الوهاب محمد (2005)، استخدامات تكنولوجيا الإتصال في الانتاج الإذاعي والتلفزيوني، المكتب الجامعي الحديث، اليمن.
- 31- عبد الجواد سعيد ربيع (2005)، فن الحبر الصحفي، دار الفجر للنشر والتوزيع، الأردن.
- 32- عبد الرزاق محمد الدليمي (2011)، ط1، المدخل إلى وسائل الإعلام والإتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن.
- 33- عبد الرزاق محمد الدليمي (2012)، ط1، وسائل الإعلام والطفل، دار الميسرة للنشر والتوزيع الأردن.
- 34- عبد الستار جواد (2010)، فن كتابة الأخبار، دار مجدولاي للنشر والتوزيع، عمان.
- 35- عبد العالي رزاق (2011)، الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر.
- 36- عبد العزيز بركات (2013)، المادة الإخبارية في الراديو والتلفزيون، الدار المصرية اللبنانية القاهرة.
- 37- عبير الرحباني (2012)، الإعلام الرقمي الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- 38- غسان عبد الوهاب الحسن (2013)، ط1، الصحافة التلفزيونية، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن.
- 39- فاضل البدراني (2015)، ط1، أسس التحرير الصحفي والتلفزيوني والإلكتروني، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة.
- 40- فؤاد أحمد الساري (2011)، ط1، وسائل الإعلام النشأة والتطور، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن.
- 41- فلاح كاظم المحنة (2001)، ط1، علم الاتصال بال الجماهير- الأفكار، النظريات، الأنماط- مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن.

- 42- كارول ريتش (2002)، ط1، كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، ترجمة عبد الستار جواد، دار الكتاب الجامعي، القاهرة.
- 43- كرم شلبي (2008)، الخبر الإذاعي، دار الهلال للطباعة والنشر، بيروت.
- 44- ليث بدر يوسف (2016)، ط1، التخطيط الإعلامي - الأسس النظرية والتطبيقية-، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة.
- 45- ماجي الحلواني، عصام نصر (2004)، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية البصرية، مركز القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة.
- 46- محسن جلوب الكناني، أحمد مهدي الدجيلي (2022)، نشرات الإخبارية في الفضائيات- الأجنداث والأطر- دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن.
- 47- محمد شطاح (2006)، قضايا الإعلام في زمن العولمة- بين التكنولوجيا والايديولوجيا-، دار الهدى، الجزائر.
- 48- محمد شطاح (2007)، دراسة عربية وأجنبية للإعلام التلفزيوني، نشرات الأخبار، دار الكتاب الحديث، الجزائر.
- 49- محمد مصالحة (2004)، دراسات في الإعلام العربي، مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي، العراق.
- 50- محمود حسن اسماعيل (2003)، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر
- 51- مراد ميلود (2022)، صناعة الأخبار واليات تحريرها في الإذاعة والتلفزيون، دار ألفا للنشر والتوزيع، الجزائر.
- 52- مصطفى يوسف كافي (2016)، الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، دار الحامد للنشر والتوزيع الأردن.
- 53- ميتشل ستيفن (2008)، ترجمة هشام عبد الله، ط1، البث الإذاعي، الأهلية للنشر والتوزيع بيروت.
- 54- ميخائيل ميكوف (2000)، ترجمة فؤاد الشيخ، المبادئ الأساسية في الصحافة الإذاعية، دار مشرق مغرب، سوريا.

- 55- هديل عوني حمود (2021)، إعداد وانتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دار المعتز للنشر والتوزيع، الأردن.
- 56- هشام كزوط (2021)، البرمجة التلفزيونية بالقنوات المغربية، دار امنة للنشر والتوزيع، عمان.
- 57- هناء السيد (2005)، ط1، الفضائيات وقادة الرأي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 58- ياسن فضل ياسن (2011)، الإعلام الرياضي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- 59- يعقوب طالب (2012)، تقنيات الإعلام، دار أفكار للنشر سوريا.

#### -الرسائل:

- 1- أمينة شريفي (2023)، واقع البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية، أطروحة دكتوراه في الإعلام والاتصال، جامعة باتنة، الجزائر.
- 2- بسمة فنور (2008)، الرسالة الاشهارية في ظل العولمة-دراسة تحليلية للرسالة الاشهارية في الفضائيات العربية، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة الجزائر.
- 3- بلقاسم مام (2004)، الإعلام الإقتصادي في التلفزيون الجزائري، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر.
- 4- فؤاد بداني (2016)، سوسيولوجيا القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع الاتصال، جامعة وهران، الجزائر.
- 5- لخضر طاهري (2012)، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الإجتماعية، رسالة ماجستير في علم اجتماع الاتصال، جامعة بسكرة، الجزائر.

#### البحوث والمقالات عبر الخط:

- 1- اسيا ابراهيم أحمد عبده (2015)، دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير إنتاج البرامج الاخبارية للراديو، متاحة على الرابط التالي: [REPOSITORY.SUSTECH.EDU/07.01.2023](http://REPOSITORY.SUSTECH.EDU/07.01.2023)
- 2- السعيد بومعيزة (2009)، الإذاعات المحلية من المعارضة الى المشاركة الديمقراطية، متاح على الرابط التالي: [http:// search.mandumah.com](http://search.mandumah.com):
- 3- فاطمة الزهراء قبيطة (2020)، الإذاعة المحلية من إذاعة المناجم إلى إذاعة الخدمة العامة، متاح على الرابط التالي: [http:// www.asjp.cerist.dz](http://www.asjp.cerist.dz):

4- نورة خيربي (2019)، محطات تاريخية في مسيرة الإذاعة الجزائرية ابان الاستقلال، متاح على

الرابط التالي: [http:// www.asjp.cerist.dz](http://www.asjp.cerist.dz)

5- هادي عبد الله العيثاوي(2018)، محاضرات في الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، متاح على

الرابط التالي: [http:// www.academia.edu](http://www.academia.edu)

6- [http:// pediasvuonline . org /22/02/2023](http://pediasvuonline.org/22/02/2023)

7- [lakhasly.com/29/02/2023](http://lakhasly.com/29/02/2023)

### ثانيا-المراجع باللغة الاجنبية:

1-Alex bossen (2006), digital camera use effects photos procedures, news paper journal, London.

2-Brandis pierre, lovey francois (2002), le dictionnaire de linformatique Microsoft, ed dunod, paris.

3-Coussins mark (2006), the story of film:a wordwide history, new York, thunders.

4-Gill branstan, roy Stafford (2003), the media students book, 4the edition rothedge, London, new York.

5-Lazar Judith (1991), sociologie de la communication de mass, armand colin, paris.

6-Mohamed dahmani (1983), loccidentalisation des pays du tiers monde, edit economica opu, Algerie.

7-Robert mcleish (1988), radio production, focal press, London.

8-Sean mc bride (1986), voix multiples un seul mode, unesco, paris.

9-robert solman(1992), information economique, edition hachette, paris.

10-Vallet filicien (2011), structuration automatique de talk showstelevisé, telecom paris tech, paris.