

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



مقياس الصحافة الإذاعية و التلفزيونية (وحدة أساسية، الرصيد 05، المعامل 02)

الأستاذ: شايب الدراع وليد

-**توصيف المقياس ومحتواه البيداغوجي:** يعتبر مقياس الصحافة الإذاعية والتلفزيونية مقياس ينتمي لوحدة التعليم الأساسي، كما أن الهدف من دراسة هذا المقياس هو إكساب الطالب مجموعة من المعارف المتعلقة بصحافة الإذاعة والتلفزيونية.

المحاضرة الأولى : الصحافة الإذاعية، المفهوم، النشأة، الخصائص.

مفهوم الإذاعة: يمكن تعريف الإذاعة بأنها الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو المواد إخبارية وثقافية و تعليمية وتجارية وغيرها من البرامج لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى أنحاء العالم. والأصل اللغوي لكلمة الإذاعة يعنى الإشاعة بمعنى النشر العام وذيوخ ما يقال، حتى أن العرب يصفون الرجل الذي لا يكتم السر بأنه رجل مذياع.

ويعرفها "فضيل دليو" كما يلي: الراديو الإذاعة المسموعة: ما يبيث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية، بإمكانها اجتياز حاجز الأمية الملازم للوسائل المطبوعة والحوازر الجغرافية، والسياسية، وربط مستمعيها المتباعدين برباط مباشر وسريع.

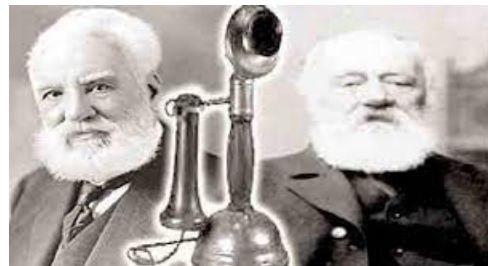
نشأة الإذاعة وتطورها:

أولاً- بداية الإذاعة المسموعة: يمكن تناول المراحل الأولى لنشأة الإذاعة المسموعة على الشكل التالي:

اعتمدت الإذاعة المسموعة على عدد من الابتكارات والاختراعات العلمية السابقة ومن أهم هذه الاختراعات.

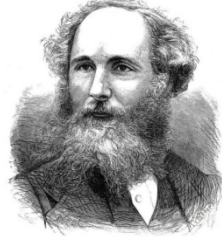
1-التلغراف: استطاع الأمريكي صمويل مورس اختراع التلغراف عام 1837، مما أتاح له نقل الرسائل على مسافة وذلك باستخدام السلك الملفوف حول نفسه.

2- الهاتف: يعتبر الايطالي موتيشي مخترع الهاتف، حيث بدأ انطونيو موتيشي في عرض اختراعه هذا عام 1860 في صحيفة محلية ناطقة باللغة الايطالية، وفي عام 1871 قدم طلباً مؤقتاً ومدفوعاً للحصول على براءة الاختراع لكن بسبب عدم حيازته على المال لتجديدها انتهت مدتها عام 1874 ومنحت براءة اختراع الهاتف بعد عامين 1876 إلى الأمريكي "غراهام بل" الذي كان يعمل في المختبر الذي وضع موتيشي معداته، وحاولت السلطات الأمريكية إلغاء شهادة الاختراع الممنوحة إلى بل في قضية تزوير لكن القضية أغلقت مع وفاة موتيشي عام 1879 بدون أن يتحدد من هو المخترع الحقيقي للهاتف.



- الايطالي أنطونيو موييتشي مخترع الهاتف.

3- **الكهرباء:** في أثناء عملية تطوير التلغراف والتلفون كان العلماء من أمثال فولتا وأمبير وفارادي وماكسويل وهيرتز يعملون بشكل متواصل لفهم الطبيعة الأساسية للكهرباء ، وقد توصل جيمس ماكسويل عام 1865 إلى نظريات تثبت وجود الكهرومغناطيسية وأن هذه الموجات يمكن أن تنتقل من خلال الهواء بسرعة الضوء .



-جيمس كلارك ماكسويل

4- **تجارب الإرسال من خلال الموجة القصيرة:** وأكمل العالم هنري هرتز عالم الطبيعة الألماني أبحاث الإذاعة وقام بإجراء تجارب على الموجة القصيرة بعد الاعتماد على أبحاث ماكسويل، وقام بإجراء عدد من التجارب على طرق إنتاج هذه الموجات واستطاع قياس طولها وسرعتها قياساً صحيحاً ، وكان من الرواد الذين كان لهم فضل اكتشاف الموجة القصيرة وذلك عام 1888، ويرى الكثيرون أن كل هذه المخترعات من تلغراف وهاتف وكهرباء كانت مقدمة صحيحة لظهور الإذاعة المسموعة / الراديو / التي تقدم كل هذه الخدمات وتحققها بأسهل الطرق وأقل التكاليف.



- العالم الألماني هنري هرتز

ثانيا- اختراع الإذاعة المسموعة: ويعود تاريخ اختراع الإذاعة المسموعة إلى أواخر التسعينات من القرن التاسع عشر حيث عرف ماركوني - الإيطالي الجنسية - وكان في العشرين من عمره الدراسات التجريبية للموجات، وفكر ماركوني أنه إذا أمكن زيادة مدى هذه الموجات لأبعد من مئات الأقدام القليلة التي تصل إليها بالوسائل العملية فإن هذه الإشارات يمكن أن تنتقل فيما يمكن وصفه بنوع جديد من التلغراف بدون أسلاك (6) واشترى ماركوني جهازاً وبدأ تجاربه بإرسال إشارات عبر حديقته ، ونجح في

تطوير الجهاز وتقويته ليصبح قادراً على إرسال الرسائل المسافة تصل إلى حوالي الميل، واستطاع ماركوني أن يطور من هذا الجهاز ويوسع مداه، وبهذا فإنه ختم في النهاية فصلاً من تاريخ العلم استغرق قرناً من الزمان لتلبية حاجة المجتمع البشري الوسيلة اتصال فورية عبر المسافات الطويلة.

ثالثاً - الاستخدامات الأولى للإذاعة: لفتت العروض التي قدمها ماركوني عام 1896 ونجاحه في إرسال الرسائل لاسلكياً انتباه المهتمين بشؤون البحرية وفي البداية استخدم الاتصال بالراديو في سنة 1901 بين الفنارات في الشاطئ الشمالي لأيرلندا لمعرفة السفن القادمة وسرعان ما استخدم الراديو في إرسال الرسائل للسفن وهي في البحر حتى تغير اتجاهها أو إشارات الاستغاثة في حالة حدوث كارثة بعيداً عن الشاطئ.



-غويلمو ماركوني وأمامه الجهاز الذي اخترعه (الراديو)

رابعاً - نقل الصوت البشري: عمل عدد من المخترعين والعلماء لتحقيق نقل الصوت البشري باللاسلكي، وفي عام 1906 سمع العاملون على متن السفن في المحيط الأطلنطي أول صوت بشري يتحدث إليهم فقد أعد رينالد فندن جهازاً يسمح بإذاعة إشارات وذلك في المحطة التي أقامها في ماساشوستس الأمريكية، وفي نفس العام تم اكتشاف العديد من المواد المعدنية قادرة على تلقي إرسال الراديو، وأمكن صناعة جهاز استقبال للراديو رخيص للغاية ويوسع أي شخص تقريباً أن يصنعه بأبسط المهارات.

خامساً - صناعة الإلكترونيات: وجاء العقد الأول من القرن الجديد بالعديد من التطورات والأفكار الجديدة وكان المخترع دي فورست قد توصل إلى إحداث ثورة في مجال المذياع حيث ابتكر الصمام المفرغ والذي يعد أساس صناعة الإلكترونيات عموماً وعامل هام في تقدمها وأطلق عليه أوديون. وهذا الصمام هو العنصر الأساسي في مكبر الصوت الإلكتروني الذي كان بوسعه تكبير وإذاعة واستقبال إشارات المذياع.



- الصمام المفرغ

سادساً : الإذاعة كخدمة منتظمة

وفي سنة 1920 قام الدكتور كونراد المهندس في شركة "وستنجهاوز" بتشغيل محطة مذياع تليفون للهواة مرتبطة بالاختبارات التي كان يجريها مصنع تلك الشركة، وقد اعتاد كونراد إذاعة الموسيقى المسجلة، ونتائج المباريات، وأثارت برامجه غير الرسمية اهتماماً شديداً مما دعا الصحافة إلى كتابة تقارير إخبارية عنها. يؤرخ لتاريخ الإذاعة في الولايات المتحدة كخدمة إذاعية اعتباراً من يوم 2 نوفمبر 1920م حيث قامت محطة KDKA في ولاية بتسبرج الأمريكية كأول محطة تجارية تحمل ترخيصاً بالإذاعة بافتتاح برامجها بإذاعة نتائج انتخابات الرئاسة الأمريكية، كما بدأت بالانتظام في إذاعة برامج رياضية وبرامج إخبارية، وكان الهدف هو تنشيط وتشجيع الاهتمام بالمحطة الجديدة وبالطبع لترويج مبيعات أجهزة الاستقبال أيضاً، وبحلول عام 1922 كانت شركات تصنيع أجهزة الاستقبال عاجزة تماماً عن تلبية الطلبات الواردة إليها، وتم بناء محطات إذاعية جديدة في أوقات قياسية.

سابعاً - نشأة الصحافة الإذاعية:

دخلت الصحافة بشكل فعلي الى الراديو في السنوات التي سبقت الحرب العالمية الثانية حيث قدم الراديو طريقه ممتازة يمكن من خلالها نقل المعلومات بسرعة للأفراد الموجودين على مسافات بعيدة، كان الأمريكي "دوارد مورو" الشخصية الأساسية في تحويل الراديو إلى منفذ الأفراد الحصول على معلومات صحفية، حيث في عام 1937 أرسلت "سي بي اس" الأمريكية مورو رفقه مجموعة من الصحفيين ليقدّموا تقارير عما يحدث في أوروبا من إرهابات الأحداث التي سبقت الحرب العالمية الثانية (صعود الفاشية والنازية) ثم جاءت الحرب لتؤكد بالفعل أهمية هذه الوسيلة حيث كان الفريق يقدم أخبار الحرب من لندن طوال فترة الحرب، ويمكن اعتبار هذه التغطية أول جهد صحفي منظم يستمد أساسيات العمل من الصحافة المكتوبة مما أدى إلى تحول الإذاعة لاحقاً إلى وسيلة إعلام جماهيرية لها شخصيتها المستقلة التي كونتها شيئاً فشيئاً.

خصائص الراديو كوسيلة إعلامية :

يمكن حصر أهم الخصائص التي يتسم بها الراديو كوسيلة إعلامية في ما يلي:

- 1- يتميز الراديو بما يقوم به من دور فعال في تحرير خيال المستمع وإطلاقه بلا قيود.
- 2- لا يحتاج سماع الراديو لجهد وعناء، كما هو الحال بالنسبة لقراءة الصحيفة أو مشاهدة التلفزيون.
- 3- يعتبر الراديو الوسيلة الوحيدة غير المرئية بين جميع وسائل الإعلام، لذا يطلق عليه أساتذة وخبراء الإعلام والاتصال الوسيلة العمياء "Blind Medium".
- 4- يتيح الراديو للمستمعين الأعمى الذين لا يقرأون ولا يكتبون فرصة الحصول على الثقافة والمعرفة والمتابعة للأحداث والأخبار والأنشطة التي تقع في داخل الوطن وفي الخارج
- 5- يعتبر الراديو فنا وجدانيا عاطفيا، وهي سمة تنبعت لها الحكومات في العديد من دول العالم الإثارة المشاعر الشعبية الجارفة، خاصة أثناء الأزمات والحروب، فتسعى لتعبئة الرأي العام بالأغنى الوطنية والأناشيد الحماسية والنشرات الإخبارية المتلاحقة والتعليقات السياسية الساخنة.
- 6- يستطيع المستمع القيام بأنشطة مختلفة أثناء سماعه للراديو.
- 7- الإذاعة ليست تقارير عن أشياء حدثت في الماضي وإنما تقدم الأحداث فور وقوعها.
- 8- لا يتطلب الاستماع إلى الراديو سوى استخدام حاسة السمع فقط، وبذلك ترتاح بقية الحواس الأداء دورها في وظائف أخرى.
- 9- الراديو صغير الحجم سهل الحمل يسهل نقله من مكان إلى آخر، ولا يشغل حيزا كبيرا مما يجعله يؤدي دوره بكفاءة عالية دون أي عناء للمستمع.

المحاضرة الثانية : الإذاعة: الأنواع، الوظائف

أنواع الإذاعات: تتعدد أنواع الإذاعات بحسب باختلاف معيار التصنيف.

(حسب المعيار الجغرافي

1-الإذاعة الدولية:

ويقصد بها تلك المحطات الإذاعية التي يتجاوز بثها حدود الدولة الواحدة، وهي بذلك موجهة للخارج قصد التأثير عليه، كما قد توجه للمغتربين من البلد الأم. وقد تطورت الإذاعة الدولية منذ العشرينيات من القرن الماضي، وكان الاتحاد السوفييتي السابق أول من استخدم هذا البث، ووظف الإذاعة الدولية في التوجيه السياسي الأجنبي والحرب النفسية، ثم تلتها ألمانيا هتلر عام 1933 وكان ذلك في اتجاه أمريكا الشمالية، وباللغتين الألمانية والإنجليزية، وأعقبها إيطاليا باللغة العربية في اتجاه شمال إفريقيا عام 1935.

2-الإذاعة الإقليمية:

الإذاعة الإقليمية إذاعة تخاطب جماهير مجتمعات تعيش داخل إقليم محدد طبقا للتقسيم الإداري للدولة، فقد يفصل بين هذا الإقليم والأقاليم الأخرى حاجز، أو أكثر من حواجز اللغة أو الدين أو الحواجز العرقية مثل الجنس واللون الحواجز الجغرافية كأن تفصل بين الإقليم والآخر سلسلة من الجبال أو الأنهار والبحيرات مما يجعل كل إقليم إقليما مستقلا. والإذاعة الإقليمية تبث برامجها من عاصمة الإقليم، وتقدم برامج وخدمات تهم أبناء الإقليم وبلغته أو لهجة أبنائه، كما يغطي إرسالها الإقليم بأسره، وفي نفس الوقت نجد بالضرورة في كل إقليم مجتمعات محلية متناصفة تجمعها المصالح الاستيطانية، ويمكن أن تنشأ بها إذاعات محلية صغيرة.

3- الإذاعة المركزية:

الإذاعة المركزية التي تبث برامجها من عاصمة الدولة فهي الإذاعة القومية الرسمية الناطقة باسم تلك الدولة، ولها من قوة البث ما يغطي الوطن كله، بل ويعبر صوتها حدود الدولة. وتخاطب الإذاعة المركزية أبناء الوطن جميعا، وهي الوسيلة المعترف بها للاتصال وهي تقدم ما يهم غالبية المواطنين، وهي تخدم جميع المواطنين بصفة عامة وتهتم في برامجها بالكليات دون التفاصيل، حيث أنها

تخاطب مستمعين تختلف اهتماماتهم ووظائفهم وثقافتهم وتقاليدهم وهي تجعل الاهتمامات المشتركة لكل هؤلاء هدفا لها، في كل ما تقدمه من برامج.

4-الإذاعة المحلية:

جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا، تبت برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا، محدود العدد، يعيش فوق أرض محدودة المساحة، يخاطب مجتمع متناسقا من الناحية الاقتصادية والناحية الثقافية والناحية الاجتماعية بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة، بالرغم من وجود الفروق الفردية التي توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد، فهي تتفاعل مع هذا المجتمع، تأخذ منه وتعطيه، وتقدم له الخدمات المختلفة.

الجمهور المستهدف لكل إذاعة محلية هم أفراد هذا المجتمع المحلي، كأن يكونوا سكان قرية واحدة، أو مجموعة قرى متقاربة متجانسة، أو مدينة صغيرة، أو مدن صغيرة متقاربة متجانسة، وقد تكون مدينة كبرى مثلما هو الحال مع إذاعات العواصم، كان ظهور هذا النوع من الإذاعات.

(حسب معيار التخصص:

1-إذاعات عامة: هي تلك الإذاعات التي تغطي مختلف القضايا عن طريق شبكة برمجية متنوعة لجمهور واسع وعريض.

2-إذاعات متخصصة: هي تلك الإذاعات السميعة التي تقدم نوعيات متخصصة من البرامج لفئات معينة من الجمهور.

تصنيف النظم الإذاعية في العالم:

بوجه عام، يوجد أربعة أساليب من ملكية وإدارة النظم الإذاعية حول العالم ظلت سائدة حتى ثمانينات القرن العشرين، ويمكن عرضها على النحو التالي:

- نمط الإشراف الحكومي:

وهو النمط السائد في معظم دول العالم، حيث يسود النظام السلطوي أو العسكري أو هيمنة الحزب الواحد، ولا يسمح هذا النظام بالملكية الخاصة للقنوات الإذاعية، ويسود هذا النظام في 91 دولة بنسبة 49%، ويتبنى هذا النظام معظم الدول النامية ودول أوروبا الشرقية، حيث تسيطر الحكومات بشكل شبه مطلق على وسائل الإعلام، وتتنظر إلى المحتوى الإعلامي باعتباره خدمة عامة تهدف إلى إقناع

ال جماهير بأفكار محددة مثل تفسير السياسات الحكومية، والترويج لأنشطتها وتحديد أولويات القضايا التي تهم المجتمع من المنظور الحكومي.

- نمط الهيئات العامة :

يوجد هذا النظام في 38 دولة بنسبة 21%، حيث يتم تأسيس هيئات إذاعية عامة تشارك الحكومات في السيطرة عليها بدرجات متفاوتة، وتعمل الخدمات الإذاعية كشبكات قومية، وبعض هذه الهيئات لا تحصل على تمويل حكومي مثل هيئة الإذاعة البريطانية BBC، وهيئة الإذاعة الكندية، وأستراليا، والسويد، وتستخدم دول أخرى هذا النمط في الملكية من خلال الحفاظ على استقلال مالي وإداري محدود من الحكومة، ولكنها لا تستغني تماما عن التمويل الحكومي.

- نمط الملكية الخاصة:

وينتشر هذا النمط في الولايات المتحدة الأمريكية، وبعض دول أمريكا اللاتينية، مثل المكسيك، وبيرو، ويستخدم هذا النظام في 36 دولة بنسبة 20% من دول العالم ويستمد هذا النمط الإذاعي تمويله من عائد الإعلانات التجارية.

- النمط المختلط:

يجمع هذا النظام الإذاعي بين نوعين على الأقل من أنماط الملكية السابقة، يسمح لنظام بوجود قنوات حكومية احتكارية إلى جانب القنوات التجارية الخاصة، يوجد هذا النظام في 19 دولة بنسبة 10% من دول العالم حتى أوائل الثمانينات من القرن العشرين ومن أبرز الدول التي تبنت هذا النمط اليابان والفلبين، وكوريا الجنوبية، وكندا وأستراليا. ومنذ أوائل الثمانينات من القرن العشرين بدأت معظم الدول الأوروبية، والعديد من الدول النامية تتبنى نمط الملكية المختلطة للإذاعات نتيجة زيادة استخدام، والألياف الضوئية، والاتصالات الرقمية، والاتصالات الفضائية، وعوامل المنافسة التي عجلت نحو خصخصة وسائل الاتصال الإلكترونية.

وظائف الإذاعة:

يمكن حصر وظائف وسائل الاتصال الجماهيرية المشتركة بما فيها الإذاعة المسموعة - فيما يلي:

أ - الوظيفة الإخبارية (الإعلامية)

إن الإعلام هو: التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير، ولروحها، وميولها واتجاهاتها، وفي نفس الوقت، فالإعلام تعبير موضوعي، وليس ذاتي من الجانب القائم بالاتصال الإعلامي، سواء كان تلفزيونيا، أو مشغلا بإحدى وسائل الإعلام، ولذا فإنه تعتبر الوظيفة الإخبارية من جمع وتخزين ومعالجة ونشر مختلف المعلومات أنباء معلومات، صور، آراء، وتعليقات (...)، من أهم وظائف الاتصال.

ب - وظيفة التربية والتعليم والإصلاح الاجتماعي

إذا كانت الوظيفة الإخبارية هي الوظيفة الأساسية لوسائل الاتصال، إذ بواسطتها نتمكن، في أحسن الحالات، من تجديد معلوماتنا تباعا، فإن هذه "الحاجة للاستعلام ليست بالضرورة نفعية فقط، بل هي أيضا تلبية لرغبة في المشاركة، واهتمام الجمهور بها، فوسائل الاتصال تعمل بحكم سعة وسرعة انتشارها على توفير رصيد مشترك من المعلومات يزيد من فاعلية نشاط جمهورها ومشاركتها الاجتماعية، وذلك تبعا لطبيعة القيم الاجتماعية أو المادة الاجتماعية" الموجهة إلى المرسل إليه.

ج - الوظيفة التنموية:

تكملة لهذا الدور - أي وظيفة التربية والتعليم والإصلاح الاجتماعي - تأتي وظيفة وسائل الاتصال التنموية في المجال الاقتصادي خاصة، ويتم ذلك أساسا من خلال الإعلانات والبرامج الإرشادية والتوعية، وكذا الوظيفة التسويقية، وعليه تعتمد جميع الدول خاصة منها المتخلفة اقتصاديا، إلى تطوير نظمها الخاصة بالاتصال، ووضع استراتيجيات محددة لها للتحكم في اقتصادها وتنميتها، فقد أصبح الاتصال عنصرا تنمويا، بل قوة اقتصادية في حد ذاته، عندما تحول إلى قطاع منتج تتوقف عليه قطاعات تنموية أخرى.

د-وظيفة الإمتاع والترفيه :

لوسائل الاتصال الجماهيرية وظيفة أخرى لا تقل أهمية عن سابقاتها، ألا وهي: وظيفة الترفيه والإمتاع، وفي هذا يقول محمود فهمي: تهدف نسبة كبيرة من وسائل الإعلام إلى تسلية الناس وإيناسهم. فوظيفة " الترفيه والإمتاع " تشارك الوظائف الأخرى في غايتها ... فهي وظيفة تثقيفية وتعليمية وتنموية، ولكن في قالب طريف، مستتر وغير مباشر، تستغل فيها ساعات "الفراغ".

يؤكد "هارولد مندلسون H. Mendelsohn" في دراسة لمستمعي الراديو" في مدينة نيويورك عام 1961، أن هناك وظائف عديدة تجاوزت وظيفتي الإعلام والترفيه اللتين يحققهما الراديو، ومن أهم هذه الوظائف التي كشفت عنها هذه الدراسة ما يلي:

✓ الوظيفة الإعلامية.

✓ الوظيفة المزاجية.

✓ وظيفة الاسترخاء، والتحرر النفسي.

✓ وظيفة المرافقة.

✓ وظيفة التفاعل الاجتماعي.

المحاضرة 03: الإذاعة في سياقها التاريخي

مقدمة: نهدف من خلال هذه المحاضرة إلى تقديم صورة معبرة عن الإذاعة في سياقها التاريخي الذي كانت تشكل فيه وسيلة الإعلام الجماهيرية الأولى في العالم، وهذا من خلال عرض مجموعة نماذج لإذاعات كبرى كان لها دور كبير في صناعة و تغيير أحداث كبرى في التاريخ الحديث خصوصا في فترة الحرب العالمية الثانية وما سبقها من إرهابات وحملات دعائية ثم فترة ما بعد الحرب التي شهدت ميلاد عالم جديد بقطبين (الولايات المتحدة، الاتحاد السوفيتي)

تعتبر الإذاعة من أهم وسائل الإعلام فهي تلاحق الإنسان أينما كان، فالإنسان إذن مهما بلغت ثقافته لا بد أن يتأثر في بعض من أرائه بجزء من المعلومات المنقولة لديه عن طريق الإذاعة،.... ولا يبالغ "لازار سفيلد" حين يقول: «أن قدرة الراديو لا يمكن أن تقارن إلا بقدرة القنبلة الذرية ... ذلك أنه ينظر إلى هذه الوسيلة الجماهيرية من حيث ما تتطوي عليه من سلاح ذي حدين: الخير والشر، فيذهب إلى أنه في غياب الرقابة الكاملة، يحتمل أن يبرز الحد الشرير لهذا السلاح أكثر مما يحتمل استخدام حده الخير».

وقد أشارنا في درس سابق الى أن الصحافة الإذاعية تعتبر فنا وجدانيا عاطفيا، وهي سمة تنبعت لها الحكومات في العديد من دول العالم الإثارة المشاعر الشعبية الجارفة، خاصة أثناء الأزمات والحروب، فتسعى لتعبئة الرأي العام بالأغنى الوطنية والأناشيد الحماسية والنشرات الإخبارية المتلاحقة والتعليقات السياسية الساخنة.

إن الراديو أسرع وسائل الاتصال الجماهيري مقارنة بالصحف، ولذلك تتفرد بالسبق، وأولوية النشر، والأثر الأول للخبر أو الرأي لا يحى بسهولة ويصعب معارضته، كما يقول "جوبلز" أن من يقول الكلمة الأولى على حق دائما، ولذلك تصلح الإذاعة المسموعة كوسيلة هجومية بالدرجة الأولى.

خلال الحرب العالمية الثانية، لعبت الإذاعة دوراً مهماً في توصيل الأخبار والمعلومات إلى الجماهير في جميع أنحاء العالم. كانت الإذاعة وسيلة مهمة للاتصال والتأثير على الرأي العام وتوجيه المواقف السياسية والعسكرية. وكانت الإذاعة السلبية إحدى الوسائل الرئيسية التي استخدمتها الدولة في الحرب العالمية الثانية، حيث استخدمتها الدول المشاركة في الصراع، خصوصا ألمانيا النازية وإيطاليا الفاشية من جهة والحلفاء من جهة أخرى خصوصا بريطانيا، استعملتها لبث البرامج والخطب الداعمة لأهدافها وتحالفاتها العسكرية، وأحيانا برامج إعلانية لرفع الروح المعنوية للجنود والمواطنين. كما استخدمت الدول الإذاعة كوسيلة لترويج البرامج الإعلامية التي تعزز قيمها الوطنية وتزيد من الولاء الوطني والشعور بالانتماء. كما استخدمت الدول الإذاعة أيضاً كأداة لنشر الدعاية، سواء للترويج لقضيتها

السياسية أو لتشويه صورة العدو وبوجه عام، عكست الإذاعة خلال الحرب العالمية الثانية جوانب عديدة من الصراع، بدءاً من نقل التحليلات السياسية والإستراتيجية، مروراً بالإعلان عن الانتصارات والهزائم، وحتى بث الأغاني والموسيقى لرفع الروح المعنوية وتشجيع مشاركة الجمهور في المجهود الحربي.

استخدمت أطراف النزاع الإذاعة لنقل الرسائل والترويج لأفكارها والتشجيع على المشاركة في المجهود الحربي من خلال عدة وسائل نذكر منها:

- بث الخطب والنداءات: استخدمت الدول الإذاعة لبث الخطب والنداءات من القادة السياسيين والعسكريين، للتأكيد على الصراع والأهمية الوطنية للدفاع عن الوطن.
- نشر الأخبار الملونة: لتعزيز الاهتمام العام والروح المعنوية، تم تلوين الأخبار وتضخيمها لصالح المجهود الحربي.
- الترويج للانتصارات والإنجازات: تم بث أخبار إيجابية عن الانتصارات العسكرية والإنجازات الوطنية لرفع الروح المعنوية للعسكريين والمدنيين.
- تشويه صورة العدو: استخدمت الدولة الإذاعة لنشر الدعاية التي تسيء إلى صورة العدو وتسلط الضوء على الجرائم التي ارتكبتها العدو، وذلك لزيادة الدعم الشعبي للقتال ضد العدو.
- بث البرامج الوطنية: استخدمت الإذاعة لبث البرامج التي تعزز الهوية الوطنية وتشجع على التضحية من أجل الوطن والمجتمع.

باستخدام هذه الاستراتيجيات، تمكنت الدول المشاركة في الحرب العالمية الثانية من توجيه وتشجيع جماهيرها على دعم المجهود الحربي والبقاء على قيد الحياة، حتى في مواجهة الصعوبات العسكرية والاقتصادية التي فرضتها الحرب.

الإذاعة الدولية الموجهة في العالم العربي:

منذ أوائل ثلاثينيات القرن العشرين، أصبح العالم العربي هدفاً للبث الإذاعي الخارجي القادم من الدول الغربية والشيوعية وحتى دول العالم الثالث. على الرغم من كثرة الإذاعات الموجهة للعالم العربي إلا أن عدداً قليلاً فقط من تلك المحطات الإذاعية يتم الاستماع إليها على نطاق واسع، ومن أبرز هذه الخدمات خدمة بي بي سي العربية التي اكتسبت ولاء الملايين من المستمعين في العالم العربي على مدار أكثر من 70 عاماً الماضية.

ومن الإذاعات التي اكتسبت شعبية خاصة في العالم العربي في النصف الأول من القرن الماضي نذكر مثلاً، إذاعة "راديو باري" الفاشية وإذاعة "برلين العربية" النازية إضافة إلى "راديو موسكو" بالعربية،

كلها إذاعات تم توجيهها للتأثير في المتلقي العربي، سنحاول من خلال هذا العرض الحديث عن هذه الإذاعات بشكل مختصر.

إذاعة باري الفاشية:

في خطاب ألقاه أمام جمعية الحزب الفاشي في روما في 18 مارس 1934، أكد موسوليني على الاهتمام الإيطالي بالشرق الأوسط. وأعلن أنه من بين جميع القوى الغربية الكبرى في أوروبا فإن أقرب القوى إلى أفريقيا وآسيا هي إيطاليا. بضع ساعات عن طريق البحر، وساعات أقل عن طريق الجو، تكفي لربط إيطاليا بإفريقيا وآسيا... إنها ليست مسألة فتوحات إقليمية... بل هي مسألة توسع طبيعي ينبغي أن يؤدي إلى التعاون بين إيطاليا والأمم المجاورة في الشرق الأدنى والأوسط. "وفقاً لهذه الأفكار، جرت محاولة في عام 1934 لزيادة النفوذ الإيطالي في العالم العربي من خلال جولات المحاضرات. والإعانات المالية للمنظمات القومية وتوسيع طرق الشحن الإيطالية في البحر الأبيض المتوسط. في مارس 1934 باري بدأت الإذاعة ببث برنامج للموسيقى الشرقية والأخبار باللغة العربية، ثم أعيد بث برامجها على الموجة المتوسطة بعد ذلك على الموجة القصيرة من روما لتصل إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور، لذلك لم يكن الإيطاليون يخدمون إمبراطوريتهم فقط. في ليبيا ولكن أيضاً في مناطق النفوذ البريطاني والفرنسي في المغرب وتونس ومصر وفلسطين ومنطقة البحر الأحمر.

وكانت الإذاعة وسيلة مثالية لنشر الدعاية في منطقة ترتفع فيها معدلات الأمية مثل الشرق الأوسط. على الرغم من قلة عدد الأشخاص الذين يمكنهم القراءة، إلا أن استخدام الراديو كان منتشرًا وكان هناك أكثر من 10 آلاف جهاز في فلسطين وحدها بحلول عام 1935. وقد ساعد الإيطاليون في هذه العملية من خلال توفير الراديو. بأسعار رخيصة. وكانت أجهزة الراديو تحظى بشعبية خاصة لدى أصحاب المقاهي العربية الذين قاموا بتركيب أجهزة الراديو لتسلية الزبائن. وأشار تقرير بريطاني من فلسطين في تشرين الثاني/نوفمبر 1935 إلى أن "الأخبار المذاعة أصبحت ذات شعبية متزايدة في المقاهي العربية". ويأتي القرويون بانتظام خلال المساء إلى يافا للاستماع إليهم بهذه الوسيلة. نشرة اخبارية عربية. ولذلك، كان من الممكن أن يصل إلى جمهور أوسع من الصحيفة، خاصة إذا مصحوبة ببرنامج موسيقي شرقي. مزيج باري من سرعان ما اكتسبت الدعاية والترفيه للمحطة أتباعاً في الشرق الأوسط.

لقد ارتكب الإيطاليون في البداية أخطاءً في تشغيل خدمتهم العربية. وكان المذيعون من الليبيين الذين يميلون إلى استخدام اللغة العربية الفصحى في مخاطبة مستمعيهم. وأشار تقرير بريطاني صدر عام 1937 إلى أن هذا كان مُعرضاً للنقد باعتباره متحذلقاً... وأثار سخرية المستمعين". وتم تصحيح هذا الفشل لاحقاً من خلال توظيف مصريين أو فلسطينيين يمكنهم جعل أنفسهم مفهومين بوضوح لجمهور عربي أوسع. ومع ذلك، في مجال الترفيه، وضعت باري معايير عالية، حيث وظفت مطربين عرب مشهورين لجذب الجمهور لدعايتها. ظلت لهجة البث الإيطالي غير ضارة نسبياً من وجهة النظر البريطانية حتى اندلاع الأزمة الحبشية في سبتمبر 1935 وما تلاها من فرض العقوبات على إيطاليا. حتى تلك اللحظة، كان الإيطاليون، الذين اتبعوا سياسة جبهة ستريسا، حريصين على تجنب المشاكل مع بريطانيا، ووفقاً لتشيانو، فقد طردوا مذيعهم العربي الأصلي من باري لأنه أدخل مواد معادية لبريطانيا في برامجه الإذاعية.

تغيرت لهجة البث الإيطالي بشكل كبير في سبتمبر 1935. تخلى باري عن الدعاية الثقافية لصالح هجوم صريح على السياسة البريطانية مفصلاً بأكثر العبارات تطرفاً. كان الهدف من مثل هذه الهجمات العنيفة هو إثارة القومية العربية وخلق مشاكل لبريطانيا في الشرق الأوسط على افتراض أنه إذا كانت القوات البريطانية مقيدة بواجبات أمنية فلن تكون متاحة للاستخدام ضد إيطاليا. تركزت جهود الدعاية الإيطالية على مصر وفلسطين، حيث كانت بريطانيا معرضة للخطر بشكل خاص في هاتين المنطقتين. كان كلا البلدين مركزين حيويين للاتصالات الإمبراطورية، وفي كلا المكانين كانت الجماعات القومية مستاءة من الهيمنة البريطانية.

لكن الأمر الأكثر خطورة هو التحريض المباشر على التمرد الوارد في برامج باري الإخبارية. لم يقتصر الأسلوب الإيطالي على ذكر الحقائق الأساسية حول الأحداث في مصر وفلسطين فحسب، بل كان يتمثل في إساءة تفسير الحقائق ومرافقة مثل هذه "الأخبار" من خلال التشجيع الصارخ للعنف ضد البريطانيين. وفي سبتمبر/أيلول 1935، انتقدت إحدى البرامج الإذاعية المعتادة لفلسطين بريطانيا لقمعها المسلمين، وتمنت للعرب بالاستقلال قريباً جداً.

كانت باري مشهورة لأنها كانت معادية لبريطانيا وليس لأنها كانت مؤيدة لإيطاليا. وهذا ما أكسب المحطة جمهوراً في أماكن مثل فلسطين حيث كان يُنظر إلى بريطانيا على أنها العدو الرئيسي. 29. لاحظت المفوضية العليا في 12 نوفمبر 1935 ببعض الانزعاج الجمهور الكبير الذي استحوذت عليه المحطة الإيطالية وقالت: "ليس هناك شك في أن بث باري يتمتع بدعاية واسعة النطاق"، حتى أكتوبر

1935، لم تكن بريطانيا تأخذ جهود الدعاية الإيطالية في الشرق الأوسط على محمل الجد. تم استقبال تكثيف الجهود الإيطالية في العالم الإسلامي وخطاب موسوليني في 18 مارس 1934 بهدوء في لندن.

إذاعة BBC العربية:

تم إطلاق إذاعة BBC العربية في جانفي 1938 كرد فعل على البث العدائي من إذاعة "باري الإيطالية" ولمواجهة الإذاعة الألمانية "برلين العربية" لاحقا وعلى مدار السنوات الماضية، تطورت الخدمة لتصبح عملية إذاعية كاملة. يمكن تقسيم مخرجات برامج "BBC عربي" إلى ثلاث فئات: الأخبار والبرامج الموضوعية والمحادثات الثقافية والدراما والموسيقى عبر الراديو.

إن حياد هيئة الإذاعة البريطانية الذي تمليه قواعد المؤسسة ويتم اعتماده مهنيا وتنظيميا، حيث تتمتع خدمة BBC العربية بالاستقلالية التحريرية الممنوحة لها بموجب ميثاق المؤسسة والترخيص الذي منح لها، وبموجب شروط الترخيص " لا يجوز لهيئة الإذاعة البريطانية كتابة افتتاحيات أو التعبير عن وجهة نظر خاصة بها بشأن أي مسألة تثير الجدل العام أو السياسة العامة".

تاريخيا تم تعزيز حياد BBC العربي من خلال سلسلة من الإجراءات التي تتعلق بالمؤسسة، خصوصا بعد إطلاق خدماتها العالمية، عندما بدأت مسألة البث باللغة الأجنبية في عام 1937، تم وضع حياد وتوازن هيئة الإذاعة البريطانية على المحك. حيث طالبت وزارة الخارجية البريطانية، من الإذاعة بتكييف برامج BBC الأجنبية لتتناسب المصالح البريطانية في المناطق المستهدفة، أصر القائمون على المؤسسة على أنه إذا تم إطلاق عمليات الإرسال الأجنبية من بريطانيا، ينبغي أن يتم ذلك من خلال هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) وبشروطها. وهو ما خلق أزمة انتهت بالتوصل إلى اتفاق شرفي مع وزارة الخارجية والتي بموجبه أصبح لها مساهمة في برامج هذه الأخيرة.

ونشير إلى أن إذاعة BBC العربية اكتسبت شعبية جماهيرية جارفة في المنطقة العربية، و إذا حاولنا تقديم شرح شامل لشعبية هيئة الإذاعة البريطانية وتأثيرها على وسائل الاتصال الجماهيري في العالم العربي، يمكن إرجاع هذه الشعبية إلى عوامل الستة التالية، التي يفترض أنها تكمن وراء ارتباط المستمعين بخدمة بي بي سي العربية:

- (1) لقد جعل إنتاج هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) برنامج متنوع مصدراً مهماً للأخبار والتعليم والترفيه.
- (2) حولت الأولوية التاريخية لهذه الإذاعة الاستماع إلى المحطة إلى عادة مصاحبة للإنسان العربي.
- (3) سهولة استقبال بث BBC العربية جعلت هذه الخدمة في متناول المستمعين العرب.
- (4) طول خدمات البث اليومية لهيئة الإذاعة البريطانية (تسع ساعات يوميا) يجعلها أكثر ملائمة لتلقيها من الخدمات العربية لمعظم محطات البث الدولية الأخرى.

5) المنافسة الضعيفة من محطات البث الدولية الأخرى أو حتى الوطنية قد دفعت العديد من المستمعين إلى التوجه إلى BBC العربية.

7) أغلب الجمهور العربي كان يعيش في بيئة إعلامية يقع البث فيها تحت السيطرة الحكومية المباشرة، ويعمل بشكل أساسي بمثابة بوق للمواقف والسياسات الرسمية، وهو ما زاد حاجة هذا الجمهور الى وسائل اعلام تقدم وجهة نظر أخرى.

إذاعة برلين العربية:

خلال الحرب العالمية الثانية، بذل النظام النازي جهوداً مكثفة لجذب العرب والمسلمين في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وقد فعلت ذلك من خلال تقديم النظام النازي باعتباره بطل مناهض للإمبريالية البريطانية، وكذلك من خلال عملية انتقاء لتقاليد الإسلام بطرق تشير إلى توافقها مع أيديولوجية الاشتراكية الوطنية التي يتبناها النظام النازي. و قد اعتمدت أساس على الموجات الإذاعية القصيرة وفي المطبوعات الموزعة بالملايين، قفزت الدعاية باللغة العربية في ألمانيا النازية عبر الحواجز التي يبدو أنها لا يمكن التغلب عليها والتي خلقتها أيديولوجيتها الخاصة بالتفوق العنصري الآري. ومن خريف عام 1939 إلى مارس 1945، كان النظام النازي يبث برامج عربية على الموجات القصيرة إلى الشرق الأوسط وشمال أفريقيا سبعة أيام وليالٍ في الأسبوع.

سعت القيادة النازية إلى إيجاد طرق لكسر روابط الخصوصية القومية وحتى عقيدة العرق الآري الرئيسي من أجل جذب العرب والمسلمين، مستخدمة المنفيين العرب المقيمين في ألمانيا، حيث كان النظام النازي يفتقر إلى متحدثين أصليين للغة العربية، فضلاً عن الإلمام بتفاصيل السياسة المحلية في الشرق الأوسط، وهي أوجه القصور التي عوضها وجود المنفيين العرب الذين تمكنوا من جعل رسالة النازية مفهومة باللغة العربية العامية بطلاقة للعرب والمسلمين لم يكن لدى المنفيين العرب من فلسطين والعراق أي وسيلة للوصول إلى جمهور جماهيري في بلدانهم الأصلية. أجهزة الإرسال الراديوية ذات الموجات القصيرة في إيطاليا الفاشية وألمانيا النازية، بدأ البث العربي في 1939 واستمر حتى مارس 1945. كانت "برلين بالعربية" تتهججاً من الموسيقى والأخبار والتعليقات طوال أيام وليالي الأسبوع.

المحاضرة الرابعة : اللغة والكتابة الإذاعية

لغة الإذاعة:

لقد ظهر من خلال نشرات الأخبار والبرامج الإذاعية ما يمكن أن نطلق عليه اصطلاحاً (لغة الإذاعة). وهي لغة وسط بين عامية الشارع ولغة التعليم والتراث Classical Language حيث ظهر ذلك النمط اللغوي في الإذاعات بشكل تلقائي من خلال المادة المبنوثة عن طريق الراديو.

وهذا المستوى الوسيط للغة استطاع أن يحمل الرسالة الإذاعية بشكلها التقليدي للمتلقى بسهولة ويسر، ولا نملك دليلاً على أن الإذاعات قد افترضت تبني هذا المستوى اللغوي دون غيره، ولكن أغلب الظن أنه قد فرض نفسه بشكل تلقائي ومباشر. لقد نصت بعض الإذاعات على شكل اللغة المستخدمة فيها من خلال قانون الإنشاء، ولكن مثل هذه الأمور لا تجدي معها القرارات والأوامر الرسمية وإنما تتولد بطريقة تلقائية وطبيعية من خلال الممارسة والواقع المعاش لمن يقدمون الرسالة الإذاعية. بمعنى أن شكل الخدمة الإذاعية المطلوب هو الذي يفرض أي نوع من اللغات هو الأجدي والأنسب.

ويمكننا أن نلاحظ ذلك ببساطة عندما نستمع لأي إذاعة من الإذاعات المنتشرة حول العالم. فالإذاعات العربية مثلاً قامت كلها على أساس التعامل مع اللغة الفصحى ولكن سرعان ما أطلقت اللهجات العامية في برامجها بل وحتى الإذاعات الأجنبية التي تستخدم العربية والتي تبنت اللغة الفصحى لم تسلم من غزو العاميات خصوصاً في البرامج المتخصصة واللقاءات الفنية والرياضية والاجتماعية وما إليها.

العناصر المشكلة للغة الإذاعية:

يشير مصطلح لغة الإذاعة إلى مفهوم واسع حيث يتكون أي برنامج إذاعي من مجموعة من الأصوات و الصمت"، والذي يتأمل اللوحة الإذاعية في أي صورة من صورها يجد أنها تتشكل وتتكون من عنصر واحد هو الصوت"، وبغض النظر عن طبيعة هذا الصوت أو نوعه، فإن اللوحة الإذاعية (لغة الإذاعة) تتكون من:

– أولاً - الكلمة المنطوقة: تمثل الكلمة المنطوقة اللبنة الأولى والأساسية الأسهل والأقصر لتوصيل المعنى والأفكار من القائم بالاتصال إلى الجمهور الإذاعي، وتتمثل الكلمة المنطوقة في النص الإذاعي الذي يقرأه المذيع أو مقدم البرنامج، ويتوقف تأثيرها على شخصية المذيع أو المقدم، ويعتبر مسؤولاً مسؤولية كاملة عن صوته خلال تواجده على الهواء، حيث يجب أن يعمل جاهداً على اجتذاب المستمعين

من خلال تلوين صوته وفقاً للمقاطع الصوتية المختلفة، ووفقاً لشكل البرنامج الذي يؤديه، فطريقة الأداء تعتبر هامة جداً بالنسبة للكلمة المنطوقة في الراديو، حيث يتوقف نجاح البرنامج في معظم الأحيان على إيقاع هذا البرنامج .

- **ثانياً - الموسيقى:** الموسيقى عنصر رئيسي وهام من عناصر اللغة الإعلامية بشكل عام، واللغة الإذاعية بشكل خاص، وهي الأصوات التي تنتج عن آلات خاصة عند استخدامها وفق قواعد وأصول معينة، فتأتي هذه الأصوات في شكل أنغام وإيقاعات خاصة، وقد تذازع لذاتها من خلال برنامج موسيقي، أو ضمن البرنامج، وتستخدم الموسيقى في البرامج الإذاعية لعدة أغراض تتمثل فيما يلي: **كبرنامج مستقل، كلعن مميز لبرنامج من البرامج، لربط فقرات البرنامج، لإعطاء إحياء معين، استخدام الموسيقى كخلفية، استخدام الموسيقى كمؤثر صوتي، كموسيقى أمامية.**

- **ثالثاً - المؤثرات الصوتية:** وهي الأصوات التي تعطي تعريفاً بنوع المصدر الصوتي، ونقل أصوات الطبيعة بكل ما تحتويه، بما في ذلك آية مستجدات حضارية لها سمات صوتية كصوت الهاتف، وذلك لإضفاء المصداقية وإعطاء المناخ العام الطبيعي لجو البرنامج، ويمكن الحصول على المؤثرات الصوتية من مواقعها أو مسجلة على أشرطة واسطوانات أو مخزنة على الكمبيوتر لاستخدامها عند الحاجة أو حية من الاستديو مثل فتح باب أو صوت خطوات شخص يقترب أو يبتعد.

- **رابعاً - الأغنية:** تشكل الأغنية مزيجاً من مكونات الصوت السابقة، حيث تدمج الكلمة مع الموسيقى مع المؤثرات الصوتية أحياناً، وتقدم لذاتها كفقرة بين البرامج المختلفة، أو خلال فترة غنائية محددة، إضافة إلى الأغنية التسجيلية، والبرامج الغنائية، وهناك أيضاً الأغنية الدرامية التي يتم توظيفها درامياً بحيث تحل محل بعض أجزاء الحوار في التمثيليات والمسلسلات وتدفع بالأحداث إلى الأمام.

- **خامساً - التسجيلات الخارجية:** تعد التسجيلات الخارجية عنصراً مكملاً للعناصر الصوتية المختلفة في البرامج كجزء من مضمون البرنامج، وتكون التسجيلات الخارجية أساسية في بعض أنواع البرامج مثل التحقيقات والمجلات الإذاعية.

- **سادساً - الصمت:** يعتبر الصمت من العناصر المهمة في الإذاعة ولا يمكن إغفاله، نظراً للوظائف التي يمكن أن يؤديها عند استخدامه بشكل صحيح وفي الوقت الصحيح، ومن أهم هذه الوظائف استخدامه كفواصل بين الكلمات والجمل والعبارات كما يمكن توظيفه لإحداث تأثير معين في حالات محددة ويجب استخدامه بحذر وأن تكون مدة الصمت قصيرة أيضاً

الفرق بين اللغة المكتوبة واللغة المتكلمة: يمكن التفريق بين اللغة المكتوبة واللغة المتكلمة فيما يلي:

➤ **اللغة المكتوبة:** منسقة بما فيها من جمل تابعة وحروف وصل وأسماء موصولة وبما تحتوي عليه من أدوات وأقسام، فالعناصر التي تسعى اللغة المكتوبة إلى أن تسلكها هي كل متماسك"، بينما تبدو في اللغة المتكلمة منفصلة ومقطعة الأوصال.

➤ **اللغة المتكلمة:** يختلف الترتيب في اللغة المتكلمة عنه في اللغة المكتوبة، إذ ليس هناك ذلك الترتيب المنطقي الذي يمليه النحو الجاري، بل ترتيب له منطق، ولكنه منطق انفعالي قبل كل شيء ترص فيه الأفكار لا وفقاً لقواعد الموضوعية التي يفرضها التفكير المتصل، بل وفقاً للأهمية الذاتية التي يخلعها عليها المتكلم أو التي يريد أن يوحى بها إلى سامعه.

الخصائص العامة للغة الإذاعية:

هناك عدة خصائص عامة فيما تعلق باللغة الإعلامية تتقاسمها الإذاعة مع باقي الوسائل الأخرى، يمكن أن نختار أهمها على النحو التالي:

- ✓ الوضوح
- ✓ المعاصرة
- ✓ الملاءمة
- ✓ الطابع الوصفي
- ✓ الجاذبية
- ✓ الاختصار
- ✓ المرونة
- ✓ الاتساع
- ✓ القابلية للتطور

كما يمكن أن نظيف بعض الخصائص الأخرى التي تخص اللغة الإذاعية:

- 1- البعد عن التقدم والتأخير في تركيب الجمل.
- 2- الابتعاد عن الفصل بين الأمور المتلازمة.
- 3- الابتعاد عن الإيجاز المخل والتطويل الممل.
- 5- الواقعية والموضوعية والبعد عن المزايدات .

مستويات اللغة الإذاعية:

تتجلى مستويات اللغة في الإذاعة في:

✓ **اللغة الفصيحة السليمة:** وهي اللغة التي نطلق عليها الفصيحة المعاصرة كما هي عليه الحال في الصحافة والمجلات، وفي الندوات واللقاءات والمقابلات، وهي تستسم بعدم المغالاة وتتأى عن العامية، وتستخدم لغة بسيطة سهلة وسليمة دون تقعر.

✓ **اللغة الأفصح:** وهي في مستوى أعلى من المستوى السابق، تكون فصيحة كما تكون في مستوى أفصح، يتشدد مستخدموها في الحرص على استخدام تراكيب وقواعد لا يجيزون استخدام غيرها مكانها، ويعملون على تخطئة كثير من الألفاظ والتراكيب المستخدمة في المستوى الفصيح.

✓ **اللغة العامية:** وتختلف اللغة العامية بين دولة وأخرى، كما تختلف بين منطقة وأخرى حتى في البلد الواحد نفسه.

✓ **العامية المختلطة بالألفاظ الأجنبية:** وثمة مستوى من اللغة المستخدمة في الإذاعة، وهو ذلك المستوى الذي تستخدم فيه العامية المختلطة بالألفاظ الأجنبية، وقد تستخدم الفصيحة أيضاً وقد طعمت بالألفاظ الأجنبية.

من هو الكاتب الإذاعي:

إن الكاتب الإذاعي هو ذلك الشخص المنوط به تشكيل وصياغة الرسالة الإذاعية، وينبغي أن تتوفر فيه مجموعة من الصفات أو الاعتبارات أو شروط تؤهله للنجاح في هذا المجال. وجاء تعريف الكاتب الإذاعي، "بأنه الشخص الذي تخصص في كتابة مادة معينة تصلح لأن تقدم خلال الراديو، ولقد ظل لفترات طويلة الكاتب الإذاعي كاتباً شاملاً يكتب للراديو مختلف أشكال البرامج مع تنوع المضمون، حتى جاء عصر التخصص وأصبح الكاتب يتخصص عادة في مجال واحد من مجالات الراديو، كان بتخصص في تحرير الأخبار وكتابة التعليقات، أو بتخصص في كتابة النصوص الدرامية، أو الحوار والمقابلات، أو إعداد برامج المنوعات، أو البرامج الكلامية عموماً، لذلك تعددت المسميات التي تطلق على الكاتب الإذاعي فأصبح هناك المؤلف، وكاتب السيناريو، وكاتب الحوار، والمحرر والمعد، والمعلق، ولكل منهم تعريف ووظيفة محددة"

شروط كتابة نص إذاعي:

1- تحديد الهدف من النص: إن هدف النص الإذاعي يعد المنطلق الأول لتحديد الأثر الذي يريد الكاتب أن يحققه في جمهور معين أو جمهور عام، فقد يكون الهدف هو الترفيه، أو إثارة الاهتمام، أو التثقيف،

أو التوجيه وعلى ذلك يكون على الكاتب أن يتمثل الغرض والهدف الذي من أجله يكتب لأن تحديد الهدف هو الذي يحدد له المعلومات المطلوبة وأفضل الأساليب للعرض والتناول عبر الراديو.

2- تحديد الجمهور المستهدف: إن تحديد هدف أي نص إذاعي يتطلب من الكاتب أن يحدد بدقة الجمهور المستهدف الذي يتوجه إليه بالكتابة، وما الذي يريده لهم، أو ما يريده منهم، فقد يكون الجمهور المستهدف هم النساء، أو الأطفال أو العمال أو الشباب، كما قد يكون جمهوراً عاماً، فالجمهور الذي نسعى للوصول إليه في كثير من الأحيان يتحكم في تحديد مواصفات البرنامج ووقته وأسلوبه ومادته.

3- التشويق وإثارة الاهتمام: القاعدة الأساسية أن يكون البرنامج مشوقاً أيًا كان الموضوع الذي يعرضه، أو يتناوله، سواء أكان سياسياً أو ترويجياً أو دعائياً.. الخ، وفي كل الحالات يكون للكلمة المسموعة أن تحكي وتشرح وتصف بطريقة حية ومسلية ومشوقة. وبدون ذلك فإن البرنامج يفشل في تحقيق هدفه، لأنه لا وجود لذلك المستمع أو المشاهد الذي يتوق إلى الاستماع إلى برنامج جاف أو منفرد.

4- الخضوع لعامل الوقت: تخضع برامج الراديو خضوعاً كاملاً لعامل الوقت، ليس لأن هذه البرامج ينبغي أن تقدم وتنتهي في مواعيد ثابتة ومنتظمة فقط، ولكن لأن طبيعة ونوع كل برنامج يحتم أن يستغرق تقديمه وقتاً محدداً وسواء أكان البرنامج يومياً أو أسبوعياً أو شهرياً الخ وتختلف مدة البرامج وفقاً لطبيعة البرنامج ونوعه والهدف منه، ووفقاً للسياسة التي تنتهجها المحطة ووفقاً لهذين الاعتبارين

5- الخضوع للذوق والآداب العامة: هذه الخاصية النابعة من طبيعة الراديو كوسيلة تخاطب الأسر وتوجد باستمرار داخل المنازل، دفعت الكثير من المحطات الإذاعية إلى وضع لوائح وضوابط تحدد ما يذاع وما لا يذاع للاعتبارات الأخلاقية والأعراف السائدة والسياسية التي تنتهجها المحطة وتسير عليها. وبطبيعة الحال فإن هذه الضوابط تختلف من بلد إلى آخر حسب التقاليد والأعراف السائدة في كل منها.

المحاضرة الخامسة: مدخل الى الصحافة التلفزيونية.

مفاهيم أساسية:

(التلفزيونيون: إن التلفزيون (Télévision) من الناحية اللغوية، كلمة مركبة من مقطعين (Tele) ومعناه "بعد" و (Vision) ومعناه "الرؤية". وبهذا يكون معنى كلمة التلفزيون هو الرؤية عن بعد. وبالعربية: "الرئي" ثم "التلفزة والتلفزيون كترتيب لكلمة (Télévision).

أما من الناحية الفنية، فيمكن تعريف نظام التلفزيون بأنه طريقة إرسال واستقبال الصورة والصوت عن بعد وبواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والأسلاك النحاسية الألياف البصرية مؤخرًا والأقمار الصناعية بمحطاتها الأرضية في حالة البث كبير المسافة.

يعتبر التلفزيونيون من الناحية التقنية وسيلة بث شبه فورية تتابع فيه 25 صورة في الثانية في حركة منتظمة متعاقبة. ويتحقق البث التلفزيوني بفضل وجود كاميرات ونظام بث الصورة على الشاشة نظام المسح ومولد إشارات مترامنة للصوت والصورة وجهاز بث، وجهاز استقبال. وتفسر هاتان الخاصيتان؛ أي امتلاك قناة كاملة ذات أبعاد كبيرة وتزامن الإشارات تدخل الدول منذ بداية ظهوره ؟ إذ يقتضى الأمر تخطيط المرافق التقنية وتقنين وضعيته السياسية والقانونية. ولما كان التلفزيون وسيلة ذات اتجاه واحد وجهاز مركزي فإن السلطة السياسية ستجعله أكثر وسائل الإعلام خضوعاً لمصلحتها الخاصة.

(الصحافة التلفزيونية: مفهوم ارتبط بظهور جهاز التلفزيون وهو يشير إلى مجموع الأنشطة الصحفية التي ظهرت بظهور التلفزيون، وهي أنشطة الهدف منها هو تأطير عملية إنتاج محتويات تلفزيونية.

نشأة وتطور التلفزيون:

لم يكن ظهور التلفزيون فجأة بل كان تدريجياً كنتيجة طبيعية لما سبقه من مسار، تضافرت فيه جهود وعوامل كثيرة وفرت له انطلاقاً من النظام التقني للراديو جميع متطلباته. ومع ذلك فقد كان التطور التكنولوجي في مجال التلفزيون أكثر سرعة مما كان عليه في الراديو مثلاً، الذي عمل في الواقع على تهيئة الجو وتذليل الصعوبات التقنية المالية والسياسية أمامه.

والجدير بالذكر هنا أنه وبالموازاة مع الأبحاث حول بث الصوت عن بعد ومعالجة الصورة بمصباح "إيدسون" الكهربائي، أجريت تجارب لإرسال الصور الثابتة منذ منتصف القرن التاسع عشر توجت عام 1907 باختراع جهاز يستعمل ضمن شبكات مهنية يدعى "البليوغراف" نسبة إلى اسم مخترعه

الفرنسي. (Belin)، ومع ذلك لا يعتبر التلفزيون امتدادا له لأنه لا يستعمل دعامة ثابتة بل نقاطا ضوئية ولذلك فهو أقرب إلى النظام التقني للراديو.

ولعل أهم الأبحاث والدراسات التي ساعدت على ظهور وتطور التلفزيون هي أعمال الأمريكي "إيدسون"، التي أمنت تحويل الطاقة المضيئة إلى صورة كهربائية والعكس منذ (1879)، إضافة إلى أعمال الألماني "نبيكوف" (P.Nipkow) الذي اخترع عام 1884 أسطوانة مثقوبة ثقوبا لولبية لترتيب الصورة، يمكن للضوء الذي يمر من خلالها أن يقسم الأجسام المصورة كهربائيا إلى عناصر خطية تكون في مجموعها صورة من الصور.

ثم طور الباحث الأمريكي "تشارلز ف. جنكنز (Ch. . Jenkins) مبدأ "نبيكوف" عام 1890، ولكنه لم يتمكن عمليا من ترجمة أبحاثه وأفكار غيره من أمثال "ماركوني".... حتى عام 1925، حيث قدم الإثباتات الميكانيكية على قدرة البث التلفزيوني النقطي والخطي...

وقبل ذلك بسنة استطاع العالم الغالي بريطانيا "جون برد (Jhon Baird) وضع أول تصميم عملي للتلفزيون معتمدا النظام الميكانيكي استخدمته عدة دول لاحقا، كما استطاع فيما بعد أن يخرج للـ B.B.C في سنة 1936 برامج تجريبية يومية بـ 30 خط.

ولكن ظهور تكنولوجيا الإلكترونيات مع نهاية العشرينيات هو الذي مكن لاحقا وعلى المديين المتوسط والبعيد من حل المشاكل التي كانت تعترض تطبيق أعمال الباحثين في المجال التلفزيوني ذي النظام الميكانيكي. وتعتبر سنة 1927 موعد ظهور التلفزيون في المخابر وتاريخ أول إرسال لبرنامج تلفزيوني على الهواء مباشرة بين ولايتي نيويورك وواشنطن.

وكانت فترة 1929-1937، بمثابة نقلة نوعية للتلفزيون عندما اخترع "فلاديمير زوريكين" (Zworykin)، معتمدا على النظام الإلكتروني، أنبوب الصورة المستقبل (Picture Tube) أو (Kinescope) خلفا للأسطوانة المثقوبة ثم أنبوب الكاميرا التحليلي (Iconoscope) تبعه تطور نوعي آخر في أواخر الأربعينيات مع اكتشاف جهاز "أرثيكون"، الذي يتميز بحاجته العملية إلى كمية أقل من الضوء... والذي استغني عنه تدريجيا ابتداء من (1978) عن الأنبوب وأصبحت الشاشة مسطحة بلازمة بلورية والصورة رقمية.

وكان أول إرسال تلفزيوني منتظم نسبيا هو إرسال هيئة الإذاعة البريطانية في 02 نوفمبر 1936، وفي عام 1937 تم نقل أول إذاعة تلفزيونية خارجية لتغطية حفل تتويج الملك جورج السادس واستمر

البث التلفزيوني المنتظم إلى أن توقف في عام 1939 بسبب نشوب الحرب العالمية الثانية، باعتباره من الكماليات كما أنهم خشوا أن يستفيد الألمان من الإشعاعات الصادرة عنه في تحديد الأهداف.

وفي سنة 1937 تمكن العالم الأمريكي زوريكين (1) من اختراع الصمام الإلكتروني الذي أمكن بواسطته التقاط الصور التلفزيونية الواضحة، وفي سنة 1939 نقلت أول مباراة للبيسبول للجمهور الأمريكي بوضوح تام وقد نقلتها شركة (NBC) وشركة CBS ويرجع الفضل لهاتين الشبكتين في تطوير ودعم الإرسال التلفزيوني منذ أواخر عام 1930.

أما فيما يخص البث التلفزيوني المنتظم فقد 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 البعيدة عن هذه الحرب لتواصل التطور الكبير للتلفزيون.

ومع ذلك فإن الإرسال الواسع الجماهيري للتلفزيون لم يبدأ إلا بعد منتصف القرن العشرين حيث طورت صناعة التلفزيون وارتفع عدد أجهزة الاستقبال. ففي عام 1952 ظهرت الشاشة الملونة في السوق الأمريكية بعدما اكتشفها الأمريكي "جولدمارك" في مخابر C.B.S واستفيد من اختراع "الترانزستور" الإلكتروني عام 1960 في تقليص حجم الجهاز، فتعددت القنوات التلفزيونية، بينما لم تتعد في بلدان أوروبا الرائدة قناتين في الفترة نفسها. ولم يحل عام 1970 حتى عمت أجهزة الاستقبال 90% من البيوت الأمريكية وعم الإرسال التلفزيوني معظم بلاد العالم. فامتد نطاقه في القارات الخمس ولم يعد حكرا على الدول الشمالية المتقدمة.

بداية البث المنتظم:

كانت هيئة الإذاعة البريطانية في بريطانيا، وشركتا سي بي إس والإذاعة القومية بالولايات المتحدة هي الرائدة في تجارب البث التلفزيوني الأولى في العالم. وبدأت هيئة الإذاعة البريطانية BBC أول بث تلفزيوني منتظم عام 1936م، وذلك بالبث من لندن. وتعتبر أيضاً أولى مؤسسات التلفزيون التي تقدم التصوير والبث الحي من خارج الاستوديوهات المغلقة.

وفي العام نفسه، وضعت شركة لاسلكي أمريكا والتي تمتلك شركة الإذاعة القومية إن بي سي - أجهزة استقبال في 150 منزلاً بمدينة نيويورك. وبدأت محطة نيويورك التابعة لشركة الإذاعة القومية أول بث تلفزيوني تجريبي لهذه المنازل، وكان أول برامجها برنامجاً للرسوم المتحركة.

ومع حلول عام 1939م بدأت الشركة أول بث تلفزيوني منتظم في الولايات المتحدة الأمريكية وبحلول عام 1951م، غطى البث التلفزيوني كامل الأراضي البريطانية والأمريكية.

نشأة الصحافة التلفزيونية:

كان التلفزيون في بدايته نظام بث للإشارات ولاستقبالها. ولم يكن أحد يعرف أبداً فيما يمكن أن يستخدم. ولم يبين مخترعوه وظيفته كما أن المجتمع لم يحدد إطاره القانوني ولم تكن لدى أحد من الناس أي فكرة عن استعماله.

ولكن بدأ يمتد نطاق التلفزيون ليصبح وسيلة جماهيرية مع تنامي وظيفته الإعلانية والاقتصادية الكبرى ويغدو عرض البرامج أكثر توجيهاً وتنظيماً لكي يلبي مطالب المعلنين لقد ظهر التلفزيون كخدمة عامة في ١٩٣٦ في أوروبا وفي ١٩٣٩ في الولايات المتحدة، لكنه لم يبدأ في التطور إلا مع نهاية الأربعينيات. وفي السنوات الأولى أعطت هذه الوسيلة الجديدة الأولوية لتطوير تكنولوجيا البث والاستقبال وكانت أغلبية البرامج مكونة من بث الوقائع الرسمية والأخبار الرياضية وإذاعة المسرحيات. وقد بدأت العلاقات تتوتر بين السينما والتلفزيون وهو صراع ازدادت حدته بمرور السنوات إلى درجة انقلاب علاقة التبعية حالماً بدأت الأفلام السينمائية تظهر على شاشة التلفزيون

ولكن ابتداء من منتصف الخمسينيات، وكما حدث بالنسبة للإذاعة في الثلاثينات، فإن إنتاج البرامج التلفزيونية بدأ يتم على نحو مستقل مما أفضى إلى تكوين مضامين ذات طابع تلفزيوني محدد، وقد أدى إنتاج هذه البرامج الخاصة، وبسبب ضرورة القيام باستثمارات هامة كان يتعذر التحكم المباشر في ربحها كما هو الشأن في السينما، إلى بروز قيود جديدة خضع لها نموذج الاتصال التلفزيوني وفرضتها المؤسسات المالية.

التطورات التقنية للتلفزيون:

- ✓ ظهر أول نظام عملي للتلفزيون الملون في الولايات المتحدة عام 1953، وسمي نظام NTSC وفي الستينيات أصبح تطور التلفزيون أكثر سرعة بإدخال التلفزيون الملون.
- ✓ أطلق أول قمر صناعي للاتصالات التجارية في عام 1965م، ولقد جعلت الأقمار الصناعية البث التلفزيوني عالمي النطاق وتجاوز العوائق الجغرافية والحدود السياسية، ولكن البث عبر الأقمار الصناعية للقنوات التلفزيونية أخذ وقتاً ليصبح منتشراً.

- ✓ خلال الثمانينيات من القرن الماضي أصبحت أجهزة الفيديو متاحة للاستخدام المنزلي، وتمكن كثير من المشاهدين من استئجار أو شراء أفلام سابقة التسجيل، وتمتعوا بمشاهدتها في منازلهم، وفي الثمانينيات أيضاً ازداد استخدام الأقمار الصناعية في نقل البرامج التلفزيونية لمشاركي قنوات التلفزيون بالكابل.
- ✓ شكل الانتقال إلى التلفزيون الرقمي مع بداية العام 1990، ثورة اتصالية كبيرة في عالم التلفزيون فتنقية التلفزيون الرقمية تعتمد على تحويل الإشارة المرئية من شكلها الأصلي التمثيلي أو التماثلي إلى الشكل الرقمي. وقد تحولت كثير من قنوات التلفزيون ومنذ أواخر القرن العشرين إلى البث التلفزيوني الرقمي عن طريق الأقمار الصناعية.
- ✓ لم يكد هذا النظام من الانتشار في الكثير من دول العالم حتى ظهرت تقنية جديدة أكثر جودة وفعالية وهي التلفزيون عالي الدقة (HD)، حيث تتميز الصورة في التلفزيون عالي الدقة، بوضوح المعالم والتفاصيل الدقيقة.

عوامل تطور التلفزيون :

- 1-العامل التقني والعلمي: ان ظهور مجموعة كبيرة من الاختراعات والابحاث العلمية والتجارب الميداني أدت الى تقدم دراسات عديدة في مجالات تقاطعت مع بعضها البعض لتساهم في ظهور التلفزيون حيث أسهمت الأبحاث في مجال البث الاذاعي و أبحاث التصوير الفوتوغرافي ثم التصوير بالفيديو في أن تدمجه كل هذه الاختراعات وتشكل لنا جهاز جديد سمي بالتلفزيون.
- 2-العامل الاجتماعي: لقد سمح وجود قدر كبير من الكثافة السكانية وحاجة هذه الكثافة السكانية لوسائل الاعلامية تغطي جزء من احتياجاتها اليومية الى زيادة الطلب على التلفزيون وبالتالي اتساع هذا المجال بشكل أكبر يوماً بعد يوم.
- 3-العامل الاعلامي: أدى تحول التلفزيون من مجرد وسيلة عادية الى صناعة الى ظهور التجمعات الاحتكارية الكبرى في المتمثلة في المؤسسات التلفزيونية او السلاسل التلفزيونية الكبرى والتي ساهمت بقدر كبير في تطويع العمل التلفزيوني.
- 4- العامل السياسي : لقد أدى تشجيع الحكومات تطورات والتجارب في مجال التلفزيون الى توفير مناخ مناسب يتيح للعاملين على تطوير هذا القطاع مساحة كبرى ودعماً غير محدود إضافة الى ان التحول الذي حدث في العالم بعد الحرب العالمية الثانية وتوجه العالم الغربي بالخصوص نحو الديمقراطية وما تقتضيه من حرية الراي الى خلق مساحات حرية كبرى ساهمت في تطوير الصحافة التلفزيونية على مستوى الممارسة الفعلية.

5-العامل الاقتصادي: ويعتبر هذا العامل هو أهم عامل من بين العوامل السابقة ومن دونه و لم يكن التلفزيون ليحقق كل هذا التطور في سرعة قياسية.

خصائص التلفزيون:

1. التلفزيون وسيلة سمعية بصرية للاتصال بال جماهير عن طريق بث برامج معينة وله خصائص وسمات لا نجدها في وسيلة إعلامية أخرى.
2. إلزامية الحضور الكامل مجبرا الفرد على استخدام حاستي البصر والسمع ومفاعيلها في الذاكرة.
3. لا يتطلب أي جهد عقلي ويتميز بجاذبية العرض والإثارة وأنية الحدث وتوفير الراحة النفسية للمشاهد.
4. يمتلك كل مستلزمات الإقناع والتفاعل والنفوذ إلى وعي الإنسان.
5. يخدر الأعصاب المتعبة ويساعد على تنفيس المكبوت في اللاوعي ويثير الكثير من العمليات العقلية الشعورية واللاشعورية مثل الوهم والخيال وروح التباهي.
6. يجمد العقل عند إحياءات معينة ولا يترك له الوقت للوقوف عند المعلومة أو التمحيص أو النقد نظرا للسيل الجارف من المعلومات والصور المنهالة على المشاهد.
7. يساهم في ترسيخ القيم والمعايير والتقاليد السائدة في المجتمع أو تغييرها تدريجيا حسب إرادة وإيديولوجيا الجهة المرسلة .
8. تشكيل السلوكيات المتعددة عن طريق تقديم قوالب سلوكية جاهزة، يقلدها المشاهد أو يتباهى بها.
9. تحطيم الحواجز الطبقيّة لأنه يتوجه إلى مختلف الخلفيات التعليمية والاجتماعية والعرقية وإلى كل الفئات العمرية، فهو ينشر ثقافة الكتلة التي تفرض نفسها على جميع السكان وتتحول إلى حس عام يتجلى في السلوك العملي.
10. إذا كان التلفزيون مصدراً أساسياً للتثقيف واكتساب المعارف والمعلومات، إلا أن ليس كل ما يبثه هو الحقيقة المجردة المحايدة، إذ أن المعرفة التلفزيونية معرفة مؤدجلة لها مدلولات وأبعاد .
11. يجب عدم الانخداع بالصورة على أنها الحقيقة الموضوعية، فهي بالأصل الحقيقة التي تريد أن تبرزها الجهة المرسلة أو ما تريد أن تصوره على أنه الحقيقة، فاختيار المشاهد واللقطات والزوايا، تضخيم مشهد وتصغير آخر، نقاط التركيز وخلفيات الصورة، كل ذلك يتم بأبعاد إيديولوجية معينة.
12. الصورة التلفزيونية تمتلك المقدرة على استحضار الغائب وتغييب الحاضر بصورة مثيرة للدهشة، وان الصورة تكاد تستخلف الواقع، فلا وجود إلا لما تظهره الكاميرا، فالأحداث التي لم

تصورها كاميرا التلفزيون أو لا تريد تصويرها وبثها هي أحداث منسية غير موجودة بالنسبة الغالبية مشاهدي التلفزيون.

أنواع التلفزيون:

بناء على ملكية القنوات:

1. القنوات التلفزيونية الحكومية: (الرسمية) هي قنوات تمتلكها الدولة وتديرها وزارات الإعلام في الحكومات. تمول هذه القنوات من ميزانيتها بالإضافة إلى مصادر تمويل أخرى كالإعلانات، كما تشرف الدولة على البرامج والمضامين لهذه القنوات وتعتبر هذه القنوات عن سياسة الدولة حيث يحاول النظام من خلالها مخاطبة مواطني الدولة والجمهور عامة والتعبير عن سياسته ومصالحه وموقفه تجاه القضايا المختلفة.

2. القنوات اتلفزيونية الخاصة: هي قنوات يمتلكها ويديرها رؤوس الأموال من رجال أعمال، أصحاب مؤسسات تجارية، شخصيات عامة- سياسية، دينية.

بناء على نوعية البرامج:

1. القنوات العامة: تتميز بتقديم مضامين متنوعة للجمهور كالأخبار البرامج الثقافية البرامج الترفيهية، المسلسلات والأفلام وغيرها.

2 القنوات المتخصصة: هي القنوات التي تسعى مخاطبة جمهور محدد من خلال تقديم مضامين إعلامية مخصصة.

وهناك نوعين من القنوات المتخصصة:

- قنوات متخصصة من حيث المضمون: أي قنوات متخصصة من حيث المضامين والمواد التي تقدمها مثل قنوات الأخبار الأفلام الرياضة، الموسيقى المسلسلات

- قنوات متخصصة من حيث نوعية الجمهور المتلقي أي قنوات التي توجه مضامينها وموادها لشريحة اجتماعية معينة كقنوات الأطفال أو المرأة.

بناء على نوعية البث:

1. القنوات الفضائية المفتوحة: هي القنوات التي يستطيع الجمهور استقبالها عن طريق امتلاك الأقمار الاستقبال المباشر وبدون دفع رسوم مقابل المشاهدة غالبية القنوات الفضائية العربية استقبال المباشر تبث إرسالها بشكل مفتوح من أجل التواجد على الساحة الإعلامية وجذب المشاهدين من مختلف المستويات إليها.

2. القنوات الفضائية المشفرة: هي القنوات التي لا يستطيع الجمهور استقبالها ومشاهدتها إلا بعد دفع رسوم مقابل المشاهدة.

وهناك تقسيم آخر متعلق بنوعية البث: ويتمثل في

1. القنوات الأرضية: البث التلفزيوني الأرضي أو التلفزيون الأرضي هي عبارة عن طريقة لبث مواد تلفزيونية بدون الأقمار الصناعية أو الكابلات وتكون عادة باستخدام موجات الراديو من خلال إرسال واستقبال هوائيات من محطة الإرسال وهوائي منزلي بسيط.
2. القنوات الفضائية: هي عبارة عن طريقة لبث مواد تلفزيونية عن طريق الأقمار الصناعية.

المحاضرة السادسة: الأنواع الصحفية الإذاعية والتلفزيونية.

تصطدم كل محاولة لتعريف الأنواع الصحفية بمجموعة من الصعوبات التي تواجه كل دارس أو باحث، لأنها تسعى إلى الاقتراب النظري من قضية في غاية التعقيد. إنها صعوبات النظر في الأشكال الملموسة للكتابة الصحفية من زاوية ما يجمعها ويفرقها في آن واحد.

إن الأنواع الصحفية تعكس وفرة عرض وسائل الإعلام، وتحاول أن تلبي انشغالات الجمهور وحاجاته، وتسهم في تشكيل شخصية الوسيلة الإعلامية وخطها التحريري، وعلاقة قاعة التحرير بمصادر الأخبار. لذا تعتبر أنواع الكتابة الصحفية جوهر العمل الصحفي.

تعرف الأنواع الصحفية بأنها طائفة من الإسهامات الهامة التي تملك شكلا قاعديا واحدا وثابتا نسبيا أو أنه مجال واسع جدا من الخطاب الذي يبرر، مبدئيا، بشكل واحد ومتماثل، ويترجم الظواهر والحقائق.

تعرف الأنواع الصحفية، أيضا، بأنها أشكال أو صيغ تعبيرية تملك بنية داخلية متماسكة، وتتميز بطابع الثبات والاستمرارية. وتعكس الواقع بشكل مباشر وواضح وسهل. وتسعى إلى تقديم وتحليل وتفسير الأحداث والظواهر.

تنوع الأنواع الصحفية جاء كنتيجة كنتوع حاجات القارئ لمساعدته على فهم المستجدات اليومية والأحداث وفهم دلالاتها وإدراك خلفيتها.

تقسيمات الأنواع الصحفية:

من المهم الإشارة إلى أن الأنواع الصحفية تقسم وفق طرق متعددة تتجاوز الأربع طرق يمكن الاطلاع عليها بالعودة إلى كتاب "اقتربات نظرية من الأنواع الصحفية" للدكتور "نصر الدين العياضي" سنكتفي في سياق هذه المحاضرة بذكر إحداها وهي وفق الطريقة التالية:

➤ **الأنواع الإخبارية:** تضم الأنواع التي تنطلق من أحداث ملموسة قصد إعلام

الجمهور، وإبلاغهم بما جرى مثل الخبر الصحفي التقرير الصحفي (...)

➤ **الأنواع الفكرية:** تشمل المواد التي تسعى أساسا، إلى تأطير الجمهور وتوجيهه،

وغرس مجموعة من القنوات والمواقف في ذهنه مثل المقال والتعليق الصحفيين،

يطلق البعض على هذا الصنف من الكتابة الصحفية تسمية الأنواع التأويلية التي تستدعي كفاءة الصحفي لاستجلاء الحدث وجعله مفهوما أكثر. فالمقال التحليلي يغوص في أغوار الحدث مستخرجا أبعاده، ويسعى الصحفي من خلاله لقراءة الأحداث انطلاقا من فهمه لها من جهة، ومن وجهة نظره المتحيزة لرؤية أو موقف محدد.

➤ **الأنواع التعبيرية:** تشمل المواد الصحفية التي تبرز حالات خاصة أو تقدم أشخاصا معينين فتسلط عليهم الأضواء، وتصفهم في تفاعلهم مع الوسط الاجتماعي الذي يعيشون فيه مثل الربورتاج الصحفي Le reportage والبورترى.

➤ **الأنواع الاستقصائية:** تضم المواد الصحفية التي تقدم مادة دسمة ومعمقة للبحث والتحليل والتقصي قصد الوصول إلى حلول وإبراز التصورات لحل المشاكل والظواهر التي تتناولها، مثل: التحقيق الصحفي نعتقد أن الطريقة الثالثة المعتمدة في تصنيف الأنواع الصحفية تشكو من بعض النقص، لأن بعض العطاء الصحفي الذي يشهد على ثراء المنتج الصحفي، يصعب تصنيفه ضمن إحدى الخانات المذكورة.

فالحديث الصحفي على سبيل المثال، يمكن أن ينتمي إلى أكثر من خانة حيث ينتمي إلى الأنواع الإخبارية إذا كان الهدف من القيام به تقديم مجموعة من المعلومات المستحدثة والأخبار. ويمكن أن يندرج في خانة الأنواع الفكرية إذا كان يهدف إلى تبادل الآراء والمواقف والمحااجة. ويصنف أيضا ضمن الأنواع الاستقصائية إذا كان يستهدف الكشف عن مجموعة من الحقائق والوقائع ليحكها على وقائع ومعطيات أخرى، كما أن هذه الطريقة تسقط بعض الأنواع الصحفية التي لا تجد موقعا لها في الفئات التي تقترحها، مثل: الملف الصحفي الذي يعرف بأنه نص أو مجموعة نصوص وريبورتاجات مجتمعة ترمي إلى تقديم نظرة بانورامية لمشكل أو وضعية والربط بين عناصرها. ويمكن للملف أن يستوعب العديد من المعالجات المتوازية، حيث يستعين بعناصر الريبورتاج والمقال، والحديث الصحفي والبورترى الذي يركز على الشخصيات المحورية وبعض المجموعات النشيطة في مجال موضوع الملف.

الأنواع الصحفية في الإذاعة والتلفزيون:

بعد الإطلاع على بعض التعاريف المقدمة للأنواع الصحفية، والاقتراب من الصعوبات التي تعترض محاولة حصرها على الصعيد النظري، يتبادر إلى الذهن محترفي الصحافة ومنظريها السؤال التالي:

هل أن الأنواع الصحفية التي نجدها في الصحافة المكتوبة هي ذاتها التي نجدها في الوسائل السمعية البصرية خاصة التلفزيون باعتبار أن هذا الأخير يؤدي من جملة ما يؤدي وظائف إخبارية كانت حكرا على الصحافة قبل أقل من قرن من الزمن فقط ؟

إن الإجابة على هذا السؤال سهلة وممتعة في نفس الوقت بسبب مجموعة من الاعتبارات نخص منها بالذكر ما يلي:

- إن المواد الإخبارية أو الجريدة المصورة لا تأخذ من شبكة البرامج حيزا كبيرا رغم تزايد أهميتها. فالحديث عن الأنواع في التلفزيون يبعث المرء للتفكير في الأنواع غير الإخبارية المواد الدرامية والترفيهية (أفلام، مسلسلات، برامج تلفزيونية، وغيرها)

- يؤكد جل المهتمين بالكتابة التلفزيونية أن مفهوم الأنواع الصحفية في التلفزيون مازالت بحاجة إلى المزيد من الجهد والتفكير قصد تحديدها وتوضيحها والسبب في ذلك لا يعود لقصر عمر التلفزيون بل يرجع للترعة الكامنة في الفن نزعة التجاوز. وجنوح التلفزيون عبر نشاطه إلى محو الحدود بين الأنواع مما أدى إلى ميلاد "أنواع هجينة".

خضع تطور التلفزيون في شقه الإعلامي إلى عاملين أساسيين، وهما:

أولاً: ارتباط الإنتاج التلفزيوني الوثيق بالصحافة وبفروع الإنتاج الفني.

ثانياً: استفادة المنتج التلفزيوني من التسهيلات التقنية الجديدة ومن الابتكارات التكنولوجية. فالتكنولوجيا الجديدة تتحمل القسط الأوفر في تكاثر أنواع الإبداع التلفزيوني وتعددتها. فالمنتبع لتاريخ التلفزيون لا يستطيع أن يخفي ما قدمته التجديدات التكنولوجية من خدمات للإنتاج،

وللمدة الزمنية التي أصبح يستغرقها، وللعرض التلفزيوني وأساليبه مثل تطور أنواع كاميرات التصوير، والانتقال من المونتاج التماثلي إلى الرقمي.

إذن للإجابة على السؤال المطروح أعلاه يمكن القول أن العديد من الأنواع التلفزيونية ما زالت تحتفظ بأسمائها الصحفية، خاصة تلك التي يقال عنها أنها أساسية، وهذا يدل بشكل أو آخر، على أن مضمون النوع الواحد، والوظيفة هي ذاتها تقريبا. لكن الاختلاف يكمن في طرق العرض والتقديم الذي تفرضه طبيعة الوسيلة الإعلامية، فالأنواع الصحفية أصبحت تعتمد على أدوات إضافية خاصة بالتلفزيون تزيد في مقدرتها على إظهار الأشياء وتشخيصها والتمشهد والإيحاء، وبات من المؤكد أن بعض الأنواع الصحفية تتمتع بحيوية، أكثر في التلفزيون. لقد اكتسبت هذه الأنواع مقدرة عالية في تحقيق الغرض من وجودها. وهذا تثبته، بقوة، الأنواع الصحفية التالية: المقابلة الصحفية، التقرير، الريبورتاج.

الأنواع الصحفية قوالب مجردة أم أشكال المحتويات ملموسة تعكس طبيعة وسيلة الإعلام؟

إن الأنواع الصحفية لم تظهر دفعة واحدة في حالة مكتملة البناء. فالريبورتاج، على سبيل المثال، أزهى بشكل ملفت للنظر في القرنين الآخرين: 19 و 20، وعلى يد مجموعة من الكتاب والأدباء أمثال: "أميل زولا" الفرنسي و"ابتن سنكلر"، و"جون ريد" الأمريكيين، ثم انتقل إلى محال الصحافة على يد نخبة من الصحفيين تذكر منهم على وجه الخصوص الصحفي الفرنسي "البار لندن" الذي اشتغل من مراسلا حربيا. لذا نلاحظ أن الكثير من مؤرخي الأنواع الصحفية يربطون الحروب والنزاعات المسلحة بميلاد هذا النوع الصحفي. كما أن المقال الافتتاحي ظهر في ظل بروز صحافة الرأي التي واكبت الحركية السياسية في المجتمعات الغربية) تشكيل أحزاب سياسية، ظهور نقابات عمالية قوية، ممارسة الانتخابات كوسيلة للتداول على السلطة.

نستنتج من هذا أن الأنواع الصحفية ليست مجرد قوالب مجردة بل هي منتج ثقافي يتأثر بمجموعة عوامل اجتماعية وثقافية وأيضا عوامل متعلقة بالوسيلة.

المحاضرة السابعة: الصحافة الإذاعية والتلفزيونية المتخصصة.

بعد أن كثرت وتشعبت ميادين الحياة واتسعت مجالات المعرفة البشرية ظهر التخصص الدقيق، فبعد أن كان علم الطب يدرس بشكل عام، أصبح الآن هناك تخصصات لطب الأطفال وطب الأذن والأنف والحنجرة، وطب القلب وغيره، وساعد هذا التخصص على أن تصبح النتائج العلمية أكثر دقة ومصداقية. وكذلك الأمر بالنسبة لمختلف أنواع العلوم والمعارف ومن ضمنها الإعلام، الذي يؤدي دوراً محورياً في حياة الفرد والأسرة، وفي بناء الدول، وفي التنشئة الاجتماعية وتشكيل الرأي العام. وقد وجد الإعلام منذ القدم ومارسته البشرية منذ نشأتها، ثم تطورت هذه العملية مع تطور البشرية، ومع اتساع مجالات المعرفة أصبح التخصص ولاسيما في الإعلام أمراً لا غنى عنه، سعياً نحو الإلمام بكل ما يرتبط بهذا المجال، وتطوير آفاقه، وقد اشرنا سابقاً أن وسائل الإعلام انتقلت من مرحلة النخبوية إلى الجماهيرية إلى التخصص.

يمكن تعريف الإعلام المتخصص بشكل عام على أنه عملية إرسال مضمون إعلامي في مجال معرفي محدد، ونقله عبر وسائل الإعلام إلى المتلقي. كما يمكن تعريفه بأنه أحد فروع الإعلام العام الذي يستخدم الوسائل والأساليب الإعلامية كافة، لتحقيق أغراضه التخصصية بموضوع معين، وهو أيضاً أحد أهم وسائل إتاحة ونشر الثقافة المتخصصة والعميقة لدى الجمهور، مستخدماً عناصر الجذب والإقناع التي تتميز بها وسائله المختلفة.

في حقيقة الأمر، يسعى الإعلام المتخصص إلى نشر الثقافة العميقة والوعي والمعرفة الموجهة إلى جمهور عام أو خاص بطريقة ممتعة ومشوقة. إضافة إلى قدرته الفائقة على تقديم صورة موضوعية قادرة على جذب المشاهد أو المستمع. فالراديو مثلاً، وسيلة سهلة الاستخدام، ولا تحتاج إلى مهارات خاصة، كما يتميز الراديو بمهارات فن الإلقاء الإذاعي وعنصر الصوت اللذين يعطيان فرصة أكبر الجذب المستمعين. أما التلفزيون فنجد أنه يمزج عنصري الصوت والصورة بالإضافة إلى قدرته على عرض الصورة المتحركة، ما يجعله وسيلة مؤثره تشد الانتباه والأنظار.

إن الإعلام المتخصص هو نمط إعلامي يعالج الموضوعات المعقدة بشكل أوسع وأكثر دقة ويجيب عن كثير من التساؤلات ويشبع رغبات وتطلعات الجمهور بشكل أفضل من الإعلام الجماهيري.

الإعلام المتخصص هو أحد الأنماط الإعلامية الذي يعتمد على وسائل الإعلام العامة نفسها إذاعة وتلفزيون وإصدارات ورقية)، إلا أنه يتميز بالدقة أي يجب أن يكون إعلامي متمكناً ودقيقاً في عمله أي مدى حرفية الإعلامي يستهدف جمهوراً متخصصاً.

كما يعرف أنه "نمط إعلامي معلوماتي يتم عبر وسائل الإعلام المختلفة، ويعطي جل اهتمامه المجال معين من مجالات المعرفة، ويتوجه إلى جمهور عام أو خاص، مستخدماً مختلف فنون الإعلام من كلمات وصور ورسوم وألوان وموسيقى ومؤثرات فنية أخرى، ويقوم معتمداً على المعلومات والحقائق والأفكار المتخصصة التي يتم عرضها بطريقة موضوعية" وبهذا يستخدم الإعلام المتخصص مختلف عناصر الإعلام العام كالتشويق وأساليب العرض والتقديم من سرد ودراما وحوار وتمثيل، ومقالة، وتحقيق وتقرير، وأفلام تسجيلية.. وما إلى غير ذلك لتلبية متطلباته)

باختصار فإن الصحافة المتخصصة تعنى بجانب واحد في اهتمامات الجمهور القارئ وتقديم المعرفة له في هذا المجال، وهي بالتالي ليست عامة إلا بالقدر الذي تتسع به الشريحة المستهدفة، ومع التطور العلمي والحضاري ظهرت الصحف والدوريات التي تتناول الموضوعات الدقيقة وتحصر اهتمامها بها.

مستويات الإعلام المتخصص في الإذاعة والتلفزيون:

إن وسائل الإعلام الجماهيرية تمر بمراحل عدة في تطورها، ومن أهم هذه المراحل مرحلة النخبة مرحلة الشبوع أو الجماهيرية، مرحلة التخصص، المرحلة الالكترونية، مرحلة الاتصال متعدد الوسائط.

ويقصد بمرحلة التخصص المرحلة التي تقوم وسائل الإعلام فيها بالتوجه إلى فئات متخصصة في المجتمع كالأطباء والمهندسين والإعلاميين والمحامين والمزارعين، وتقدم لهذه الفئات برامج ومواد إعلامية متخصصة وموجهة إلى كل فئة من هذه الفئات. لكن في الوقت ذاته تخدم هذه الوسائل الفئات الأخرى بالمجتمع، أي أنها موجهة إلى الجمهور بشكل عام من الاختصاصات كافة، لذا نجد ضمن برامج الوسائل العامة برامج إعلامية متنوعة، كالأخبار والبرامج الترفيهية والثقافية وغيرها، ومن هنا يمكن أن تصنف مستويات الإعلام المتخصص في الإعلام المسموع والمرئي على النحو التالي:

المستوى الأول- البرامج المتخصصة في الإذاعة العامة والتلفزيون:

تحتوي بعض الدورات البرمجية الإذاعية والتلفزيونية العامة على برامج إعلامية متخصصة، تتجه إلى جمهور يهتم بمواضيع متخصصة، مثل موضوع الرياضة أو الثقافة أو البيئة أو السياحة أو غيرها من المواضيع التخصصية، حيث تسعى القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية العامة بمنحها القليل من أوقات البث البرامج متخصصة إلى تنويع البرامج ومحاولة جذب مختلف الفئات من الجماهير، وغالباً ما

يكون المسؤول عن إعداد وتقديم المادة الإعلامية التخصصية في هذه البرامج هو إعلامي عام أي غير متخصص)، لأنه وبشكل أساس تعتمد إدارة المؤسسة الإعلامية على الكوادر الإعلامية المتوافرة لديها.

عند التفكير في إعداد برنامج متخصص في الثقافة أو السياحة أو الرياضة أو أي تخصص آخر، بمعنى آخر غالباً ما تطلب الإدارة في الوسيلة الإعلامية من إعلامي كان يعد برامج عامة متنوعة وليس برامج سياحية أن يعد برنامج سياحي أسبوعي ليبث ضمن دورتها البرمجية المقبلة.

وكما أن الوسيلة الإعلامية تهدف من خلال اهتمامها بالبرامج التخصصية إلى زيادة ثقافة الجمهور العادي الذي يستقبل المادة الإعلامية التخصصية التي تبثها، وتسعى إلى إرضاء ذوق جمهور عام يبحث عن معلومات في مجال محدد لإغناء ثقافته، من خلال الاستماع أو مشاهدة بعض البرامج التخصصية لذا فإن الوسيلة تعرض وتتناول المادة المعدة بشكل عام، لأنها تخاطب جمهوراً عاماً غير مختص، ولا يسعى خلف المصطلحات العلمية المعقدة، لكن هذا لا يعفي الإعلامي الذي يحضر المادة العلمية، من مسؤوليته تجاه مستقبل الرسالة الإعلامية، والتي تتمثل في المصادقية، أي أنه من الضروري مراعاة التخصص في إعداد وتقديم المادة، فلا يمكن للإعلامي العام التحضير لبرنامج تلفزيوني أسبوعي من ثلاثين حلقة عن الصحة العامة، على سبيل المثال، إن لم تتوافر لديه مصادر معلومات موثوقة من خبراء ومختصين بالصحة، كالأطباء، ومختصين بالبيئة، ممن يتحدثون عن تلوث المياه أو الهواء أو التربة وما قد تسببه من أمراض وآفات صحية لأفراد المجتمع.

المستوى الثاني - المحطات الإذاعية والتلفزيونية المتخصصة:

ساهم التطور التكنولوجي والمعرفي الذي نعيشه إلى تعمق الاختصاصات في مجالات عدة وكان له الدور الأكبر في انتشار الإعلام المتخصص، فأصبح الإعلاميون يجمعون في دراساتهم بين فنون الإعلام المختلفة وتخصصات أخرى وصار المتخصصون في مجالات علمية مختلفة (طب) اقتصاد، علوم، أدب، محاماة يطرقون أبواب كليات الإعلام ليجمعوا بين فنون الإعلام وتخصصاتهم الأصلية أي الطب أو الاقتصاد وغيره، فأصبح لدينا الإعلامي المتخصص أي الإعلامي الصحي والإعلامي السياسي والإعلامي الاقتصادي والإعلامي البيئي. هذا المستوى يتوجه إلى جمهور مختص يتمتع بثقافة عالية ومتابع لأحدث التطورات في مجال الاختصاص، لذا فوجود كادر إعلامي مختص ومتقف ضروري ليستطيع إرضاء وجذب هذا النوع من الجمهور، ومن ثم بدأ في بعض البلدان الأجنبية ظهور الاختصاص العميق، أي لا يكفي أن يكون الإعلامي مختصاً بالبيئة بشكل عام، وإنما هناك اختصاصات أدق في علم البيئة والتي على الإعلامي مواكبتها، فظهر الإعلامي البيئي المختص بالطاقات المتجددة والإعلامي البيئي المختص بالاقتصاد البيئي والإعلامي البيئي المختص بالسياحة البيئية، والإعلامي البيئي المختص بالعلوم البيئية والتكنولوجيا وغيره.

إن طريقة عرض المواد الإعلامية وتقديمها تختلف عن مثيلتها في وسائل الإعلام العامة، فهنا يظهر العمق والدقة في تحليل المواد والموضوعية، لأن فريق العمل الإعلامي مختص الصحفي والمذيع ومقدم البرنامج التلفزيوني والمعد، يحتاج هذا المستوى إلى وسائل إعلام متخصصة أي محطات إذاعية، وقنوات تلفزيونية، ومجلات متخصصة إما بموضوع معين أو تتوجه لجمهور محدد على سبيل المثال قناة تلفزيونية رياضية تكتفي.

خصوصية الصحافة التلفزيونية المتخصصة:

توجيه الانتباه: يستخدم التلفزيون الصور والصوت بشكل فعال لجذب انتباه المشاهدين وتوجيههم لمواضيع معينة.

التغطية الشاملة: يمكن للتلفزيون تغطية الأحداث الحية بشكل شامل وفوري، مما يجعلها قادرة على نقل الأخبار بسرعة.

التحليل العميق: يمكن للصحفيين التلفزيونيين تقديم تحليلات عميقة للأحداث مع استخدام الصور والرسوم البيانية والمخططات.

التفاعل الفوري: يتيح التلفزيون للمشاهدين التفاعل مباشرةً من خلال الرسائل القصيرة أو وسائل التواصل الاجتماعي.

التأثير البصري: يمكن للتلفزيون استخدام الصور والفيديوهات بشكل فعال لتوضيح الأحداث وجعلها أكثر قابلية للفهم والتأثير.

التغطية المتعمقة: يمكن للصحافة التلفزيونية استخدام الوقت لتغطية المواضيع بتفاصيل أكبر مقارنة بالصحافة المكتوبة.

التفاعل العاطفي: يمكن للتلفزيون استخدام العواطف بشكل أكبر من خلال التصوير والتعليق الصوتي لإثارة التأثير على المشاهدين.

الصحافة المتخصصة في الإذاعة تركز على نقل الأخبار والمعلومات عبر الإذاعة، مما يشمل تقارير الأخبار والبرامج المتخصصة في مجالات معينة مثل الرياضة أو الثقافة. أما الصحافة المتخصصة التلفزيونية فتركز على نقل الأخبار والبرامج المتخصصة، مما يتضمن البرامج التحليلية والنقاشية والوثائقيات وغيرها، وتعتمد على الوسائط المرئية بشكل أساسي.

الاختلاف بين الصحافة المتخصصة الإذاعية والتلفزيونية:

➤ صحافة متخصصة إذاعية:

- تركز على نقل الأخبار والمعلومات بما يشمل تقارير الأخبار والبرامج المتخصصة في مجالات معينة مثل الرياضة، الثقافة، الاقتصاد، وغيرها.
- يمكنها تقديم تفاعل مع المستمعين من خلال الاتصالات والمداخلات المباشرة.
- تعتمد على الصوت كوسيلة رئيسية لنقل الرسائل والمعلومات.

➤ صحافة متخصصة تلفزيونية:

- تهتم بالبرامج الإخبارية لكنها تركز على البرامج الترفيهية المتخصصة التي تعتمد الصورة التلفزيونية.
- تشمل البرامج التحليلية، النقاشية، الوثائقيات، وغيرها التي تغطي مواضيع مختلفة مثل السياسة، الثقافة، العلوم، وغيرها.
- تستخدم الوسائط المرئية والسمعية معا مما يسمح بتقديم المعلومات بشكل أكثر تفصيلا وإيضاحا.
- قد تتضمن الصحافة التلفزيونية استخدام التقنيات الحديثة مثل الرسوم المتحركة والجرافيكس لتوضيح الأفكار والمفاهيم.