



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل



قسم الإعلام والاتصال

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

مطبوعة بيداغوجية بعنوان:

الصحافة الإذاعية والتلفزيونية

موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس تخصص إعلام

من إعداد الدكتور:

وليد شايب الدراع

السنة الجامعية 2026/2025

-توصيف المقياس ومحتواه البيداغوجي: يهدف مقياس الصحافة الإذاعية والتلفزيونية إلى تمكين الطلبة من فهم الأسس النظرية والتطبيقية للعمل الصحفي في الوسائط السمعية والبصرية، يتناول المقياس في محوره الأول الصحافة الإذاعية، بدءاً من تعريف الإذاعة، مروراً بالسياق التاريخي والتقني لنشأتها وتطورها، مع التركيز على دورها خلال الحرب العالمية الثانية بوصفها أداة للتأثير والدعاية وتعبئة الرأي العام، كما يتعرض هذا المحور لمبادئ اللغة الإذاعية وقواعد إعداد وقراءة النصوص السمعية، أما المحور الثاني فيخص الصحافة التلفزيونية، حيث يتناول مفهوم التلفزيون وتطوره التقني، وأبرز خصائصه السمعية-البصرية، كما يعرف الطلبة على مواضيع متنوعة مرتبطة بالصورة التلفزيونية، وأساليب صياغة المواضيع التلفزيونية، بما يسمح للطلبة باكتساب فهم شامل لبنية الرسالة الإعلامية في كل من الإذاعة والتلفزيون.

الجامعة	محمد الصديق بن يحي - جيجل
الكلية	العلوم الإنسانية والاجتماعية
القسم	قسم الإعلام والاتصال
المقياس	صحافة إذاعية وتلفزيونية
الفئة المستهدفة	طلبة السنة الثالثة ليسانس إعلام
الرصيد	05
المعامل	02
الوحدة	أساسية
طريقة التدريس	محاضرة + أعمال موجهة

فهرس المحتويات:

رقم الصفحة	المحتوى
05	مقدمة
06	مدخل تمهيدي
08	المحور الأول: الصحافة الإذاعية
08	أولاً: مفهوم الإذاعة
09	ثانياً: مراحل ظهور الإذاعة المسموعة
19	ثالثاً: خصائص الراديو كوسيلة إعلامية
22	رابعاً: أنواع الإذاعات
26	خامساً: البرامج الإذاعية
28	سادساً: تصنيف النظم الإذاعية في العالم
29	سابعاً: وظائف الإذاعة
30	ثامناً: وظائف الراديو عند هارولد ماندلسون
32	تاسعاً: الإذاعة في سياقها التاريخي
38	عاشراً: اللغة والكتابة الإذاعية
47	المحور الثاني: الصحافة التلفزيونية
47	أولاً: الصحافة التلفزيونية، مفاهيم أساسية
48	ثانياً: نشأة وتطور التلفزيون
51	ثالثاً: بداية البث المنتظم ونشأة الصحافة التلفزيونية
53	رابعاً: التطورات التقنية للتلفزيون

54	خامسا: عوامل تطور التلفزيون
55	سادسا: خصائص التلفزيون
57	سابعا: وظائف التلفزيون
57	ثامنا: أنواع القنوات التلفزيونية
59	تاسعا: الصورة التلفزيونية
60	عاشرا: التلفزيون وعملية التنشئة الاجتماعية
64	إحدى عشر: الأنواع الصحفية الإذاعية والتلفزيونية
72	اثنا عشر: الصحافة الإذاعية والتلفزيونية المتخصصة
77	ثلاثة عشر: المهن المرتبطة بالصحافة الإذاعية والتلفزيونية
86	خاتمة
87	قائمة المراجع

مقدمة:

في ظل التحولات المتسارعة التي يعرفها المشهد الإعلامي، تكتسي الصحافة الإذاعية والتلفزيونية أهمية بالغة بوصفهما من أقدم وأوسع وسائل الاتصال الجماهيري تأثيرا في الرأي العام وتشكيل الوعي الاجتماعي، وتتدرج هذه المطبوعة البيداغوجية ضمن مسعى أكاديمي يهدف إلى تمكين طلبة السنة الثالثة ليسانس إعلام واتصال من الإحاطة بالأسس النظرية والتاريخية والمهنية للصحافة السمعية البصرية، مع التركيز على خصوصيات الإذاعة والتلفزيون من حيث النشأة، الخصائص، الوظائف، والأنماط البرمجية والصحفية.

يتناول المحور الأول الصحافة الإذاعية من خلال تعريف الإذاعة وتتبع مراحل ظهورها وتطورها التاريخي، مع إبراز خصائص الراديو وأنواعه ووظائفه الاجتماعية والإعلامية، إضافة إلى تحليل اللغة والكتابة الإذاعية والنظم الإذاعية عالميا، أما المحور الثاني فيخصص للصحافة التلفزيونية، حيث يعالج مفاهيمها الأساسية، ونشأة التلفزيون وتطوره التقني، وخصائصه ووظائفه، ودوره في التنشئة الاجتماعية، إلى جانب دراسة الصورة التلفزيونية، والأنواع الصحفية، والتخصصات والمهن المرتبطة بهذا الحقل، وتهدف هذه المطبوعة إلى تزويد الطالب بمعارف منهجية تساهم في بناء رؤية نقدية وفهم علمي لممارسات الصحافة السمعية البصرية.

مدخل تمهيدي:

إن طبيعة وسائل الإعلام المستخدمة في كل مرحلة من مراحل تطور وسائل الاتصال تساعد على تشكيل المجتمع أكثر مما يساعد مضمون تلك الوسائل على هذا التشكيل. كانت هذه هي الفكرة التي اقترحها "مارشال ماكلوهان" لتوضيح العلاقة بين المجتمع ووسائل الإعلام كان لابد من المرور على مراحل تطور المجتمع من خلال تطور وسائل الاتصال، والتي يرى " ماكلوهان" أنها مرت بأربع مراحل.

1-المرحلة الشفهية: وتعرف بمرحلة ما قبل التعلم أي المرحلة القبلية.

2- مرحلة كتابة النسخ التي ظهرت في اليونان القديمة، واستمرت ألفي عام.

3- عصر الطباعة من سنة 1500 إلى سنة 1900 تقريباً.

4- عصر وسائل الإعلام الإلكترونية : من سنة 1900 تقريباً حتى الوقت الحالي.

أولاً: الاتصال الشفهي.

كان الناس في ظل هذا النظام يحصلون على معلوماتهم أساساً عن طريق الاستماع إليها من أناس آخرين، فقد اقترب الناس من بعضهم البعض في شكل قبلي، وقد فرض عليهم أسلوب حصولهم على المعلومات أن يؤمنوا بما يقوله الآخرون لهم بشكل عام؛ لأن تلك هي المعلومات الوحيدة المتوفرة لهم، فالاستماع كان يعني الإيمان.

وقد أثر أسلوب الاتصال على الناس وجعلهم عاطفيين أكثر، وذلك؛ لأنَّ الكلمة المنطوقة عاطفية أكثر من الكلمة المكتوبة، فهي تحمل عاطفة بالإضافة إلى المعنى، وكانت طريقة تنعيم الكلمات تنقل الغضب أو الموافقة، أو الرعب، أو السرور، أو التهكم إلخ¹.

¹ محمد علي فرح، صناعة الواقع: الإعلام وضبط المجتمع، مركز نماء البحوث والدراسات، بيروت، ص218.

باختصار، يجادل "مارشال بو" في كتابه "تاريخ الاتصال" بأن مرحلة الكلام الشفوي، بخصائصه المتأصلة (مثل سهولة الوصول، انخفاض الخصوصية)، قد شكل المجتمعات البشرية المبكرة وساعد في تشكيل ممارساتها الاجتماعية وقيمها الثقافية بطرق يمكن التنبؤ بها¹.

ثانياً: الاتصال السطري:

كانت القدرة على ربط العلامات الرسومية بالأفكار، وهي الأساس للكتابة، موجودة لدى البشر الأوائل قبل آلاف السنين من اختراع الكتابة الفعلية، ظهرت الكتابة نتيجة التحولات الاقتصادية والاجتماعية، وتحديداً مع ظهور القرى الزراعية الدائمة والحاجة إلى تسجيل الحسابات للممتلكات والمحاصيل، لم تكن الذاكرة البشرية كافية لتسجيل كميات كبيرة من المعلومات الكمية بدقة، مما أدى إلى ابتكار نظام الرموز المادية حيث يمثل كل رمز مادي عنصراً واحداً، مع نمو المدن والدول، تطور نظام الرموز إلى نظام الألواح الطينية المطبوعة، ثم إلى الكتابة المسمارية التي تستخدم رسومات رمزية للكلمات².

باختصار، يمكننا أن نقول: إن مجتمعات ما قبل التعلم كانت تحتفظ بالمضمون الثقافي في ذاكرة أجيال متعاقبة، ولكن تغير أسلوب تخزين المعرفة حينما أصبحت المعلومات تخزن عن طريق الحروف الهجائية، وبهذا حلت العين محل الأذن كوسيلة للحس إضافية، التي يكتسب بفضلها الفرد معلوماته، تعتمد على العين فقط وما يُتلقى من خلال القراءة في العقل من صور ذهنية تتناسب مع المخزون الثقافي لكل فرد.

وقد أكمل اختراع "جوتنبرج" ثورة الحروف الهجائية، فأُسّرت الكتب بعملية فك الشيفرة التي نسميها قراءة وتعددت النسخ المتطابقة، وساعد المطبوع على نشر الفردية؛ لأنه شجع - كوسيلة، أو أداة شخصية للتعليم - المبادرة والاعتماد على الذات، ولكن عزل المطبوع البشر، فأصبحوا

¹ Poe Marshall T, A History of Communications: Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet ,Cambridge University Press, 2011. Cambridge, United Kingdom,p54.

² Ibid. p66-65.

يدرسون وحدهم ويكتبون وحدهم، وأصبحت لهم وجهات نظر شخصية عبروا بها عن أنفسهم للمجتمع الجديد الذي خلقه المطبوع، وأصبح التعليم الموحد ممكناً¹.

ثالثاً: العودة إلى الاتصال الشفهي:

يسمي ماكلوهان المرحلة التي نعشيتها حالياً عصر: الدوائر الإلكترونية، كما تتمثل بشكل خاص في التلفزيون والكمبيوتر، فالإلكترونيات بتوسيعها وتقليدها لعمل العقل البشري، وضعت نهاية لأسلوب تجريد الواقع، وأعادت القبلية للفرد مرة أخرى، مما أحدث نتائج ثقافية واسعة النطاق. يقول ماكلوهان: إنَّ الأنماط الكهربائية للاتصال، مثل التلغراف والراديو والتلفزيون والسينما والتليفون والعقول الإلكترونية، تشكل هي الأخرى الحضارة في القرن العشرين وما بعده، فأصبحت عادة قراءة الكتاب أو الجريدة مختلفة عما مضى، فيقول ماكلوهان: "إنَّ الناس لا يقرؤون الجريدة فعلاً، بل يدخلونها كل صباح مثلما يأخذون حماماً ساخناً".

فالجريدة موجودة للإحساس بالاشتراك، وليس القراءة والتدبر، للإحساس بالمساهمة في شيء يستخدمها الفرد بشكل كلي، يقفز فيها كأنها بركة سباحة، ويقول «ماكلوهان»: إنه حينما يزيد اشتراك الفرد في شيء يقل فهمه له، ولكنه يعني (الفهم) وفقاً لوجهة النظر السطرية القديمة: أن يكون الإنسان واعياً بالقدر الذي تحويه السطور من معان.

وفقاً لماكلوهان: فإن العالم الذي كنا نعيش فيه قبل عصر الكهرباء كان عالماً مجرداً ومتخصصاً جداً، فبينما عملت الحروف الهجائية وتكنولوجيا المطبوع على تشجيع وتطوير عملية التجزئة والتخصص، وعدم الاندماج الكلي في المجتمع، نجد أن تكنولوجيا الكهرباء تقوي وتشجع التوحيد والاشتراك².

رغم ما أشار إليه "ماكلوهان" منذ ستينيات القرن الماضي من ضرورة وعي الأفراد بتأثير وسائل الاتصال على سلوكهم وإدراكهم، إلا أن الواقع يكشف عن تجاهل شبه تام لهذا الوعي.

¹ محمد علي فرح، مرجع سبق ذكره، ص 220.

² محمد علي فرح، المرجع السابق، ص 221.

فالأفراد غالبا ما ينشغلون بالمضمون الذي تقدمه الوسائل، دون الانتباه إلى الأثر العميق الذي تفرضه الوسيلة نفسها على طريقة التفكير والتفاعل.

وفي ظل التوسع الكبير في امتلاك الوسائط الرقمية، أصبح من الملاحظ أن كثيرا من الأفراد يستعوضون بها عن التواصل المباشر، ما أدى إلى تراجع الروابط الاجتماعية الفعلية، وظهور نزعات فردانية وانعزالية. لقد منحت الوسائل الجديدة، خاصة الرقمية منها، الأفراد حرية اختيار بيئة الاتصال التي تتماشى مع أهوائهم، مما ساهم في تفتيت الجمهور العام وتحويله إلى جماعات صغيرة مغلقة ومتجانسة، تتبادل نفس الأفكار وتعيش ضمن ما يشبه "فقاعات الاتصالية". وبذلك تراجعت أشكال الاتصال الجدلي والحوار المفتوح بين الفئات والطبقات المختلفة، لتحل محلها تفاعلات متكررة ومحدودة داخل الجماعة الواحدة، وهو ما يمكن اعتباره أحد أبرز مظاهر الانقسام الثقافي والتوصلي في عصر الإعلام الرقمي.

المحور الأول: الصحافة الإذاعية

أولا: مفهوم الإذاعة.

يمكن تعريف الإذاعة بأنها الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو المواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى أنحاء العالم. والأصل اللغوي لكلمة الإذاعة يعنى الإشاعة بمعنى النشر العام وذيع ما يقال، حتى أن العرب يصفون الرجل الذي لا يكتم السر بأنه رجل مذياع¹.

ويعرفها فضيل دليو كما يلي: الراديو أو الإذاعة المسموعة: ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية، بإمكانها اجتياز حاجز الأمية الملازم للوسائل المطبوعة والحوازر الجغرافية، والسياسية، وربط مستمعيها المتباعدين برباط مباشر وسريع².

¹ ريم عبود، مدخل إلى الإذاعة و التلفزيون، الجامعة السورية الافتراضية، سوريا، 2020، ص4.

² فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري الجزائر، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة قسنطينة، 2003، ص 88.

ثانيا: مراحل ظهور الإذاعة المسموعة.

اعتمدت الإذاعة المسموعة على عدد من الابتكارات والاختراعات العلمية السابقة يمكن تناولها على الشكل التالي:

1-التلغراف.

يمثل التلغراف نقطة تحول محورية في تاريخ وسائل الاتصال، ويعد عند "ماكلوهان" بداية عصر الانفصال بين المعلومة والمكان، أي اللحظة التي انفصلت فيها الرسالة عن الجسد البشري لأول مرة.

شهد التلغراف في القرن التاسع عشر انطلاقة ثورية بوصفه أول إختراع كهربائي واسع النطاق، ساهم في تسريع تبادل المعلومات وتنسيق حركة النقل، لاسيما مع السكك الحديدية، بدأ تطويره الفعلي في أربعينيات القرن، متزامنا مع تحولات عميقة في فهم الكهرباء وعلاقتها بالمغناطيسية. استخدمت في البداية التفاعلات الكيميائية للكشف عن الإشارات، قبل أن تحل الأجهزة الكهرومغناطيسية محلها، مما سمح بقياس التيارات وتحويلها إلى إشارات قابلة للفهم. ساهم التلغراف في توسيع شبكات الاتصال على نطاق عالمي، مما استدعى تعاونا دوليا لوضع المعايير التقنية. كما مهد لظهور تمثلات جديدة في الفيزياء مثل فكرة "المجال" التي لعبت دورا حاسما في نظرية ماكسويل، وأثرت لاحقاً في تطوير نظرية الكهرومغناطيسية والفيزياء الحديثة. لقد شكّل التلغراف نقطة التقاء بين العلم والصناعة، وأسّس لعصر جديد من الاتصال الفوري العابر للمسافات¹.

¹ Grégoire Wallenborn, Le télégraphe, l'éther et la fée Électricité, in: Ernest Solvay et son temps, éd. par A. Despy-Meyer et D. Devriese, Bruxelles: Archives de l'ULB, 1997, p46.

وكلمة "تلغراف Telegraph" مشتقة من اللغة اليونانية وهي تتكون من مقطعين "Tele" ويعني عن بعد و "graph" ويعني الكتابة، واستطاع الأمريكي "صمويل مورس" اختراع التلغراف عام 1837، لم يكن مورس عالما بل كان رساما يعمل أستاذاً للأدب والتصميم الفني في جامعة نيويورك، وقد أنشأ مورس ورشة في أحد مباني الجامعة للقيام بأشياء عديدة لشغل وقته، ثم توصل مورس إلى نظام للتلغراف أتاح له نقل الرسائل على مسافة وذلك باستخدام السلك الملفوف حول نفسه¹.

اختبر "صمويل مورس" نموذجهُ الأولي عام 1837. تعتمد هذه العملية، القائمة على الكهرومغناطيسية، على إعادة إنتاج الإشارات الصادرة باستخدام رافعة تُسمى "المناول"، والتي ترسل عن بعد نقطة أو شرطة حسب مدة انخفاضها (الشرطة القصيرة تقابل نقطة، والشرطة الطويلة تقابل شرطة)، بعد الإشارة، يضمن المحرك الكهربائي لجهاز الاستقبال حركة شريط من الورق عليه علامات نقاط وشرطات، تشير إلى أحرف أو أرقام. هذه هي "شفرة مورس" المعروفة عالمياً. لاحقاً، استبدل مورس الشريط الورقي بنسخة صوتية، تُعرف باسم "مسبار مورس"، مما سمح لعمال التلغراف، الذين يعيدون بناء التراكيب سمعياً، بإرسال عدد أكبر من البرقيات، أرسلت أول برقية عام 1844 على خط واشنطن-بالتيمور، الذي بني بدعم من الكونغرس الأمريكي، أما في فرنسا فقد اعتمد التلغراف الكهربائي في أربعينيات القرن التاسع عشر مع تركيب خطوط السكك الحديدية، أنشئ أول خط عام 1845 بين باريس و عاصمة مقاطعة النورمادي روان، وفي العام التالي بين باريس وليل، وقد شجع نابليون الثالث هذا الازدهار، حرصاً منه على التحديث².

يمكن القول أن التلغراف هو أول وسيلة إلكترونية حقيقية، ساهمت التلغراف في تحرير المعلومة من قيود الزمن والمكان، كما أنهى احتكار الطباعة للمعرفة، وأعاد بعض خصائص الشفوية عبر سرعة التواصل مهد الطريق لبروز الوسائط الفورية كالإذاعة والتلفزيون والإنترنت، إضافة إلى هذا غير ترتيب أولويات الإدراك عند الإنسان: لم يعد الزمان والمكان يشكلان حاجزا

¹ ريم عبود، مرجع سبق ذكره، ص4.

² Thierry Débonnaire, Photographies, Musée de La Poste, FICHE PEDAGOGIQUE, P3.

للفعل كما أكد أن التلغراف غير العلاقة بين المضمون والوسيط، فصار الأسلوب والسرعة في نقل المعلومة أكثر تأثيرا من محتواها الفعلي.



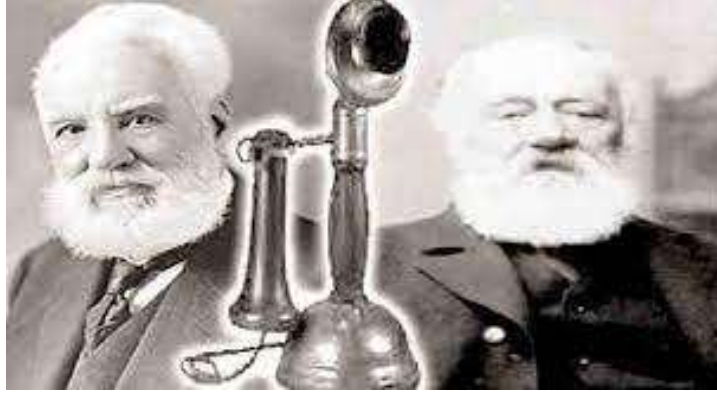
- صور سفينة مكلفة بمد كوابل التلغراف عبر المحيط

2- الهاتف.

رغم أن الشائع أم الأمريكي "غراهام بال" صنع أول وسيلة لنقل الصوت بعد عدة تجارب هنا و هناك، مما مهد لظهور الهاتف الأول الذي عرفته البشرية سنة 1876، إلا أنه انتصح لاحقا¹، أن الايطالي "موتيشي" هو مخترع الهاتف وليس الأمريكي غراهام بل كما هو شائع، بدأ "انطونيو موتيشي" في عرض اختراعه هذا عام "1860" في صحيفة محلية ناطقة باللغة الايطالية، وفي عام 1871 قدم طلبا مؤقتا ومدفوعا للحصول على براءة الاختراع لكن بسبب عدم حيازته على المال لتجديدها انتهت مدتها عام "1874" ومنحت براءة اختراع الهاتف بعد عامين 1876 إلى "غراهام بل" الذي كان يعمل في المختبر الذي وضع موتيشي معداته فيه، 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 للهاتف².

¹ طيب أحمد محمد، الهاتف النقال في الجزائر بين التطور والتحديات، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2013-2014، ص44.

² ريم عبود، مرجع سبق ذكره، ص4.



- 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 الضوء¹.

بين ماكسويل أن اهتزاز شحنة كهربائية ينبغي أن يولد حقلاً كهرومغناطيسياً ينتشر بعيداً على هيئة أمواج كهرومغناطيسية "**transverse waves**" يتقاسم الطاقة فيها بالتساوي حقل كهربائي وحقل مغناطيسي، حيث يتعامد الحقلان فيما بينهما ومع اتجاه انتشار الأمواج، بل إن ماكسويل نجح في بيان أن سرعة هذه الأمواج تساوي سرعة الأمواج الضوئية التي سبق قياسها. وهذا ما جعله يجزئ على القول إن الضوء ذاته هو ضرب من الأمواج الكهرومغناطيسية. بل إنه وسّع وجهة نظره تلك ليتنبأ بوجود أمواج كهرومغناطيسية ذات تواتر أخفض تدعى بالأمواج الراديوية وهي أمواج لم تكتشف إلا بعد وفاته، وذلك على يد هرتز Hertz عام 1887².

¹ ريم عبود، المرجع السابق، ص 04.

² أحمد حصري، ماكسويل جيمس كلارك، الموسوعة العربية، المجلد السابع عشر، منشورات وزارة الثقافة السورية، 2007، دمشق، ص 510.



-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 الظهور الإذاعة المسموعة " الراديو " التي تقدم كل هذه الخدمات وتحققها بأسهل الطرق وأقل التكاليف¹.

من الواضح أنه إذا تم استخدام الأمواج لنقل الإشارات، فسيتعين تحويلها إلى صوت بعد انتقالها عبر الفضاء، لم يفعل ماكسويل شيئاً حيال ذلك، ولا هرتز أيضاً، كانت النبضات الواردة عبارة عن تيارات عالية التردد؛ تهتز عدة مرات في الثانية، بسرعة كبيرة لدرجة أن الأذن البشرية غير قادرة على إدراكها، كانت هناك حاجة إلى آلة لاكتشاف الأمواج ولتصحيح الإشارات أو تغييرها إلى تيارات منخفضة التردد يمكن فهمها².

¹ ريم عبود، مرجع سبق ذكره، ص 04.

² ORRIN E. DUNLAP, MARCONI THE MAN AND HIS WIRELESS, The Macmillan Company, New York, 1937, p16.



- العالم الألماني هنري هرتز.

5- اكتشاف الإذاعة المسموعة.

ويعود اكتشاف 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 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 الطويلة¹.

أتاحت الفرصة لماركوني لدراسة الأبحاث النظرية التي قام بها قبله العالم الاسكتلندي "جيمس ماكسويل" وأبحاث الفيزيائي الألماني "هانريك هيرتز" الاختبارية، التي تتحدث عن موجات كهربائية لم تكن معروفة من قبل، تستطيع أن تعبر من أحد جوانب الغرفة إلى الجانب المقابل، واستحوذت هذه النظرية على اهتمامه، إلى حد أنه فكر فيها تفكيراً عميقاً، وهده تفكيره إلى إمكان استخدام هذه الموجات في صنع جهاز لإرسال البرقيات بلا أسلاك، مكثفياً بهذه الموجات

¹ ريم عبود، مرجع سبق ذكره، ص 05.

الكهربائية .. ولم تكد الفكرة تسيطر على باله حتى شرع في تجار به عازما على إخراجها إلى عالم التطبيق، وتمكن في بضعة شهور من من صنع جهاز إرسال وجهاز التقاط عام 1894¹. مضى عام على التجربة الأولى التي كتب لها التوفيق وكانت مرحلة كافية اقتنع فيها بعرض أمر اختراعه على الحكومة الايطالية، ولكنه لم يجد من هذه السلطات أذنا صاغية، إذا لم تر في اختراعه ما يستحق الاهتمام ولم يكن موقف الحكومة الايطالية السلبي نحو اختراع ماركوني ليقلل من إرادته بل زاده إصرارا، وخطر له أن يعرض اختراعه على الحكومة البريطانية، وما إن اختمرت هذه الفكرة في رأسه حتى شد رحاله إلى انكلترا، وكان ذلك في سنة 1896 وعرض نتائج فكره وتجاربه على السلطات هناك التي كانت عند حسن ظنه فسمحت له بالمضي في تطوير تجاربه في مختبرات وزارة البريد، وفي سنة 1899 جهز ماركوني سفينتين أمريكيتين بجهازه اللاسلكي .. وذلك من اجل نقل انباء سباق القوارب الذي كان يجري في مدينة نيويورك وقد احدث هذا النجاح ضجة عالمية، انشئت على اثرها "شركة ماركوني الامريكية" ، وفي العام التالي أسس شركة "ماركوني العالمية البحرية" وذلك بغية توفير خدمات الاتصالات بين السفن ومحطات المواني².

6- الاستخدامات الأولى للإذاعة:

لفتت العروض التي قدمها ماركوني " عام 1896 ونجاحه في إرسال الرسائل لاسلكيا، لفتت 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.

وقد أكدت الكارثة التي لحقت بسفينة الركاب تيتانك سنة 1912 مدى أهمية الراديو، ففي ذلك العام حدثت الكارثة الكبرى، غرقت السفينة العملاقة في أول رحلة لها، عندما اصطدمت بجبل من جبال الجليد العائمة، وكانت أفخم سفينة صنعت حتى ذلك العهد، والتي قالوا عنها "السفينة

¹ حسن احمد جغام، ماركوني مخترع اللاسلكي، سلسلة حياة عباقرة العلم، دار المعارف للطباعة والنشر، تونس، 1989، ص8.

² المرجع نفسه، ص10-11.

التي لا تغرق، ولكنها غرقت وغرق معها نحو 1500 شخص، وكانت مجهزة بأجهزة اللاسلكي، وحين كانت السفينة تلاقى مصيرها المشؤوم، أرسل عامل اللاسلكي إشارات النجدة .. ولكن الإغاثة لم تصل بالسرعة المطلوبة، لأن السفن لم تكن جميعها في ذلك العهد مجهزة بجهاز "ماركوني" إلا أنه بفضل هذا الاتصال كانت إحدى السفن البعيدة مجهزة باللاسلكي، واستطاعت هذه السفينة إنقاذ سبعمائة واثنى عشر شخصا من ركاب السفينة الغارقة¹.

وقد بزغ نجم مهندس شاب يدعى "ديفيد سارنوف" في هذه الحادثة وهو موظف في صفوف شركة ماركوني الأمريكية، حيث ظل "سارنوف" أمام مفاتيح تلغرافه في إحدى محطات الراديو بمدينة نيويورك ليقوم بحل شيفرات الرسائل القادمة من موقع السفينة ولمدة ثلاثة أيام ظل يحيط الرأي العام بتطورات الحادث، وبعد ذلك انتقل من منصبه إلى مواقع أكثر أهمية في الشركة².

بعد ثلاثة أشهر، في مارس 1897، نشرت مجلة ستراند اللندنية "مقابلة مع السيد ماركوني". على الرغم من افتقارها إلى التفاصيل التقنية، إلا أنها كانت ستحدث ضجة كبيرة كانت المقابلة مصحوبة بصورة فوتوغرافية شهيرة تظهر ماركوني جالساً خلف جهازه (الصورة المرفقة)³.



-غوليلمو ماركوني وأمامه الجهاز الذي اخترعه (الراديو).

¹ حسن احمد جغام، مرجع سبق ذكره، ص19.

² ريم عبود، مرجع سبق ذكره، ص05.

³ Leone, M., Robotti, N. Guglielmo Marconi, Augusto Righi and the invention of wireless telegraphy. EPJ H 46, 16 (2021) P16. <https://doi.org/10.1140/epjh/s13129-021-00021-w>

7- 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 عن طريق جهاز يسمح بإذاعة إشارات وذلك إنطلاقاً من المحطة التي أقيمت في "ماساشوستس" الأمريكية، وفي نفس العام تم اكتشاف العديد من المواد المعدنية قادرة على تلقي إرسال الراديو، وأمكن صناعة جهاز استقبال للراديو رخيص للغاية، وبوسع أي شخص تقريباً أن يصنعه بأبسط المهارات.

8- 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 الإلكترونيات¹.



- الصمام المفرغ

حيث كان الاكتشاف الذي توصل إليه "لي دي فورست" (Lee De Forest)، والذي تمثل في اختراع الصمام المفرغ الثلاثي، وقد شكل نقطة تحول أساسية، ليس فقط في تطوير جهاز المذياع (الراديو)، بل في انطلاق عصر الإلكترونيات الحديثة بشكل عام، حيث يمثل الصمام المفرغ

¹ ريم عبود، مرجع سبق ذكره، ص05.

العنصر الحيوي الأهم في تضخيم الإشارات الكهربائية الضعيفة، حيث مكن لأول مرة من استقبال الإشارات اللاسلكية وتكبيرها ثم إرسالها عبر الأثير، مما جعل البث الإذاعي الجماهيري ممكناً تقنياً وفعلياً، وقد ساهم هذا الإنجاز في فتح الباب أمام ظهور الإذاعة كوسيلة جماهيرية، تصل إلى آلاف المتلقين في الوقت نفسه، وتشكل أول تجل حقيقي لوسائل الإعلام الجماهيرية، تجدر الإشارة هنا أن تأثير هذا الاختراع لم يقتصر على الإذاعة فحسب، بل أسس لما يُعرف لاحقاً بصناعة الإلكترونيات، وكان عاملاً حاسماً في تطور أجهزة مثل: الهاتف، التلفزيون، والرادار، وصولاً إلى الحواسيب..

9- بدء الإذاعة المبرمجة:

وفي سنة 1920 قام الدكتور "كونراد" المهندس في شركة "وستجهاوس" 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.

10- الإذاعة كخدمة إذاعية منتظمة:

يؤرخ تاريخ 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 برامجهما 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، وخلال النصف الأخير من عام 1921 صدرت ترخيصات لإنشاء 32 محطة جديدة وارتفع هذا الرقم في النصف الأول من عام 1922 إلى 254 محطة وانطلقت الإذاعة المسموعة كوسيلة

إعلام جماهيرية رغم وجود العديد من المشكلات، حتى أصبحت من أقوى أجهزة نقل الرسالة الإعلامية في جميع أنحاء العالم¹.

إن إذاعة KDKA محطة محورية وتاريخية في تطور الإعلام، إذ تمثل الولادة الفعلية للبث الإذاعي الجماهيري المنظم، وهي لحظة حاسمة في التحول من الاتصال الفردي إلى الإعلام الجماهيري الإلكتروني، حيث مثلت الانتقال من الاتصال الخاص (نقطة إلى نقطة) إلى الاتصال العام (نقطة إلى جمهور).

وصل عدد أجهزة الراديو إلى ثلاثة ملايين جهاز و كان العامل الأساسي الذي ساعد الإذاعة على تحقيق رسالتها، عامل الترفيه في حين جاءت المواد الإخبارية في المرتبة الثانية، و هكذا بدأ الصراع بين الإذاعة والصحيفة كوسيلة اتصال جماهيرية خاصة عندما كسبت الإذاعة الكثير من الإعلانات بينما تراجعت أسهم الصحف.

عرفت الإذاعة في الثلاثينات فترتها الذهبية، حيث اعتمد عليها التجار وأصحاب السلع للترويج لبضائعهم، إلا أنها تعرضت بعد ذلك لمعارضة شرسة من طرف أصحاب الصحف المحلية ووكالات الأنباء لمنعهم من بيع الأخبار إلى محطات الإذاعة، لكن هذا الضغط لم يدم طويلا حيث شرعت عام 1945 الصحافة المتحدة "up" التابعة لعائلة سكر بيس و وكالة خدمة الأخبار الدولية التابعة لعائلة هيرست في عرض خدماتها للإذاعة ثم في عام 1949 بدأت الوكالات العالمية للصحافة المرتبطة "AP" تمد الإذاعات بالأخبار².

ثالثا: 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.

¹ ريم عبود، المرجع السابق، ص06.

² عيسى بن هاشم، لمحة عن نشأة الإذاعة في العالم وفي الجزائر، المجلة المغربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، المجلد 03، العدد 01، 2011، ص 206.

- 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 الأمنيين الذين لا يقرؤون ولا يكتبون فرصة الحصول على الثقافة والمعرفة والمتابعة للأحداث والأنباء 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.
- 7- يخلق الراديو جوا من الألفة والصداقة بينه وبين مستمعيه، ومن ثم فإن مستمع الراديو يتوقع دائما أن يستمع من هذا الجهاز لكل ما هو صادق وأمين وواقعي.
- 8- تبدو الأشياء التي يتم سماعها عبر الراديو وكأنها تحدث الآن أي على الهواء، حتى أن العديد من المستمعين يعتقدون أن ما يسمعون من برامج مسجلة على شرائط إنما هي برامج حية وفورية.
- 10- لا يتطلب الاستماع إلى الراديو سوى استخدام حاسة السمع فقط، وبذلك ترتاح بقية الحواس الأداء دورها في وظائف أخرى.
- 11- 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.
- 12- يمكن باستخدام الصوت إضفاء الحيوية، والقدرة على إقناع مستمعي النصوص الإعلانية مما يساعد - كما يقول خبراء الإعلام - على تحقيق السمة الشخصية في العملية البيعية، إذ يشعر المستمع أن الرسالة الإعلانية قد أعدت له بصفة شخصية، ويتم ذلك باستخدام بعض الكلمات الموحية مثل: عزيزي المستمع - سيدي - سيدتي.... الخ
- 13- يحقق الراديو ميزة هامة للمعلنين وكتاب النصوص الإعلانية، وهي فورية النص الإعلاني، حيث يمكن الوصول إلى المستمع في أي مكان وبأسرع وقت، ويمكن تغيير النص الإعلاني في

الدقائق الأخيرة من توقيت الإذاعة، مما يساعد في ترويج المواسم البيعية مثل المعارض والاكازونات¹.

التصنيف	الخاصية
خصائص صوتية وفنية	وسيلة سمعية خالصة، لا تعتمد على الصورة، يستخدم الصوت لإضفاء الحيوية والإقناع، الإذاعة تعتمد على النبرة والموسيقى والمؤثرات الصوتية لإثارة المشاعر.
سهولة الاستهلاك	لا يحتاج إلى تركيز بصري أو جهد كبير مقارنة بالصحافة أو التلفزيون، يمكن الاستماع أثناء ممارسة أنشطة أخرى كالعمل أو التنقل.
تأثير وجداني وخيالي	يحرر خيال المستمع ويطلقه دون قيود بصرية، يخلق جوا وجدانيا عاطفيا خاصا بين المذيع والمستمع، يثير المشاعر الوطنية خلال الأزمات والحروب.
التفاعل والإقناع	يمنح المستمع شعورا بالعلاقة الشخصية (مثال: "عزيزي المستمع") يعطي الانطباع بأن الرسائل الإعلانية موجهة مباشرة إلى الفرد.
الفورية	يمنح الإحساس بأن ما يبيث يحدث الآن حتى إن كان مسجلا، يتعامل مع الأحداث فور وقوعها.
وسيط ديمقراطي	يخاطب جميع فئات المجتمع بمن فيهم الأميون، يمنح الفرصة للحصول على المعرفة دون الحاجة إلى القراءة أو الكتابة.
المصدقية والألفة	فعال في الحملات التسويقية، يعتمد على البساطة واللغة المحكية.

-جدول من إعداد الباحث بناء على خصائص الراديو الواردة في المرجع أعلاه.

¹ ميلاد جرجس، الإذاعة والتلفزيون كظاهرة عالمية، عمان، دار الغيداء، 2019، ص 22.

رابعاً: أنواع الإذاعات.

1- حسب المعيار الجغرافي

أ- 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، وذلك بخمسين لغة تقريباً، 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، ثم اليابان تجاه محيطها الآسيوي، فبريطانيا، فرنسا... إلى حد أصبحت لمعظم الدول إذاعات دولية تبث بلغات متعددة، وتغطي معظم أرجاء المعمورة، وتستعمل هذه المحطات الكبرى إمكانات مالية بشرية وعلمية ضخمة¹.

كما يمكن الإشارة أن الإذاعات الدولية تتخذ أشكالاً وأنماطاً متعددة، كالإذاعات التي تبثها الدول والهيئات مباشرة لشعوب الدول المستهدفة عبر الحدود الدولية، ويدخل في نطاق الإذاعة الدولية أيضاً تبادل البرامج الإذاعية والتلفزيونية المسجلة بين دولتين أو أكثر بموجب اتفاقيات معقودة بينها أو داخل إطار بروتوكولات التبادل الثقافي التي تبرمها الدول مع بعضها. وهناك أيضاً النقل المباشر للبرامج من دولة إلى دولة أو إلى دول أخرى كذلك إعادة بث البرامج على موجات الدولة المستقبلية المحلية ويتطلب هذا النمط من البث تعاون وثيق بين الدول المشتركة².

¹ مالك شعباني، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي اصحي لدى الطلاب الجامعي دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة و بسكرة، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، 2006، قسنطينة، ص75.

² محمد عبد البديع السيد، الإذاعات العربية والدولية، نشر شخصي للمؤلف، دس، ص3.

ب- الإذاعة الإقليمية:

الإذاعة الإقليمية إذاعة تخاطب جماهير مجتمعات تعيش داخل إقليم محدد طبقاً 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 إقليماً مستقلاً.

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 متناسقة تجمعها المصالح الاستيطانية، ويمكن أن تنشأ بها إذاعات محلية صغيرة¹. وحسب الدكتور "منير حجاب" في كتابه "الموسوعة الإعلامية" فمصطلح المحطة الإقليمية يستعمل بعدة معاني فهو مشابه لمصطلح "الإذاعة المحلية" حيث يقول أن المحطة الإقليمية هي التي تغطي بإرسالها مدينة معينة أو دائرة محددة تشمل إقليمياً داخل الدولة بحث يشكل هذا البعض جمهور مستمعيها².

ج- 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 جميعاً، 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 هدفاً لها، في كل ما تقدمه من برامج³.

¹ مالك شعباني، مرجع سبق ذكره، ص 75.

² رشيد خضير، دور الإذاعة المحلية وأهميتها في تنمية المجتمع المحلي: دراسة في الوسائل والأساليب، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 04، العدد 01، 2016، ص 108.

³ مالك شعباني، المرجع الأسبق، ص 75.

د-الإذاعة المحلية:

تعرف الإذاعة المحلية بأنها " أحد روافد الإعلام المحلي الذي ينبثق من بيئة معينة ومحددة، ويوجه إلى جماعة بعينها ترتبط مع بعضها البعض بحيث يصبح الإعلام مرتبطا ارتباطا وثيقا بحاجة هؤلاء الناس، مما يجعله انعكاسا للتراث الثقافي والقيمي في هذه البيئة، ويعتمد المجتمع المحلي اعتمادا كليا على كل ما في الإذاعة من أفكار، بحيث تكون هناك الأفكار السائدة بين الجمهور المستهدف، وتصبح القيم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والعادات والتقاليد هي التي تكون في النهاية أسلوب وشكل ومضمون الإعلام المحلي¹.

كما يمكن القول أنها 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، كان 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، ففي المملكة المتحدة (بريطانيا) التي بدأت في 08 نوفمبر سنة 1967 لإذاعة "ليستر" المحلية، أصبحت ثمان محطات محلية سنة 1969، ثم عشرين محطة سنة 1973².

هـ-الوظائف التنموية للإذاعات المحلية في مجتمعاتها المحلية:

✓ في مجال التنمية السياسية الإذاعة المحلية لها وظيفة في مجال التنمية السياسية لمجتمعاتها المحلية كونها تساهم في تحقيق الوعي السياسي والتكامل الأفراد مجتمعها المحلي.

¹ رشيد خضير، مرجع سبق ذكره، ص108.

² مالك شعباني، مرجع سبق ذكره، ص75.

- ✓ في مجال التنمية الاقتصادية تهيئة المناخ للتنمية الشاملة لكون الإذاعة المحلية تستعمل كأداة للتعبير عن التخطيط الحكومي وكوسيلة لنقل أبعاده إلى الجماهير.
- ✓ في مجال التنمية الاجتماعية تعد الإذاعة المحلية الأساس في إنماء الوعي الاجتماعي بالمجتمع المحلي، فهي تحرص على تقديم مختلف القيم الإيجابية والبناءة لهذا المجتمع، ومعالجة القيم السلبية السائدة بالمجتمع والقضاء على المشاكل الاجتماعية التي قد تعوق تنمية مجتمعه المحلي.
- ✓ في مجال التنمية الثقافية تتمثل وظيفتها في مجال التنمية الثقافية كونها تعمل على تنمية الوعي الثقافي لدى أفراد المجتمع المحلي من خلال برامجها التي تعنى بتأكيد الانتماء والهوية الثقافية مجتمعه المحلي، كما تسهم في ضمان الأمن الثقافي للمجتمع المحلي وصيانة ذاتيته الثقافية¹.

2- حسب معيار التخصص:

- أ- إذاعات عامة: هي تلك الإذاعات التي تغطي مختلف القضايا عن طريق شبكة برمجية متنوعة لجمهور واسع وعريض.
- ب- إذاعات متخصصة: هي تلك الإذاعات السميعة التي تقدم نوعيات متخصصة من البرامج لفئات معينة من الجمهور.

خامسا: البرامج الإذاعية.

1- أنواع البرامج الإذاعية.

يمكن تصنيف البرامج الإذاعية إلى ما يلي:

أ- البرامج الحوارية:

وهي البرامج التي يستضيف فيها المذيع ضيف معه في البرنامج ويحاوره.

تصنيفات البرامج الحوارية:

✓ حوار فردي: مع شخص واحد.

¹ شهرزاد بوهدة، دور الإذاعة المحلية في تنمية المجتمع المحلي الجزائري، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 03، العدد 02، 2020، ص 370.

✓ حوار المذيع نفسه وهو أن يكون المذيع هو الضيف، أي يكون المذيع عنده خبرة ومعلومات في المجال الذي يقدمه في برنامجه.

أهداف البرامج الحوارية:

- ✓ زيادة المعرفة وتوعية الجمهور.
- ✓ تبادل الأفكار والآراء.
- ✓ بحث وتحليل المشكلات.
- ✓ زيادة المعرفة وتوعية الجمهور.
- ✓ تسليط الضوء على قضايا تشغل الرأي العام.

مكونات البرامج الحوارية:

- ويتكون البرنامج الحوارى من مجموعة مكونات متداخلة مع بعضها البعض، وهي:
- ✓ مقدم البرنامج الحوارى وضيفه.
 - ✓ القضية التي يتحاوران فيها.
 - ✓ الأجهزة المستخدمة، والوقت أو المدة التي يتطلبها الحوار أو النقاش.
 - ✓ الأسئلة التي يوجهها مقدم البرنامج لضيفه¹.

ب- البرامج الإخبارية: وتضم النشرة الإخبارية، التحقيقات واللقاءات، وكل البرامج الإخبارية التي تصحب النشرات من تعليق وتفسير، وقد يدخل ضمن هذا الإطار البرامج الخاصة بالمناسبات الوطنية والعالمية، وكذا البرامج الإخبارية التي تهتم بالندوات الصحفية، واللقاءات مع الشخصيات البارزة في المجتمع، وتقديم المعلومات والأحداث والحقائق عن العالم من خلال مراسلين أكفاء، ووكالات أنباء، كما يدخل ضمن هذا البرنامج المواضيع والأحداث الرياضية في الوطن، والعالم، المسجلة والمباشرة.

¹ محمد جفيري، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دار صناع الإبداع للإنتاج والتوزيع، 2017، الإمارات، ص15.

ج- **البرامج الثقافية التربوية:** وتتدرج ضمنها كل البرامج التي تبرز قيم وعقائد الشعوب وأفكار معينة لتتوير الجمهور، إما أن تكون على شكل مجلة ذات فقرات متنوعة تشمل لقاءات حية، أو ندوات أو معارض...، أو كل ما من شأنه أن ينشر الثقافة والتعليم.

د- **البرامج الدينية:** ويشمل هذا النوع من البرامج تلاوة القرآن الكريم الأحاديث النبوية الشريفة والصلوات محادثات أو ندوات في مجال الدين والتي تتعلق بجوانب التوجيه والسيرة والتربية....

هـ- **البرامج السياسية:** وهي البرامج التي تهتم بالحياة السياسية الوطنية منها والدولية، كمناقشة القرارات الصادرة عن السلطة، طرح البدائل، وإعطاء وجهات نظر، وإجراء مقابلات ولقاءات حول موضوع من المواضيع التي تهتم بالحكومة والدولة.

و- **البرامج الاجتماعية والاقتصادية:** وتهتم بالقضايا الاجتماعية المختلفة للأفراد، والتعريف بالأوضاع الاقتصادية والاجتماعية للدولة أو المجتمعات والمساهمة في دفع عجلة التنمية، وهي بذلك تقدم خدمة اجتماعية مميزة للمجتمع، كما تهتم بقضايا الطفولة، وحقوق الإنسان، ومشاكل الشباب¹.

ز- **البرامج الوثائقية:** وهي برامج تعرض معلومات ودراسات جديدة حول الطبيعة أو التاريخ وغيرها من العلوم، وتتعامل هذه البرامج مع الأخبار والمعلومات والآراء، حيث تغطي الأحداث والأفكار الجارية أو التاريخية، ويمكن أن تتضمن حتى القضايا المطلقة غير المحددة بزمان معين، ويعتبر بعض رجال الإعلام والنقاد البرامج الوثائقية أعلى شكل من أشكال فن المعلومات والأخبار، حيث تقدم المعلومات ووجهات النظر.

ح- **البرامج الاجتماعية:** وهي مثل البرامج الصباحية، كالتى تتحدث عن الأمور الاجتماعية، والمشكلات الاجتماعية والأمور التي تشغل المرأة من ملابس ومستلزمات تجميل ومشكلات أسرية وغيرها².

¹ مالك شعباني، مرجع سبق ذكره، ص 98.

² محمد جفيري، مرجع سبق ذكره، ص 18.

سادسا: 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:

أ- 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 الجماهير بأفكار محددة مثل تفسير السياسات الحكومية، والترويج لأنشطتها وتحديد أولويات القضايا التي تهم المجتمع من المنظور الحكومي.

ب- 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.

ج- 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.

د- 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 الإلكترونية¹.

سابعاً: وظائف الإذاعة.

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

أ - الوظيفة الإخبارية: 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 تلفزيونياً، أو مشغلاً بإحدى وسائل الإعلام، ولذا فإنه تعتبر الوظيفة الإخبارية من جمع وتخزين ومعالجة ونشر مختلف المعلومات أنباء معلومات، صور، آراء، وتعليقات، من أهم وظائف الاتصال ويلاحظ ذكر الآراء والتعليقات ضمن الدور الإخباري، لأننا نرى بأن هذا الأخير هو في حد ذاته تعبير الرأي، ونقل رأيي للتأثير على آراء، فقد توزع وسائل الاتصال أخباراً خاطئة للتأثير على الرأي العام، كما أن الأساليب العلمية التي تستعملها هذه الوسائل في التعامل مع الأخبار من تكرار تجاهل ترتيب، تنوع، تشويق، إثارة تحويل الانتباه... تعتبر من أنجع السبل لتغيير الآراء، وتوجيه الرأي العام.

ب - وظيفة التربية والتعليم والإصلاح الاجتماعي: إذا كانت الوظيفة الإخبارية هي الوظيفة الأساسية لوسائل الاتصال، إذ بواسطتها نتمكن، في أحسن الحالات، من تجديد معلوماتنا تباعاً، فإن هذه "الحاجة للاستعلام ليست بالضرورة نفعية فقط، بل هي أيضاً 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 تبعاً لطبيعة القيم

¹ فاطمة تيميزار، دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير العمل السمعي البصري في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2016، ص 99.

الاجتماعية أو المادة الاجتماعية" الموجهة إلى المرسل إليه. ومن ثم يمكن القول بأن لوسائل الاتصال دور كبير في مجال التربية والتعليم والإصلاح الاجتماعي (محو الأمية، تعليم اللغة، التعليم الموازي).

ج - الوظيفة التنموية: تكملة لهذا الدور (أي وظيفة التربية والتعليم والإصلاح الاجتماعي) تأتي وظيفة وسائل الاتصال التنموية في المجال الاقتصادي خاصة، ويتم ذلك أساساً من خلال الإعلانات والبرامج الإرشادية والتوعية، وكذا الوظيفة التسويقية، وعليه تعتمد جميع الدول خاصة منها المتخلفة اقتصادياً، إلى تطوير نظمها الخاصة بالاتصال، ووضع استراتيجيات محددة لها للتحكم في اقتصادها وتنميتها، فقد أصبح الاتصال عنصراً تنموياً، 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 سابقتها، 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"¹.

ثامناً: وظائف الراديو عند هارولد ماندلسون.

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 التي كشفت عنها هذه الدراسة ما يلي:

-**يحصّر الراديو يوم المستمع أو ينظمه، أو يضعه بين قوسين:** يرتبط الراديو بوظيفة هامة أيضاً، وهي أنه يحقق نغمة أو إيقاعاً معيناً للنشاط اليومي، فالأسلوب الإذاعي يناسب إلى المستمع في الصباح وبعده، قبل أن يخرج إلى العالم الخارجي بأن يقدم له ما جرى في العالم من أحداث

¹ مالك شعباني، مرجع سبق ذكره، ص 92.

بالأمس، وحال هذا اليوم، والتهديدات المحتملة الروتينية اليومية، كما يساهم الإرسال الصباحي مساهمة كبيرة في تشكيل مزاج المستمع وفي تحديد إطاره العقلي، كما أن إرسال نهاية السهرة يهدئه سيكولوجيا ويساعده على الاستغراق في النوم، ومن ثم فإنه يهيئه الاستقبال يوم جديد، بهمة ونشاط.

أ- **وظيفة المرافقة:** ولقد تبين أن الراديو يلعب دور الرفيق بصفة عامة ويساعد في خفض التوترات الناتجة عن روتين العمل اليومي من جهة، والشعور بالعزلة من جهة أخرى.

ب- **الوظائف المزاجية للراديو:** يرى مندلسون " أن قابلية الراديو للتعديل وفقا لمزاج المستمع، وإطاره السيكولوجي في وقت معين من أهم وظائف الراديو ومميزاته، حيث أن وجود محطات إرسال عديدة إنما يعني في نفس الوقت وجود مجال واسع للاختيار، والانتقاء، بحيث يصبح من السهل أمام المستمع - أن يدير المؤشر لكي يستمع إلى ما يوافقه سيكولوجيا ومزاجيا، ومن ثم فإن الراديو يتطابق مع الحالة المزاجية للمستمع، كما يمكن أن يؤثر على تغير مزاجه أيضا.

ج- **وسيلة لنقل المعلومات ونشرها:** إذا كانت المناقشة السابقة تشير إلى الترفيه الظاهر (Manifest Entertainment) الذي يحققه الراديو كوظيفة، فإن الباحث يناقش جانبا آخر وهو الدور الإعلامي للراديو، حيث لا حظ أن مستمعي الإرسال الإذاعي عادة ما يديرون مؤشرات الراديو للاستماع إلى الأخبار الهامة، وحيث يتضح أن الراديو وسيلة هامة تربط المستمع بما يدور حوله من أحداث، كما أن هناك وظائف أخرى مشتركة بين الراديو والصحافة، وهي تقديم أخبار شخصية تحدد نمط السلوك اليومي كإخبار الطقس، والتغيرات المنتظرة فيه.

هـ- **الوظيفة الاجتماعية للراديو أو وظيفة التسهيل الاجتماعي:** وكما يتيح الراديو الفرصة أمام المستمع في أن يشارك سيكولوجيا في أحداث اليوم، وأخبره فإنه يسمح له أيضا أن يشترك مع الآخرين في تشكيلة متنوعة من الأحداث ذات المغزى والاهتمام المشتركين، وحيث يستخدم المستمع الراديو لتحقيق نوع من الاقتراب، أو الارتباط بينه، وبين غيره من المستمعين لمجرد اشتراكه في الاستماع إلى الأخبار نفسها والبرامج ذاتها، بالإضافة إلى ما يتبع ذلك من أنه قد يناقش الآخرين فيما سمعه من أخبار، أو فيما تابعه من برامج إذاعية، ومن هنا نلاحظ أن الراديو قد يخلق مجال

اهتمام مشترك، ومن ثم فإنه قد يدعم التفاعل الاجتماعي بموضوعات جديدة وتتلخص أهم الوظائف التي خرج بها مندلسون" من خلال تحليله فيما يلي:

- ✓ الوظيفة الإعلامية.
- ✓ الوظيفة المزاجية.
- ✓ وظيفة الاسترخاء، والتحرر النفسي.
- ✓ وظيفة الرفقة والصدقة.
- ✓ وظيفة التفاعل الاجتماعي.¹

تاسعا: الإذاعة في سياقها التاريخي.

1-مقدمة: نهدف من خلال هذا الدرس 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 شاهدت 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"².

وقد أشرنا في درس سابق إلى أن الصحافة الإذاعية فن وجداني عاطفي، وهي سمة تنبعت لها الحكومات في العديد من دول العالم الإثارة المشاعر الشعبية الجارفة، خاصة أثناء الأزمات

¹ مالك شعباني، مرجع سبق ذكره، ص92.

² المرجع نفسه، ص86.

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 دائماً، ولذلك تصلح الإذاعة المسموعة كوسيلة هجومية بالدرجة الأولى¹.

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 إحدى الوسائل الرئيسية التي استخدمتها الدول في الحرب العالمية الثانية، حيث استخدمتها الدول المشاركة في الصراع، خصوصاً ألمانيا النازية وإيطاليا الفاشية من جهة، والحلفاء من جهة أخرى خصوصاً بريطانيا، حيث تم استعمالها لبث البرامج والخطب الداعمة لأهدافها وتحالفاتها العسكرية، وأحياناً برامج إعلانية لرفع الروح المعنوية للجنود والمواطنين.

2- استخدامات الإذاعة في الحروب والنزاعات:

استخدمت أطراف النزاع في مختلف الأزمان التي شهدتها العالم، وخصوصاً الحرب العالمية الثانية، استخدموا الإذاعة لنقل الرسائل والترويج لأفكارهم 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.

¹ مالك شعباني، المرجع السابق، ص 86.

- 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 وتسلب الضوء على الجرائم التي ارتكبتها العدو، وذلك لزيادة الدعم الشعبي للقتال ضد العدو.
- بث البرامج الوطنية: استُخدمت الإذاعة لبث البرامج التي تعزز الهوية الوطنية وتشجع على التضحية من أجل الوطن والمجتمع.

3- الحرب العالمية الثانية والإذاعة الدولية الموجهة في العالم العربي:

منذ أوائل ثلاثينيات القرن العشرين، أصبح العالم العربي هدفًا للبث الإذاعي الخارجي القادم من الدول الغربية والشيوعية وحتى دول العالم الثالث. على الرغم من كثرة الإذاعات الموجهة للعالم العربي إلا أن عددًا قليلًا 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 عامًا الماضية¹، 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.

¹ Muhammad I. Ayish, Foreign Voices as People's Choices BBC Popularity in the Arab World, Middle Eastern Studies, Vol. 27, No 3, 1991, P375.

أ-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. "وفقًا لهذه الأفكار، جرت محاولة في عام 1934 لزيادة النفوذ الإيطالي في العالم العربي، في مارس 1934 بدأت إذاعة "باري" 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 العربي. ومع ذلك لم يكن هدف البث الإيطالي في البداية مناهضا لبريطانيا بشكل مباشر، فقد كان يتألف من دعاية ثقافية حاولت زيادة النفوذ الإيطالي في الشرق الأوسط من خلال الإشادة بإيطاليا والنظام الفاشي. ووفقا للدعاية المسبقة التي وزعتها روما، كان الغرض من الخدمة الجديدة هو "تعزيز العلاقات بين إيطاليا والشعوب العربية".

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 رخيصة¹.

في سبتمبر 1935. تخلت إذاعة 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 في أماكن تواجهها فلن تكون متاحة للاستخدام ضد إيطاليا، تركزت

¹ Callum A. MacDonald ,Radio Bari: Italian Wireless Propaganda in the Middle East and British Countermeasures 1934-38 ,Middle Eastern Studies, Vol. 13, No. 2 (May, 1977), . P195.

جهود الدعاية الإيطالية على مصر وفلسطين، حيث كانت بريطانيا معرضة للخطر بشكل خاص في هاتين المنطقتين، كان كلا البلدين مركزين حيويين لبريطانيا، وفي كلا البلدين كانت الجماعات القومية والوطنية مستاءة من الهيمنة البريطانية¹.

ب-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 "BBCعربي" 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، حيث طالبت وزارة الخارجية البريطانية، من الإذاعة بتكييف برامج BBC الأجنبية لتناسب 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 الأخيرة².

بدأت الخدمة العربية ببث يزيد قليلا على ستين دقيقة يستهل بنشرة أخبار ثم رسائل من قادة مناطق الانتداب العربية، ثم مواد متنوعة، زادت تلك الفترة إلى ثلاث ساعات مع نهاية الحرب

¹ Callum A. MacDonald ,Ibid ,P196.

² Muhammad I Ayish, Ibid, P375.

العالمية الثانية، كانت تذاع خلالها أربع نشرات إخبارية، وكان البث يستهل بآيات من القرآن الكريم في نهج استمر لعقود طويلة، وبمرور الوقت اتجهت "BBC" للتخفيف من مساحة المادة الإخبارية السياسية إلى المواد الثقافية في محاولة لدعم الخدمة كأداة ناعمة، وكان للغة العربية ورموزها من كبار الكتاب العرب نصيب وافر في برامج الإذاعة بينهم الأديب طه حسين¹.

ج-إذاعة برلين العربية:

خلال الحرب العالمية الثانية، بذل النظام النازي جهودًا 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 الأسبوع².

بدأ البث العربي لراديو برلين في 1939 واستمر حتى مارس 1945، تبث "برلين بالعربية" و"صوت العروبة الحرة" ومحطات أخرى مزيجاً من الموسيقى والأخبار والتعليقات طوال أيام وليالي الأسبوع، كما قاموا ببث حوالي ساعتين من الأخبار والتعليقات كل مساء.... تضمنت دعاية المحور الموجهة إلى الشرق الأوسط أيضاً توزيع الملايين من المنشورات والكتيبات باللغة العربية، تم إسقاط بعضها من الجو وتم توزيع آخرين على الأرض من قبل شركات الدعاية المصاحبة لقوات المحور، والدبلوماسيين الألمان، وشبكات من العملاء السريين الألمان والمتعاونين العرب

¹ عبد البصير حسن، رحلة بي بي سي عربي إذاعيا منذ 1938، مقال بموقع BBCعربي، نشر في جانفي 2023، متاح على:

<https://www.bbc.com/arabic/art-and-culture-64380550>

² Jeffrey Herf, Nazi Germany's Propaganda Aimed at Arabs and Muslims During World War II and the Holocaust: Old Themes, New Archival Findings, Central European History, Vol. 42, No. 4 (DECEMBER 2009) p711.

الذين يتحركون على الأرض¹، وبحلول عام 1943، كان النظام النازي يبث برامجه على ستة عشر محطة من هذا النوع بثلاث عشرة لغة مختلفة، يتدخل من خلالها السياسيون البارزون في المنفى، مثل "سوبهاش شاندر" من الهند، و"رشيد الخلاني" من العراق؛ والحاج "أمين الحسيني" من فلسطين².

بإختصار كان مضمون خطاب "برلين العربية" هو إلهاب الشعور القومي العربي، عبر الحديث المستمر عن الحرية والاستقلال وحثّ الجيوش العربية على الإطاحة بحكامها الخاضعين لسلطات الاحتلال، وذلك قبل سنوات من اجتياح جيوش دول المحور لأراضي الشرق العربي، وهو ما يتطابق مع وجهة نظر هتلر التي أعلن عنها في كتابه "كفاحي" بقوله: يجب على الدعاية أن تسبق الحكم بمراحل طويلة، ولكي تنجح هذه الدعاية، ينبغي انتقاء المواد الإنسانية الصالحة لها، استمرت إذاعة برلين تبث برامجهما حتى نهاية الحرب العالمية الثانية، وقضت عليها هزيمة ألمانيا النازية، فأغلقت الإذاعة أبوابها في أبريل 1945³.

عاشرا: اللغة والكتابة الإذاعية.

1- 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 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

¹ Jeffrey Herf, Ibid, P 715.

² Ibid, P718

³ أحمد متاريك، إذاعة برلين العربية... هتلر يحتل العالم العربي بصوت يونس بحري، مقال على موقع رصيف، نشر بتاريخ 24 أبريل 2021،

متاح على: <https://url-shortener.me/FYU>

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 الأجدى 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 أطلت 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 إليها¹.

والمقصود بلغة الإذاعة في هذا السياق هو الأسلوب اللغوي الذي تستخدمه الإذاعات متضمناً بعض التراكيب والمفردات غير المتداولة في الحياة اليومية. فقد استقرت في أذهان المستمعين الكثير من المصطلحات التخصصية التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من لغة الإذاعة مثال ذلك:

وهناك العديد من العبارات فرضتها لغة الإذاعة على المستمع العربي من ذلك مثلاً عبارة "عزيزي المستمع" التي أصبحت من العبارات الملازمة لمعظم الإذاعات، وأحياناً تتحول إلى عبارة أكثر حميمية ومودة وتقرباً إلى المستمع فتتحول من "عزيزي" إلى صديقي المستمع ويظل المعنى واحداً بالنسبة للمتلقي، كما نلاحظ أيضاً أن كثيراً من الإذاعيين يستخدمون صيغة الجمع للمخاطبة، فتكون عبارة التخاطب مع المتلقي هي: (مستمعينا الكرام أو أعزائي المستمعين)، وكل هذه العبارات وغيرها تحاول أن تخلق جسوراً من المودة والصداقة بين الإذاعة ومستمعيها، وفي بعض الأحيان تكون لغة المخاطبة أكثر جدية، حيث تستخدم الإذاعة أداة للتبنيه بغرض لفت انتباه المستمع بشكل جاد فتكون العبارة المستخدمة هي: أيها الإخوة المستمعون أو تتحول في أحيان أخرى إلى عبارة أكثر ترحيباً ومودة بالمتلقي أيها الأعضاء "المستمعون" أو "أيها السادة والسيدات"².

¹ عوض إبراهيم عوض، لغة الإذاعة، دار جامعة الخرطوم للنشر، السودان، 2001، ص51.

² المرجع نفسه، ص52.

2-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:

أ- **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 البرنامج¹.

ب- **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 تداع لذاتها من خلال برنامج موسيقي، أو ضمن البرنامج، وتستخدم الموسيقى في البرامج الإذاعية لعدة أغراض تتمثل فيما يلي: كبرنامج مستقل، كلحن مميز لبرنامج من البرامج، لربط فقرات البرنامج، لإعطاء إحياء معين، استخدام الموسيقى كخلفية، استخدام الموسيقى كمؤثر صوتي، كموسيقى أمامية.

ج- **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

¹ ريم عبود، مرجع سبق ذكره، ص 90.

لاستخدامها عند الحاجة أو حية من الاستديو مثل فتح باب أو صوت خطوات شخص يقترب أو يبتعد. "

د- 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 الأمام¹.

هـ- التسجيلات الخارجية: تعد التسجيلات الخارجية عنصراً مكماً للعناصر الصوتية المختلفة في البرامج كجزء من مضمون البرنامج، وتكون التسجيلات الخارجية أساسية في بعض أنواع البرامج مثل التحقيقات والفيتشر والمجلات الإذاعية، وتضفي مصداقية على مضمون البرنامج، بالإضافة لتقديم معلومات عديدة يكتسبها البرنامج منها، ويمكن أن تتعدد التسجيلات الخارجية في البرنامج الواحد كما هو الحال في التحقيقات ويمكن أن يقتصر البرنامج على تسجيل خارجي واحد.

و- 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 أيضاً².

¹ ريم عيود، مرجع سبق ذكره، ص 91.

² المرجع نفسه، ص 91.

3- 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 يوحي بها إلى سامعه¹.

4- 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:** وتعتبر هذه السمة هي أبرز سمات لغة الإعلام وأكثرها بروزاً فإذا كانت الكلمات غير واضحة في الراديو فقد المستمع المضمون المقدم ولم يستطع استرجاعه للتأكد منه أو للاستفهام عما غمض منه. وجمهور وسائل الإعلام هم فئات متنوعة، ويميلون إلى العجلة في تعرضهم للوسائل، وليست لديهم الرغبة من ناحية والوقت من ناحية أخرى للتركيز في المضمون المقدم، ولذا يجب أن تكون الكلمات والجمل والمعاني واضحة كل الوضوح حتى تحقق أهدافها.

¹ محمد العمر، البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، ص9.

- ✓ **المعاصرة:** ويقصد بها أن تكون الكلمات والجمل والتراكيب والتعبيرات اللغوية متمشية مع روح العصر، ومتسقة مع إيقاعه، فالجمل الطويلة، والكلمات المعجمية، والجمل المركبة قد لا تكون مناسبة للغة الإعلامية إلا في موضوعات معينة وفي حالات محددة.
- ✓ **الملاءمة:** ويقصد بها أن تكون اللغة متلائمة مع الوسيلة، وأن تكون اللغة متلائمة مع الجمهور المستهدف.
- ✓ **الطابع الوصفي:** فلغة الراديو هي لغة ذات طابع وصفي وهي لغة تتوجه إلى حاسة السمع، ولذا يجب أن تكون مفردات هذه اللغة ملائمة لهذه الحاسة¹.
- ✓ **الجاذبية:** ويقصد بها أن تكون الكلمة قادرة على الحكي والشرح والوصف بطريقة حية ومسلية ومشوقة، فلا وجود لجمهور يتوق إلى الاستماع أو المشاهدة أو القراءة المضمون جاف خال من عوامل الجاذبية والتشويق.
- ✓ **الاختصار:** وتتبع هذه الخصوصية من طبيعة الوسيلة المحدودة، وطبيعة الجمهور غير القادر على الاستمرار في المتابعة طويلاً، فمهما كان حجم الصحيفة كبيراً فإنها محددة في صفحاتها، والمطلوب كتابته أكبر من عدد أوراقها، ومهما كان وقت البرنامج كبيراً فالموضوعات أكبر منه، ولذلك فلا بد من الاختصار ولا بد أن تكون اللغة قادرة على الاختصار والإيجاز والمساعدة عليه.
- ✓ **المرونة:** ويقصد بها أن تكون اللغة قادرة على التعبير عن مختلف الموضوعات بسلاسة ودون تعسف، وأيضاً تتوجه لمستويات متعددة بحيث تستطيع مخاطبة أكثر من جمهور ومعالجة أكثر من موضوع وقضية.
- ✓ **الاتساع:** ويقصد به أن يكون عدد المفردات كبيراً بحيث تلبي الاحتياجات المختلفة، واللغة الإعلامية متسعة وتتسع بشكل يومي، وقد يكون للاتصال مع الثقافات الخارجية وضرورة الترجمة اليومية لكثير من المصطلحات أثره في زيادة حجم اللغة الإعلامية وفي اتساعها.

¹ محمد العمر، المرجع السابق ، ص15

✓ **القابلية للتطور:** وهي سمة ملازمة للغة الإعلامية، فلغة الإذاعة في الثلاثينيات غير مثيلتها في الخمسينيات والستينيات، وهذه بدورها تختلف عن مثيلتها في السبعينيات وحتى التسعينيات ولغة وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة مختلفة عما سبقها¹.

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.

5-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 تتسم بعدم المغالاة وتتنأى 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.

¹ محمد العمر، مرجع سبق ذكره، ص15.

✓ **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 الأجنبية¹.

6- 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 محددة².

7- شروط كتابة نص إذاعي:

أ- **تحديد الهدف من النص:** إن هدف النص الإذاعي أو الغرض منه 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 الإرشاد، 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، ومن ثم التأثير العقلي والعاطفي.

¹ محمود أحمد السيد، لغة الإذاعة ومؤثرات مذيع الأخبار، مجمع اللغة العربية ، دمشق، 2008، ص 5-6.

² أحمد العبد أبو السعيد، الكتابة لوسائل الإعلام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عنان، 2014، ص171.

ب- تحديد الجمهور المستهدف: إن تحديد هدف أي نص إذاعي يتطلب من الكاتب أن يحدد بدقة من هو 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 أو المسلسل ويفرض علينا شكلاً معيناً لهذا البرنامج ووقته وأسلوبه ومادته¹.

ج- التشويق وإثارة الاهتمام: القاعدة الأساسية أن يكون البرنامج مشوقاً أياً كان الموضوع الذي يعرضه، أو يتناوله، سواء أكان سياسياً أو ترويحياً 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، وبفضل التشويق وإثارة الاهتمام أصبح الراديو جهازاً إعلامياً محبباً للجمهور مألوفاً لديهم ويرتبطون به ويقبلون عليه.

د- الخضوع لعامل الوقت: تخضع برامج الراديو خضوعاً كاملاً لعامل الوقت، ليس لأن هذه البرامج ينبغي أن تقدم وتنتهي في مواعيد ثابتة ومنظمة 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

هـ- 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 منها².

¹ أحمد العيد أبو السعيد، مرجع سبق ذكره، ص 162.

² المرجع نفسه، ص 162.

المحور الثاني الصحافة التلفزيونية.

أولاً: الصحافة التلفزيونية، مفاهيم أساسية.

1- تعريف التلفزيون: إن التلفزيون (Télévision) من الناحية اللغوية، كلمة مركبة من مقطعين (Tele) ومعناه عن بعد" و (Vision) ومعناه "الرؤية". وبهذا يكون معنى كلمة التلفزيون هو الرؤية عن بعد. استعملت هذه الكلمة لأول مرة عام 1900 وقبل أن تشيع سبقها و أو رافقها استعمال كلمات أخرى تترجم الرؤية "عن بعد" أو "المصورة" مثل "التلسكوبي"، "التلكتروسكوبي"، "النيوتروغرافي" وبالعربية: "الرائي" ثم "التلفزة التلفزيون كتعريب 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.

ويعتمد البث التلفزيوني التقليدي على ثلاثة عناصر مهمة على الأقل الكهرباء الضوئية (مصباح إيدسون)، تقنية المسح البصري للصورة بغية تفكيكها إلى نقاط وهو ما تم منذ عام (1879) والتحكم في الأمواج الهرتزية لنقل الإشارات عن بعد على غرار الراديو¹.

يعتبر التلفزيون 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 متزامنة 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 الخاصة².

¹ فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، دار الخلدونية، الجزائر ، 2013، ص133.

² لورينزو فيلشس، التلفزيون في الحياة اليومية، المشروع القومي للترجمة، القاهرة، 2000، ص8.

2- مفهوم 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.

ثانيا: نشأة وتطور التلفزيون.

لم يكن ظهور التلفزيون فجأة بل كان تدريجيا كنتيجة طبيعية لما سبقه من مسار، تضافرت فيه جهود وعوامل كثيرة وفرت له انطلاقا من النظام التقني للراديو جميع متطلباته. ومع ذلك فقد كان التطور التكنولوجي في مجال التلفزيون أكثر سرعة مما كان عليه في الراديو مثلا، 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 "البلينوغراف Belinographe" 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 للراديو¹.

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 "نيكوف P. Nipkow" الذي اخترع عام 1884 أسطوانة مثقوبة ثقوبا لولبية لتركيب 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 "نيكوف" 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

¹ فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص137.

Baird وضع أول تصميم عملي للتلفزيون معتمدا النظام الميكانيكي استخدمته عدة دول لاحقا، كما استطاع فيما بعد أن يخرج لـ B.B.C في سنة 1936 برامج تجريبية يومية. ولكن ظهور تكنولوجيا الإلكترونيات مع نهاية العشرينيات هو الذي مكن لاحقا وعلى المدى 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 الأنابيب وأصبحت الشاشة مسطحة بلازمة بلورية والصورة رقمية¹.

وكان أول إرسال تلفزيوني منتظم نسبيا هو إرسال هيئة الإذاعة البريطانية في نوفمبر عام 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 من اختراع الصمام الإلكتروني الذي أمكن بواسطته النقاط 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 1930².

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

¹ فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 137.

² ريم عبود، مرجع سبق ذكره، ص 48.

لتضع حدا مؤقتا لتطوره في أوروبا ولتفصح المجال للولايات المتحدة الأمريكية البعيدة عن هذه الحرب لتواصل التطور الكبير للتلفزيون. وكانت قد بدأت الإذاعات التلفزيونية بالولايات المتحدة الأمريكية في الفترة نفسها تقريبا، ولكن الانتشار الجماهيري الأجهزة التلفزيون هناك لم يتم إلا بعدما سمحت لجنة الاتصالات الفيدرالية الأمريكية باستخدام التلفزيون في المنازل.

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 مخبر 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 المتقدمة¹.

ومن المحطات الأكثر أهمية في تاريخ اختراع التلفزيون نذكر:

- 1884 اخترع الألماني بول جو تليب نيكوف جهاز مسح استطاع أن يرسل الصور المسافات قصيرة، وكان نظامه يعمل آليا وليس إلكترونيا، كما هو الحال الآن.
- 1922م طور الأمريكي فيلو فارنزورث نظام مسح اليكتروني.
- 1923 شكل أهم محطة في تاريخ تطوير اختراع التلفزيون على يد العالم الأمريكي من أصل روسي فلاديمير زوريكين عندما نجح في ابتكار آلة التصوير التلفزيونية المخزنة (الإيكونوسكوب) وكذلك صمام الصورة الكينسكوب) المستخدم في أجهزة الاستقبال التلفزيونية. وكان الإيكونوسكوب أول صمام آلة تصوير تلفزيوني مناسب للبث.
- 1926م اخترع جون بيرد وهو مهندس اسكتلندي نظام تلفزيوني يعمل بالأشعة تحت الحمراء لالتقاط الصور في الظلام.

¹ مرشد عبد صافي، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، الجندرية النشر والتوزيع، 2016، ص 99.

➤ 1927 نجح الاسكتلندي "جون لوجي بيرد" بعد عدة تجارب من بث إشارات تلفزيونية قادرة على عبور مسافات طويلة حوالي 700 كيلومتر، وذلك باستخدام خط هاتف بين مدينتي لندن وغلاسكو.

➤ 1927م ابتكر الأمريكي "فيلو فرانسورث" جهازا لتقطيع الصور إلى خطوط مستقيمة صغيرة وأسماه "إيميج ديسكتور" وبعدها بعامين صنع جهازا لإعادة دمج تلك الخطوط وسماه "فيوزر" وهو الذي مهد فعليا لصناعة التلفزيون بشكله الحالي.

➤ 1928 تمكن "جون بيرد" بأول بث تلفزيوني عبر المحيط الأطلسي من لندن إلى مدينة نيويورك.

➤ 1929م تمكن زوريكين من انجاز أول نظام تلفزيوني عملي إلكتروني متكامل¹.

ثالثا: بداية البث المنتظم ونشأة الصحافة التلفزيونية.

1- بدايات 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 منزلا بمدينة نيويورك، وبدأت محطة نيويورك التابعة لشركة الإذاعة القومية أول بث تلفزيوني تجريبي لهذه المنازل، وكان أول برامجها برنامجا 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 والأمريكية².

¹ مرشد عبد صافي، مرجع سبق ذكره، ص99.

² ميلاد جرجس، مرجع سبق ذكره، ص27.

2-نشأة الصحافة التلفزيونية:

كان التلفزيون في بدايته نظام بث للإشارات ولاستقبالها، ولم يكن أحد يعرف أبدا 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 توجيها وتنظيما لكي يلبي مطالب المعلنين لقد ظهر التلفزيون كخدمة عامة في 1936 في أوروبا وفي 1939 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 حالما 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 المالية¹.

¹ لورينزو فيلشس، مرجع سبق ذكره، ص8.

رابعاً: 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 في عدة دول بنظامين هما بال وسيكام وبدأت هيئة الإذاعة البريطانية البث الملون المنتظم في عام 1966م على القناة الثانية.

✓ 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 منتشرًا في العالم وكانت البداية محصورة في أمريكا وأوروبا وفيما يتعلق بالتبادل الإخباري والنقل لبعض الفعاليات المهمة مباشرة على الهواء، ومع مرور الوقت وبحلول أوائل التسعينات أصبحت كثير من الدول في العالم قد دخلت عصر البث التلفزيوني الفضائي.

✓ 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 أيضًا 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 فتقنية 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 فيها حتى في حالة تكبيرها على شاشة كبيرة بمساحة الحائط بسبب زيادة عدد خطوط الشاشة، كما أن أجهزة الاستقبال بنظام عالي الدقة تعيد إنتاج الصوت رقمياً، أي شفرة عددية، تضاهي جودة الصوت فيها صوت

الأقراص المدمجة. ولقد بدأ إرسال محدود للتلفزيون عالي الدقة أو بتعبير آخر ذي الوضوح العالي في اليابان عام 1989م. ولم يشهد هذا النظام انتشارا في بقية العالم على مستوى القنوات التلفزيونية إلا بعد عقد من الزمن في السنوات الأولى من القرن الواحد والعشرين¹.

خامسا: عوامل تطور التلفزيون.

يمكن أن نستخلص مجموعة من العوامل التي ساهمت في تطور التلفزيون نذكر منها.

1- العامل التقني والعلمي: ان ظهور مجموعة كبيرة من الاختراعات والأبحاث العلمية والتجارب الميدانية أدت إلى تقدم دراسات عديدة في مجالات تقاطعت مع بعضها البعض لتساهم في ظهور التلفزيون حيث أسهمت الأبحاث في مجال البث الإذاعي وأبحاث 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 الإعلامية تغطي جزء من احتياجاتها اليومية الى زيادة الطلب على التلفزيون وبالتالي اتساع هذا المجال بشكل أكبر يوما بعد يوم.

3- العامل الإعلامي: أدى تحول التلفزيون من مجرد وسيلة عادية إلى صناعة إلى ظهور التجمعات الاحتكارية الكبرى في المتمثلة في المؤسسات التلفزيونية أو 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 ودعما غير محدود إضافة الى ان التحول الذي حدث في العالم بعد الحرب العالمية الثانية وتوجه العالم الغربي بالخصوص نحو الديمقراطية وما تقتضيه من حرية الرأي إلى خلق مساحات حرية كبرى.

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.

¹ ميلاد جرجس، مرجع سبق ذكره، ص30.

سادسا: خصائص التلفزيون.

يتميز التلفزيون بمجموعة من الخصائص يمكن تلخيصها في الشكل التالي:

1. التلفزيون وسيلة سمعية بصرية للاتصال بالجمهور 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 (يتطلب التفرغ له والتركيز لمتابعته).
3. لا يتطلب أي جهد عقلي ويتميز بجاذبية العرض والإثارة وآنية الحدث وتوفير الراحة النفسية للمشاهد.
4. يمتلك كل مستلزمات الإقناع والتفاعل والنفوذ إلى وعي الإنسان . (الاعتماد على الحديث وليس على النصوص)
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. التلفزيون وسيلة ترفيهية تثقيفية مريحة، يقوم بتغطية إعلامية كونية مما يجعله وسيلة تقارب وتقاهم بين الشعوب.
8. يساهم في ترسيخ القيم والمعايير والتقاليد السائدة في المجتمع أو تغييرها تدريجيا حسب إرادة وإيديولوجيا الجهة المرسلة¹.
9. تشكيل السلوكيات المتعددة عن طريق تقديم قوالب سلوكية جاهزة، يقلدها المشاهد أو يتباهى بها.
10. تحطيم الحواجز الطبقية 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.

¹ مرشد عبد صافي، مرجع سبق ذكره، ص99.

11. إذا كان التلفزيون مصدرا أساسيا للتحقيق واكتساب المعارف والمعلومات، إلا أن ليس كل ما يبثه هو الحقيقة المجردة المحايدة، إذ أن المعرفة التلفزيونية معرفة مؤدجلة لها مدلولات وأبعاد.

12. 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.

13. الصورة التلفزيونية تمتلك المقدرة على استحضار الغائب وتغييب الحاضر بصورة مثيرة للدهشة، وإن 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 للغالبية مشاهدي التلفزيون¹.

14. يجمع بين الرؤية والحركة والصوت واللون والجاذبية.

15. يكبر الأشياء الصغيرة ويصغر الكبيرة ويحرك الثابتة ويثبت المتحركة.

16. وسيلة اقتصادية بالنظر إلى الجمهور الذي يمسه، وكذا بالنسبة لمستخدميه، والمساحة التي يحتاجها.

ومن أهم خصائص التلفزيون قربه من الاتصال الجاهي، مما يزيد من فعاليته وأثره في نفوس المتلقين الدرجة اختلاط الأمور عند بعض المشاهدين، وخاصة صغار السن، وعدم قدرتهم على التمييز بين الواقع والخيال، ويتميز التلفزيون بقدرته على تقديم دقائق الأمور بوضوح... ولذلك فإن التلفزيون يعتبر النافذة التي يطل منها المشاهد على العالم كله، وبسبب مشابهته للواقع يعتبر وسيلة مهمة في الإقناع والوصول إلى الأفراد².

¹ مرشد عبد صافي، مرجع سبق ذكره، ص 99.

² كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011، ص 203

سابعا: وظائف التلفزيون.

- 1- الترفيه والتسلية والتشويق من بين الأسباب الرئيسية لاستقطاب التلفزيون الأعداد كثير من المتلقين تقديمه لخدمة الترفيه حيث يجد المشاهد ضالته في الاستراحة من المتعب اليومية.
- 2- الوظيفة الإخبارية الأخبار بالمستجدات والأحداث الوطنية والإقليمية والدولية وهي من أهم وظائف التلفزيون.
- 3- الإعلان: يهدف التلفزيون إلى تعريف الجمهور العريض ببعض المنتجات والسلع والخدمات وتقدم في قوالب نفسية لاشعورية وغريزية لإقناع المستهلك بضرورة هذه المنتجات.
- 4- الوظيفة الإيديولوجية والسياسية: تكاد تهيمن هذه الوظيفة على التلفزيونات الرسمية فهي تسعى لدمج الإعلام في مؤسسات السلطة¹.

ثامنا: أنواع القنوات التلفزيونية.

تتنوع معايير تصنيف أنواع القنوات التلفزيونية نذكر بعضها كما يلي:

1- بناء على ملكية القنوات :

- ✓ 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 وال جماهير عامة والتعبير عن سياسته ومصالحه وموقفه تجاه القضايا المختلفة².
- ✓ القنوات التلفزيونية الخاصة: هي قنوات يمتلكها ويديرها رؤوس الأموال من رجال أعمال، أصحاب مؤسسات تجارية، شخصيات عامة- سياسية، دينية.

¹ أسماء عبادي، نشأة التلفزيون وتطوره، محاضرات في مقياس مدخل لوسائل الاعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، د ت، ص03.

² ميلاد جرجس، مرجع سبق ذكره، ص42.

2- بناء على نوعية البرامج:

- ✓ **القنوات العامة:** تتميز بتقديم مضامين متنوعة للجمهور كالأخبار البرامج الثقافية البرامج الترفيهية، المسلسلات والأفلام وغيرها.
- ✓ **القنوات المتخصصة:** هي القنوات التي تسعى المخاطبة 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:** أي قنوات التي توجه مضامينها وموادها لشريحة اجتماعية معينة كقنوات الأطفال أو المرأة.

3- بناء على نوعية البث:

- ✓ **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.
- ✓ **القنوات الفضائية المشفرة:** هي القنوات التي لا يستطيع الجمهور استقبالها ومشاهدتها إلا بعد دفع رسوم مقابل المشاهدة¹.

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

¹ ميلاد جرجس، مرجع سبق ذكره، ص44.

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.

تاسعا: الصورة التلفزيونية.

وحدة العمل الأساسية في التلفزيون هو المشهد التلفزيوني: يتكون من عدد من اللقطات أو الكادرات المتصلة تحدث في مكان وزمان واحد. الكادر التلفزيوني هو اللقطة وهي شبيهة بالصورة الثابتة إذا أوقفنا الشريط التلفزيوني المصور أثناء تعريفات في الصورة التلفزيونية العرض. الصورة التلفزيونية هي صور متحركة إطارها الشاشة التلفزيونية، وإن الصورة التلفزيونية، ليست صورة على الإطلاق كما يقول بعضهم بالمعنى الذي تكون عنده الصورة الفوتوغرافية هي صورة؛ وذلك لأن وجود الصورة التلفزيونية يكون لحظياً ومؤقتاً، فهي توجد فقط عندما تحضر أمامنا لحظة عرضها ثم تختفي بعد ذلك.

1- طبيعة وتكوين الصورة التلفزيونية: يشكل ثنائي الصوت والصورة عنصري تكوين الصورة التلفزيونية، حيث يتميز التلفزيون بجمعه بين خصائص الإذاعة وخصائص التلفزيون وهذه الميزة منحته تفوقاً شبه مطلق بين وسائل الإعلام الجماهيري وقدرة فريدة أساسها اعتماده على قوة تأثير الصوت والصورة وما تحتويه من حركة وألوان والتشكيل وبالتالي الصورة التلفزيونية تساعد على رسوخ وفهم محتوى التلفزيون عن طريق الجاذبية البصرية التي تتمتع بها وتستخدمها لشد انتباه جمهور التلفزيون، فمن المعروف أن لغة البصر تجعل الصورة تصل إلى مراكز الإدراك العقلية، وأن لغة السمع المتمثلة بالصوت توسع أفق هذه الصورة وتتكامل معها في إيصال الرسالة التلفزيونية إلى الجمهور بشكل واضح وسهل¹.

¹ لؤي الزعبي، مدخل إلى الصورة والسينما، الجامعة السورية الافتراضية، دمشق، 2020، ص94.

2- الخصائص البصرية للصورة التلفزيونية:

ثمة العديد من الخصائص البصرية التي تتمتع بها الصورة التلفزيونية والتي تمدّها بالجاذبية والقدرة على الوصول إلى الجمهور والتأثير فيه، وأهم هذه الخصائص ما يلي:

1- الصورة محكومة بخصائص زمانية ومكانية: حيث تتطلب الصورة بعض الوقت وهو أجزاء بالألف من الثانية لتمر عبر الشاشة، ف"الكادر" هو طول الزمن الذي تبقى فيه الصورة ظاهرة على الشاشة.

2- الصورة التلفزيونية محددة ومتفردة وخاصة القوة التعبيرية للشاشة تخاطب بشكل مباشر عواطف وأحاسيس الإنسان المتلقي وذلك للوصول بدقة إلى عقله إدراكه ويمكن ملاحظة القوة التعبيرية الشاشة من خلال الشاشة لغة مرئية مليئة الحياة، تستطيع الصورة من خلالها أن تعرض أدق تفاصيل الأحاسيس والمشاعر التي تختلج النفوس من حب ويأس وحزن ورضى ... الخ.

3- آلة التصوير لا تكذب لكنها تنتقي ما تريد الكاميرا كما ذكرنا سابقا هي امتداد للبصر فالتصوير يعرض الإنسان عن قصور أدواته وحواسه والتذكير المستمر والإبقاء على الحدث مدونا بطريقة يجب أن تكون صادقة لا كذب فيها، تحافظ على الواقع كما هو، وهذه مسألة جدلية.

3- الشاشة التلفزيونية لغة مرئية تهتم غالباً بتبسيط الأشياء بخلوها من التكلف، وأكثر ما يعبر عن ذلك استخدام الصورة فيها لأنواع محددة من زوايا التصوير وحركة الكاميرا وغير ذلك¹.

عاشرا: التلفزيون وعملية التنشئة الاجتماعية.

1- تعريف التنشئة الاجتماعية:

تعتبر لفظة التنشئة أو التطبيع من أهم العناصر الاجتماعية التربوية، بل إن لفظة التنشئة في المفهوم التربوي هي صلب التربية ومعناها الاصطلاحي، فالتربية هي التنشئة والتنمية ... فالتنشئة هنا هي تربية الفرد وتعليمه، وتوجيهه وتنقيته، والإشراف على سلوكه، وتلقينه لغة الجماعة التي ينتمي إليها، وتعويدته على الأخذ بعادات تلك الجماعة، وتقاليدها وأعرافها، وسنن حياتها بالاستجابة للمؤثرات الخاصة بها والخضوع للمعايير وقيمها والرضا بإحكامها وتطبعه

¹ المرجع نفسه، الصفحة 96.

بطباع الجماعة المحيطة وتمثله بسلوكهم العام، وما توارثه وادخله إلى ثقافتهم الأصلية من وسائل الثقافات الأخرى، وما توصلوا إليه من الحضارة والتقدم والتطور. كما تعني التنشئة الاجتماعية كذلك عملية تعلم وتعليم وتربية، تقوم على التفاعل الاجتماعي، وتهدف إلى اكتساب الفرد طفلاً، مراهقاً، فراشداً، فشيخاً، سلوكاً ومعايير واتجاهات مناسبة لأدوار اجتماعية معينة، تمكنه من مسايرة مجتمعه والتوافق الاجتماعي معه، وتكسبه الطابع الاجتماعي، وتيسر له الاندماج في الحياة الاجتماعية¹.

2- أهداف التنشئة الاجتماعية:

تختلف التنشئة الاجتماعية من مجتمع إلى آخر تبعاً لنظامه القانوني والاجتماعي والاقتصادي، لكن المشترك بين المجتمعات من الأهداف هو الأربعة التالية :

- التكيف والتألف مع الآخرين.
- الاستقلال الذاتي والاعتماد على النفس.
- النجاح والتقدم.
- تكوين القيم الروحية والوجدانية والخلقية².

3- تأثير التلفزيون على التنشئة الاجتماعية:

إن التأثير هو ذلك التغيير الذي يحدث على مستوى السلوكيات والاتجاهات و العادات والأفكار والآراء عند الأفراد الذين يتعرضون إلى محتويات وسائل الإعلام، وينبغي قياس هذا التغيير من زاوية العلاقة الجدلية الموجودة بين وسائل الإعلام والعمليات الاجتماعية الأخرى، لأن وسائل الإعلام لا تعمل في فراغ وإنما ضمن بنى سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية سائدة في المجتمع ويعني التأثير أيضاً التغيير الذي يمكن أن يحدثه جراء التعرض للرسائل الإعلامية على الحالة النفسية والذهنية أو الثقافية أو الاجتماعية وقد ساد الاعتقاد منذ ثلاثينات القرن الماضي خاصة في أوساط مدرسة التأثير السحري لوسائل الإعلام، أن هذا التغيير يحدث في اتجاه خطي،

¹ مالك شعباني، دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 04، العدد 07، 2012، ص217.

² المرجع نفسه، ص218

أي أن الرسالة تصدر من القائم بالاتصال إلى المتلقي "الجمهور" التغيير سلوكه في الاتجاه الذي يرغب فيه القائم بالاتصال؟¹.

4- التلفزيون والتربية والتعليم:

يلعب التلفزيون دورا هاما في عملية التنشئة الاجتماعية والنمو الاجتماعي للفرد والجماعات، والوظيفة التربوية للتلفزيون تتدرج تحت المفهوم الشامل للتنشئة الاجتماعية إذ أننا نسجل احتواء برامج التلفزيون على مواد تخضع لقواعد العمل التربوي من حيث خضوعها لمناهج وأهداف ومبادئ وأساليب التربية، كما تحتوي على مواد أخرى كثيرة لا تخضع لذلك، ولكنها تؤثر بشكل غير مباشر في قنوات وسلوك الأفراد، ويحقق بذلك أهداف التنشئة الاجتماعية. وتبرز وظيفة التلفزيون التربوية فيما يلي:

➤ التأثير في القنوات والتصورات والعقائد.

➤ التأثير في اللغة.

➤ التأثير في السلوك.

➤ التأثير في الاتجاهات.

فالتلفزيون يعرض برامج يومية تجذب الصغار وتشد انتباههم وتعمل على تنمية معارفهم والتأثير في اتجاهاتهم وميولهم، والسيطرة على مشاعرهم وأفكارهم، إن برامج الأطفال خاصة تتميز بقدرتها الفائقة في التأثير على تشكيل سلوك الأطفال وتعديل نظرتهم إلى الحياة، فعندما يتابع الأطفال البرامج التلفزيونية يتعلمون نماذج جديدة للسلوك، قد تدعم أشكال السلوك السائد أو تغيرها بأشكال جديدة من السلوك المقبول والمتوافق مع معايير المجتمع.²

¹ مسعودة معنصر، مقارنة نظرية حول دور واثر التلفزيون على التنشئة الاجتماعية للطفل، مجلة القياس والدراسات النفسية، المجلد 01، العدد

01، 2020، ص63.

² مالك شعباني، دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص219.

5-التأثيرات السلبية للتلفزيون على عملية التنشئة الاجتماعية:

كما يظهر التأثير السلبي للتلفزيون في عملية التنشئة من خلال مجموعة من النقاط من

بينها:

أ- ظاهرة المحاكاة لأنماط غير ملائمة لظروف المجتمع، مما يؤدي إلى غياب المفهوم الثقافي في مجموع البرامج التلفزيونية ومحتوياتها المناقضة للثقافة، خاصة إذا كانت محاكاة لأنماط الإنتاج التلفزيوني التجاري.

ب- عدم وضوح الأهداف الأساسية للسياسة الثقافية التي تنتهجها وسائل الإعلام بصفة عامة والتلفزيون بصفة خاصة، واستخدامها لتحقيق أهداف أخرى.

ج- ظاهرة الغزو المضاد للثقافة الوطنية الذي يتسرب من خلال التلفزيون ويتضح ذلك من استعراض بعض البرامج الثقافية التلفزيونية، وبعض المسلسلات والأفلام الأجنبية التي قد تستورد دون مراعاة لأثرها السلبي.

د- انعدام التوازن في الخدمات الثقافية التي تقدم من خلال وسائل الإعلام، وخاصة التلفزيون، وعدم توزيعها توزيعاً عادلاً وملائماً بين المدن والقرى.

ويرى بعض المفكرين بأن جهاز التلفزيون قد أصبح له سلطان وهيمنة على العقول يمكن أن تسلب القدرة على التفكير والنقد وتجمد الاستجابات الذهنية المتقدمة، ويرى فريق ثاني أن المشاهد قد أصبح أمام التلفزيون فريسة ما يسمى بالنعاس الروحي، ويستشهد على ذلك بما قاله "جون كنيدي" الرئيس الأمريكي الأسبق "إننا لا نلعب كثيراً ولا نمشي كثيراً لقد كنا أمة من الرياضيين والآن صرنا أمة من المتفرجين" وقد حللوا هذه العبارة واستنتجوا منها أن سلبية المتفرج تقوده إلى ضرب من الفتور والعجز¹.

¹ عبد الله بوجلل، آثار التلفزيون على المشاهدين، مجلة RECHERCHES، المجلد 02، العدد 01، 1994، ص 81.

إحدى عشر: 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، كما 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 والظواهر¹. أما بالنسبة لتنوع الأنواع الصحفية فقد جاء كنتيجة لتنوع حاجات القارئ لمساعدته على فهم المستجدات اليومية والأحداث وفهم دلالاتها وإدراك خلفيتها.

1- 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 المحاضر 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 (...)

¹ نصر الدين العياضي، اقتربات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص27.

➤ **الأنواع الفكرية:** تشمل المواد التي تسعى أساساً، إلى تأطير الجمهور وتوجيهه، وغرس مجموعة من القناعات 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 مفهوماً أكثر. فالمقال التحليلي يغوص في أغوار الحدث مستخرجاً أبعاده، ويسعى الصحفي من خلاله لقراءة الأحداث انطلاقاً من فهمه لها من جهة، ومن وجهة نظره المتحيزة لرؤية أو موقف محدد.

➤ **الأنواع التعبيرية:** تشمل المواد الصحفية التي تبرز حالات خاصة أو تقدم أشخاصاً 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 أيضاً ضمن الأنواع الاستقصائية إذا كان يستهدف الكشف عن مجموعة من الحقائق والوقائع ليحكمها على وقائع ومعطيات أخرى، كما أن هذه الطريقة تسقط بعض الأنواع الصحفية التي لا تجد موقعا لها في الفئات التي تقترحها، مثل: الملف الصحفي¹.

¹ نصر الدين العياضي، مرجع سبق ذكره، ص34.

2- الأنواع الصحفية والتلفزيون:

يسأل الدكتور "نصر الدين العياضي" سؤال مهم في سياق الحديث عن الأنواع الصحفية في التلفزيون يتمثل السؤال كالتالي:

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 حkra على الصحافة قبل أقل من قرن من الزمن فقط ؟

يجيب عن هذا السؤال سهلة وممتعة لمجموعة 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:

أ: ارتباط الإنتاج التلفزيوني الوثيق بالصحافة وبفروع الإنتاج الفني.

ب: استفادة المنتج التلفزيوني من التسهيلات التقنية الجديدة ومن الابتكارات التكنولوجية. فالتكنولوجيا الجديدة تتحمل القسط الأوفر في تكاثر أنواع الإبداع التلفزيوني وتعدد¹.

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،

¹ نصر الدين العياضي، مرجع سبق ذكره، ص37.

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، الريبورتاج¹.

3-الخبر الإذاعي والتلفزيوني:

الخبر الإذاعي والتلفزيوني هو وصف أو تقرير دقيق، وغير متحيز تقدمه وسائل الإعلام على اختلافها "مسموعة، مسموعة مرئية" عن حادث أو واقعة أو موقف أو فكرة أو قضية أو نشاط، يثير اهتمام جمهور وسائل الإعلام على اختلافهم (قراء، مستمعين، مشاهدين، ويساهم في توعيتهم وتثقيفهم وتسليتهم، ولهذا تتخذ الأخبار مكانها الهام والمرموق في كل وسائل الإعلام، والخبر هو الخبر لا يختلف في مضمونه من وسيلة إلى أخرى، إلا طبقا للطريقة التي تقدم بها هذه الوسائل الأخبار لجماهيرها، خاصة وأن لكل وسيلة سماتها التي تميزها عن غيرها².

أ-قواعد صياغة الخبر الإذاعي والخبر التلفزيوني:

سوف نستعرض هذه القواعد على النحو التالي:

- استخدام لغة بسيطة واضحة متداولة محددة المعاني.
- استخدام الكلمات المختصرة ذات المقطع الواحد بدلاً من الكلمات المركبة.
- استخدام الجمل القصيرة التي لا تزيد كلماتها على حد معين حيث تريح المذيع في إلقاء الخبر، وألا يستغرق طول الخبر الإذاعي الواحد أكثر من دقيقة واحدة، ويفضل ألا يزيد زمن النشرة الإخبارية الواحدة على عشر دقائق.

¹ نصر الدين العياضي، المرجع السابق، ص37.

² محمد معوض، الخبر في وسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1994، ص10.

- تضمين الجملة الواحدة فكرة واحدة.
- استخدام صيغة المضارع بدلا من صيغة الماضي، واستخدام صيغة المبني للمعلوم بدلا من المبني للمجهول.
- استعمال كلمات وأفعال قوية تعطى للحدث دلالة قوية، مثل أكد، صرح، بدلا من قال.
- الابتعاد عن استخدام الصور الأدبية، والتشبيه والاستعارة.
- يراعى اختصار أسماء الأماكن، والأسماء الأجنبية، خصوصاً إذا كان الشخص، أو المكان ذكر الألقاب قبل أسماء الأشخاص، وكتابة الأسماء الأجنبية باللغة العربية، كي يتمكن المذيع من قراءتها بشكل صحيح.
- التقليل قدر الإمكان من ذكر الأرقام والإحصائيات وهنالك حالات يجد المحرر نفسه.
- التقليل من ذكر المصطلحات العلمية المتخصصة غير المتداولة، وغير المفهومة.
- مراعاة أن تركز المقدمة على أهم ما في الخبر، وأن تجيب على أهم الأسئلة السنة (من ماذا، لماذا، أين، متى، كيف).
- يفضل ذكر مصدر الخبر في بدايته، لا في نهايته¹.

¹ محمد العمر، البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، ص 98.

ب-مقارنة بين الخبر في الصحافة المكتوبة والخبر في التلفزيون:

البعد المقارن	الخبر في الصحافة المكتوبة	الخبر في التلفزيون
الوسيط	نص مكتوب	(صورة + صوت) وسيط سمعي-بصري
الشكل السردى	(هرم مقلوب) الأهم ثم الأقل أهمية	سرد بصري-زمني بتعليق صوتي
المكون المركزي	الكلمة+النص	الصورة+المشهد
اللغة	لغة وصفية، دقيقة، تعتمد على المفردات	لغة مبسطة، شفوية، مباشرة
التفاصيل والمعلومات	يسمح بتوسع وتحليل معمق	يفرض عليه الإيجاز بسبب ضيق الزمن
زمن التلقي	يمكن العودة للنص وإعادة قراءته	تلق لحظي وسريع بلا رجوع
وظيفة المذيع/الصحفي	غير ظاهر في النص إلا في دوره التحريري	ظاهر على الشاشة يمارس دور الوسيط والمفسر
العوامل الجمالية	قليلة، تعتمد على التصميم الإخراجي المطبوع فقط	عالية تعتمد مؤثرات صوتية، مونتاج، موسيقى، تصوير
تأثير التلقي	عقلاني، تحليلي	حسي، انفعالي، مباشر
سرعة التحديث والنشر	أبطأ، يتطلب وقتاً للإعداد والنشر	مباشر، يبث في وقت الحدث
الانتقاء والتحرير	يراعى الأهمية والعمق	يراعى القابلية للتصوير والتشويق البصري

-جدول من إعداد الباحث

4- معرض الصحف:

إن معرض الصحافة هو مقارنة بين ما تنشره الصحف، يأخذ مقتطفات من المقالات والافتتاحيات، تجمعها وتقوم بتركيب " مقتبسات " منها وترتب وفق زاوية خاصة حول موضوع معين. كما يمكن القول أن معرض الصحافة هو استكشاف لما تنشره الصحف من أجل فهم وجهات النظر والأطروحات التي تلتقي أو تتعارض في الصحيفة حول موضوع أو حدث ما، ويقدم من خلاله توجهات ورأي كل صحيفة.

يمكن أن يأخذ معرض الصحافة صيغتين عرض مجمل ما تكتبه الصحف، حول موضوع معين أو عن قطاع معين من النشاط، وهذا ما يقوم به الملحقون الصحفيون لمؤسساتهم. أو عرض المقتطفات ما تنشره الصحف حول المواضيع المختلفة. وهكذا يشكل معرض الصحافة بانوراما لتنوع الأحداث في اليوم، وهذا ما تنتجه عادة الإذاعات والتلفزيونات، ويطلقون عليه معرض

الصحافة وهو نوع من أنواع الكتابة الصحفية، لم يظهر "معرض" أقوال الصحف كنوع صحفي بدافع إعلامي وإخباري، بل جاء ليساير ميلاد صحافة الرأي الشغوفة بمعرفة مواقف الخصم السياسي و الرد عليها. قبل أن تتعدد الغاية من استخدامه، حيث أصبحت وسائل الإعلام تنتجه و تنشره كنص إبداعي¹.

5- برامج التوك شو:

هي برامج تلفزيونية أو إذاعية تتضمن مناقشات حوارية بين مقدم البرنامج وضيوفه، حيث يتم استضافة شخصيات معروفة أو خبراء في مجالات مختلفة للحديث عن قضايا متعددة، سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو ثقافية أو رياضية أو أي موضوع يثير الجدل والاهتمام العام، وتشمل بعض أمثلة على برامج التوك شو الشهيرة في العالم العربي مثل "العاشرة مساءً" و"صباح العربية" و " و"بلا حدود" مع أحمد منصور و"المجلس" على قناة الكأس وغيرها، وتختلف برامج التوك شو في مستوى التفاعل بين المقدم والضيوف، وفي درجة التركيز على الأخبار والأحداث الجارية أو على المواضيع الثقافية والفنية والاجتماعية².

أ- متى بدأ هذا النوع من البرامج:

ظهرت برامج "التوك شو" لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية في الستينيات من القرن العشرين، حيث كانت تعرض على شاشة التلفزيون وتضمنت مناقشات حوارية بين مقدم البرنامج وضيوفه حول موضوعات مختلفة، ومنذ ذلك الحين، انتشرت برامج "التوك شو" في العديد من دول العالم وأصبحت شائعة في وسائل الإعلام المختلفة، بما في ذلك التلفزيون والإذاعة والإنترنت، واستخدمت كوسيلة للتعبير عن وجهات النظر والآراء والاهتمامات المختلفة للناس في المجتمع. وتعتبر برامج "التوك شو" اليوم واحدة من أكثر البرامج شعبية وإثارة للجدل في العالم، وتشمل

¹ نصر الدين العياضي، مرجع سبق ذكره، ص202.

² محمود أحمد لطفي، برامج التوك شو وإعلام الأزمات، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2017، ص13.

مجموعة واسعة من الموضوعات التي تشمل السياسة والاقتصاد والثقافة والرياضة والعلاقات الإنسانية والأخلاق وغيرها¹.

ب- ما هي أهم خصائص برامج التوك شو:

- تعتبر برامج التوك شو من أهم البرامج الإعلامية التي تتميز بعدة خصائص، ومن أهمها:
- 1- المناقشة الحوارية: حيث تتميز برامج التوك شو بتقديم مناقشات حوارية بين مقدم البرنامج وضيوفه حول موضوعات مختلفة، وتتميز هذه المناقشات بالحيوية والاستمرارية.
 - 2- الإثارة والجدل: تعتمد برامج التوك شو على إثارة الجدل والتحدث عن المواضيع الحساسة والمثيرة للجدل، مما يجذب الكثير من المشاهدين ويثير اهتمامهم.
 - 3- الإعلام الحي: تتميز برامج التوك شو بالإعلام الحي، حيث تعرض مباشرةً على الهواء مباشرةً دون أي تأخير، مما يعطي الفرصة للمشاهدين للاتصال بالبرنامج والتفاعل معه.
 - 4- التنوع في المواضيع: تتضمن برامج التوك شو مواضيع متنوعة تتناول الأمور السياسية والثقافية والرياضية والاجتماعية والدينية وغيرها، مما يجذب شريحة واسعة من المشاهدين².

ج- ما هي أبرز سلبيات هذا النوع الصحفي:

- على الرغم من أن برامج التوك شو لها العديد من الفوائد والإيجابيات، إلا أنها تواجه أيضاً بعض السلبيات، ومن أبرزها:
- ✓ التحيز: يمكن لمقدم البرنامج أو ضيوفه أن يكونوا متحيزين لفكرة أو رأي معين، وبالتالي قد يؤثر هذا التحيز على المناقشة ويمنع التحدث عن وجهات النظر الأخرى بشكل موضوعي.
 - ✓ الاهتمام بالشهرة والمشاهدات: يمكن لبعض مقدمي البرامج "التوك شو" أن يهتموا بالحصول على نسب مشاهدة عالية والشهرة بدلاً من التركيز على المواضيع المهمة والمفيدة، مما قد يؤدي إلى تقديم محتوى سطحي وغير مفيد.

¹ محمود أحمد لطفي، مرجع سبق ذكره، ص22.

² المرجع نفسه، ص28.

- ✓ عدم الالتزام بالمعايير الصحفية: يمكن لبعض برامج "التوك شو" أن تنتهك بعض المعايير الصحفية مثل الدقة والصحة والمصداقية والاحترام، وذلك من خلال نشر معلومات غير دقيقة أو التعرض للضيوف بطريقة غير محترمة.
- ✓ الاعتماد على الجدل والإثارة: قد يؤدي اعتماد بعض برامج "التوك شو" على الجدل والإثارة إلى التركيز على المواضيع الحساسة والمثيرة للجدل بدلا من المواضيع المهمة والمفيدة، مما يمكن أن يؤثر على الأخلاق والقيم الصحفية للبرنامج.

يمكن أن نطرح بناء على ما سبق سؤال مهم وهو، هل تساهم هذه البرامج في تنفيه وتسطيح النقاش حول مختلف القضايا التي تهم المجتمع؟، بالتأكيد لا يمكن الجزم بأن جميع برامج "التوك شو" تساهم في تنفيه وتسطيح النقاش، وذلك يعتمد على طريقة عمل كل برنامج ومقدميه وضيوفه، ومع ذلك يمكن أن تساهم بعض برامج "التوك شو" في تنفيه وتسطيح النقاش في حال تم التركيز فقط على الجانب السطحي من الموضوعات دون الانتباه إلى الجوانب الأكثر تعقيدا وأهمية، وقد يؤدي ذلك إلى تبسيط المواضيع وتجاهل تعقيداتها الحقيقي، مما يتسبب في تشويه للحقائق وتحويل النقاش إلى نوع من الترفيه.

كما يمكن أن تساهم برامج "التوك شو" في تسطيح النقاش إذا تم التركيز فقط على الآراء الشخصية والمزاجية والمواضيع التي لا تحمل أي قيمة معرفية أو تثقيفية، بشكل عام، يمكن القول أن برامج التوك شو إذا تم الاعتماد عليها بشكل صحيح وبمراعاة المعايير الصحفية السليمة، فإنها يمكن أن تساهم في تعزيز الحوار العام والوصول إلى مستويات أعلى من الوعي والتثقيف وتوفير منبر حر للتعبير عن الآراء والمواقف المختلفة.

اثنا عشر: 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 وممارسته 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.

1- **تعريف الاعلام المتخصص:** 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 المختلفة¹.

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 مؤثرة 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.

¹ إخلاص حمدان، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني المتخصص، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، 2020، ص6.

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 الإعلامي متمكناً ودقيقاً في عمله أي مدى حرفية (الإعلامي) ويستهدف جمهوراً متخصصاً¹.

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 بها².

2- مستويات الإعلام المتخصص في الإذاعة والتلفزيون:

إن وسائل الإعلام الجماهيرية تمر بمراحل عدة في تطورها، ومن أهم هذه المراحل مرحلة النخبة مرحلة الشيوخ 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، ونقدم لهذه

¹ إخلاص حمدان، مرجع سبق ذكره، ص 6.

² عيسى محمود الحسن، الصحافة المتخصصة، دار زهران، عمان، 2009، ص 14.

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.

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 الجمهور¹.

3- خصوصية الصحافة الإذاعية والتلفزيونية 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 مباشرة 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.

4- الاختلاف بين الصحافة المتخصصة الإذاعية والتلفزيونية:

أ- صحافة متخصصة إذاعية:

✓ تركز على نقل الأخبار والمعلومات بما يشمل تقارير الأخبار والبرامج المتخصصة في مجالات معينة مثل الرياضة، الثقافة، الاقتصاد، وغيرها.

¹ إخلاص حمدان، مرجع سبق ذكره، ص 39-38.

✓ يمكنها تقديم تفاعل مع المستمعين من خلال الاتصالات والمداخلات المباشرة.

✓ تعتمد على الصوت كوسيلة رئيسية لنقل الرسائل والمعلومات.

ب- 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.

ثلاثة عشر: المهن المرتبطة بالصحافة الإذاعية و التلفزيونية:

تعد الصحافة الإذاعية والتلفزيونية من أهم أشكال الإعلام الجماهيري التي أسهمت، عبر تاريخها، في تشكيل الوعي العام وصناعة الرأي داخل المجتمعات، فمنذ ظهور الإذاعة في بدايات القرن العشرين ثم التطور السريع للتلفزيون بعد الحرب العالمية الثانية، أصبح العمل الإعلامي منظومة متكاملة تقوم على تخصصات دقيقة تجمع بين المهارات التحريرية، والقدرات التقنية، والكفاءات الإبداعية والتنظيمية. ولم يعد الصحفي الإذاعي أو التلفزيوني مجرد ناقل للخبر، بل بات جزءا من فريق واسع يضم مخرجين ومصورين ومهندسي صوت وإضاءة، إضافة إلى منتجين ومقدمين ومختصين في الجرافيك والمحتوى الرقمي، وتبرز أهمية دراسة المهن المرتبطة بالصحافة الإذاعية والتلفزيونية في فهم آليات إنتاج الرسالة الإعلامية، وطبيعة التفاعل بين الجوانب التحريرية والتقنية داخل غرف الأخبار والاستوديوهات، قبل الدخول في تفاصيل بعض هذه المهن نذكر ابتداء عنصر لا يقل أهمية وهي ما يسمى بغرفة التحكم.

1- غرفة التحكم:

غرفة السيطرة أو غرفة التحكم التي يجلس مختلف الفاعلين في العملية التلفزيونية أو الإذاعية من المخرج إلى مهندس الصوت ومهندس الصورة ومسئول الإضاءة والعاملين في تسجيل الصورة والصوت والبث والمساعدين، وتحتوي هذه الغرفة على كل الأجهزة الخاصة بالتسجيل الصوري والبث التلفزيوني، ومن خلالها يتمكن المخرج من إصدار إيعازاته إلى المصورين والمذيعين وكل العاملين، حيث يسيطر المخرج من خلال هذه الغرفة سيطرة كبيرة على كل مرافق العمل أثناء التصوير ويتمكن من الاتصال بالعديد من المشتركين بالبث الصوري والصوتي، وهذه الغرفة تحتوي على أجهزة تكبير صوتي ليوجه بها الممثلين أو العاملين، كما تحوي على أجهزة اتصال صوتية لمحادثة المصورين أثناء التصوير أو البث دون انقطاع، هناك المزيد من الأجهزة والمعدات الإنتاجية التلفزيونية، يتم السيطرة عليها من قبل المخرج من خلال صالة كبيرة تسمى غرفة السيطرة¹.



-غرفة التحكم التلفزيوني

¹ عبد الباسط سليمان، الإخراج والسيناريو في السينما والتقنوات الفضائية التلفزيونية، الدار الثقافية للنشر ، القاهرة، 2006، ص63.

2-الإخراج التلفزيوني:

أ- من هو المخرج:

المخرج كمفهوم عام هو ذلك الفنان الذي يقرأ النص بتعمق ويصور أحداثه على مسرح مخيلته ثم يجسدها بكل ما يمتلك من أدوات وتقنيات بواسطة الممثلين، وهو أيضا قائد الإنتاج وهو الذي يحدد طريقه الإبداعي، وهو العقل المفكر والمدير والمسؤول الأول والأخير عن نجاح أو فشل العمل الإذاعي والتلفزيوني بكل مقوماته¹، حاول التلفزيون في بداية انطلاقته أن يقتدي بكل من المسرح والسينما والإذاعة في مقاربتة و أدواته، وبقدر ما ظن المسرحيون من جهة والسينمائيون من جهة أخرى أن الإخراج التلفزيوني سهل اكتشفوا أنهم في حاجة إلى ممارسة ومران قبل أن يسيطروا على إدارة المشاهد كاملة، خصوصا أن الإخراج التلفزيوني يحتاج مونتاج فوري عبر التقطيع الفني، أي إخراج كل جزء من العمل بعدة آلات تصوير، لذلك فإن الإخراج التلفزيوني يعتمد بالضرورة على تحضير مسبق دقيق جدا، في حين قد يتاح نوع ما من حرية الإبداع والارتجال النسبي في المسرح والسينما².

إن عملية الإخراج ليست مهنة فقط، إنما هي بصيرة متوقدة لخلق الأشياء من العدم، أي إن المخرج هو إنسان عادي إلا أنه يتمتع بإمكانيات الساحر الذي يبهر الناس بالبداع والتنظيم لتحقيق التأثير بالمجتمع، وما لم يتمتع هذا الإنسان "المخرج" بإمكانيات التأثير بالمجتمع لا يمكن أن يكون مخرج، والمخرج بالإضافة إلى أنه مبدع فهو إداري ناجح أيضا وما لم يكن إداري فهو مخرج فاشل، ويذكر هنا "أحمد كامل مرسي" في "معجم الفن السينمائي" خاصية الإدارة ويبين أنها عملية من عمليات المخرج حيث يقول مهمة الإخراج مهمة شاقة، تتطلب جهدا وفنا، تتطلب عملا متوصلا يجمع ما بين مظهر القيادة والسياسة والدراية، للربط وتدعيم العلاقات بين الوحدات الفنية والطاقات البشرية والمعدات والآليات في وحدة وتفاهم، حتى يتم الخلق الفني، ويتحول اللفظ المكتوب إلى مادة فيلمية معروضة، في صورة مرئية وصوت مسموع وفق الخطة المرسومة

¹ ميلاد جرجس، مرجع سبق ذكره، ص 68.

² عبد الخالق محمد علي، فن الإخراج التلفزيوني والإذاعي، دار المحجة البيضاء، بيروت، 2010، ص 12.

للحركة في المنظر والتي تتلاءم بين المذيع أو الممثل وبين ما يحيط به من أشياء وفاعلين آخرين¹.

ب- صفات ومؤهلات المخرج:

هناك على الأغلب صفة واحدة تجمع كل المخرجين المتميزين حب العمل، فالمخرج له صفات ومؤهلات وشروط لابد من توافرها ليحدث التطابق والتماثل مع المهمات والواجبات الملقة على عاتقه وتتناسب مع تطلعاته وآماله، يمكن ايجاز ذلك في ما يلي:

- امتلاك الموهبة والذكاء وإرادة صبورة
- القدرة على التعامل مع مختلف أنواع الناس بدءا من المشاركين في الضيوف وانتهاء بمدير الاستوديو.
- يمتلك الكفاءة والقدرة على المران وترتيب وتنظيم العمل فنيا وإداريا وماليا.
- التمتع بمهارة القيادة والتفهم والاستقطاب و الجذب وحسن الحديث والمجاملة والتوجيه.
- القدرة على تحمل المسؤولية وتبعات العمل سليا وإيجابا والقدرة على المعالجة والمتابعة.
- القدرة على الإبداع والابتكار والتجديد والتجريب و يتمتع بخيال خصب وشعور وإحساس مرهف.
- الإلمام بالإمكانات الفنية والتقنيات وأدائها، وعناصرها داخل الإستوديو، وخارجه، ومميزاته وحاجاته وإن تكون لديه القدرة على استخدامها في مواضعها².

3-المونتير "مسؤول المونتاج":

ذلك الشخص المهم الذي يقع على عاتقه إعادة ترتيب وتنظيم اللقطات الصورية ومزجها بالصوت وفقا للرواية أو السيناريو وبناءا على ملاحظات وتوجيهات المخرج، حيث يعمل المونتير وبالتعاون مع المساعدين للمخرج في ترتيب اللقطات التي عادة تأتي غير منتظمة وتأتي ملتصقة الإحدى بالأخرى في أشرطة متعددة ومتنوعة، بل وفي بعض الأحيان مختلفة كان تكون من

¹ عبد الباسط سليمان، مرجع سبق ذكره، ص18.

² ميلاد جرجس، مرجع سبق ذكره، ص68.

الأرشيف الصوري أو من المواد المتعددة الأخرى، حيث تبدأ مرحلة هنا تسمى بمرحلة المونتاج الصوري والتي هي بمثابة مرحلة الخياطة بعد أن تم تقطيع القماش وفق الموديل المرغوب، والمونتير عادة يمتلك من الخبرة والدراية ما تؤهله لأن يبدع أو أن يجد في بعض الأحيان الحلول أو الحيل التي من شأنها أن تتجاوز العراقيل وتتخطاها لتخلق نوع من القناعة الصورية لدى المتلقي ، وهذا الأمر لا يعني أن يتجاوز المونتير ويفرض رأيه على المخرج¹.

بعد الانتهاء من التصوير يقوم جميع العاملين بالتعامل مع المادة المصورة بإشراف المخرج لوضعها في صورتها النهائية من حيث إضافة الموسيقى والصوت والمؤثرات الصوتية والبصرية وترتيب اللقطات وضبط إيقاع المادة المصورة، ويعد مونتاج العمل التلفزيوني من أهم المراحل التي يمر بها الإنتاج التلفزيوني، إذ يستطيع القائم بالمونتاج أن يشيد أو يهدم أي عمل فني، والمونتير هو المسؤول عن بناء الشكل النهائي للعمل الفني التلفزيوني، ويتوقف ذلك على مدى توافر اللقطات الكافية، واللقطات الاحتياطية التي قام المخرج بتصويرها. ويتوقف التحكم الإبداعي للمونتير خلال المونتاج على مدى تفاهمه مع المخرج. فيترك معظم المخرجين الحرية للمونتير في بناء المشهد خلال المونتاج، في حين أن هناك آخرين يفضلون متابعة عملية المونتاج إلى آخرها².

4-كاتب السيناريو "السينارست":

كاتب السيناريو أو السينارست هو الذي يختص في توصيل الأفكار أو القصص أو الروايات أو أي موضوع يرتئيه عبر مجموعة من الاستخدامات الصورية والصوتية التي يتخيلها في ذهنه ويدونها على الورق أو عبر مهاراته في وصف الأحداث وتسلسلها المنطقي المؤثر وعبر إمكانياته في بلورة الحوار المتزامن مع السرد الذي يختص في وصف الحركة والشخصية والمكان والزمان والديكور والإكسسوار والأزياء وما إلى ذلك من عناصر تظهر في الصورة المنتمة للعمل الذي سيكتمل بعد التنفيذ له ويصبح عمل صالح للعرض ويحقق غرض ما³.

¹ عبد الباسط سليمان، مرجع سبق ذكره، ص91.

² عبد الخالق محمد علي، مرجع سبق ذكره، ص22.

³ عبد الباسط سليمان، المرجع الأسبق، ص22.

5-المنتج :

شخصية مهمة جداً للعمل الإنتاجي تقوم بتنظيم والإدارة مجموعات الإنتاج وكافة تفرعاتها في العملية الإنتاجية حيث أن شخصية المنتج هي التي تحدد عناصر الإنتاج والإدارة، فهذه الشخصية يقع على عاتقها إدارة إنتاج العمل التي توضع لتحديد كافة المبالغ المستحقة لتحديد كل المتطلبات والاحتياجات التي تصب في العمل، والمنتج :

- يكون بنوعين الأول منتج منفذ والثاني منتج ممول.

أ- **المنتج المنفذ:** هو الذي يهيئ كافة المتطلبات التقنية والفنية من أجهزة تصوير وإضاءة ومواد تدخل في التصوير، وربما يهيئ استوديوهات أو فنيين، وفي اغلب الأحيان يكون المنتج المنفذ على هيئة شركة أو مكتب لتنفيذ الأعمال ويكون مدير الشركة أو المكتب هو المنتج المنفذ¹.

ب- **منتج ممول:** هو المسؤول عن التمويل المالي لمشروع إنتاج المادة السمعية البصرية سواء كانت فيلم مسلسل، برنامج...إلخ.

6-مدير التصوير:

وهو الشخص الذي يقع على عاتقه إدارة التصوير من تصوير وإضاءة وتكوين ومناظر وهي ما ترتبط بجملة من المهام المتعددة المرتبطة بمساعديه من مصممي الإضاءة ومصممي المناظر ومنفذي الديكور ومساعدي التصوير حين يقوم هذا الشخص القائد الذي يكون بالعادة بالمركز الثاني بعد المخرج من حيث مهمة القيادة يقوم بتوجيه أولئك العاملين معه وتنفيذ المشاهد الصورية التي يرسمها المخرج على الورق أو يصفها المخرج على الورق كتابة فيجسدها "مدير التصوير" على شكل صورة مرئية من خلال مساعديه وأدواته والعاملين معه الذين يكونوا تحت إمرته ، ويمتاز هذا الشخص بعقلية واسعة جدا وذكاء مفرط وحس جمالي كبير وخيال خلاق، تساعده هذه المميزات على الابتكار الذي يخدم الفلم الذي يعمل به².

تمثل علاقة المخرج بمدير التصوير أهمية خاصة أثناء إنتاج العمل الفني التلفزيوني؛ لأن لمدير التصوير دورا في غاية الأهمية من خلال مسؤوليته عن الإضاءة وتكوين الصورة أثناء

¹ عبد الباسط سليمان، مرجع سبق ذكره، ص83.

² المرجع نفسه، ص79.

عملية التصوير، كما أنه يتحكم بدرجة كبيرة في تصميم موقع التصوير، وبالتالي في تصميم الصورة المرئية النهائية للعمل الفني التلفزيوني، وقد يسبب هذا أحيانا نوعا من التوتر بين المخرج ومدير التصوير، لذا يجب أن يكون هناك نوع من التفاهم المتبادل والمتكامل في أسلوب كل منهما¹.

7- مدير الإضاءة:

هناك العديد من المتخصصين الذين يحتاجهم العمل الفني ولعل مدير الإضاءة يعد أحد أهم العناصر الفنية في الإنتاج إذ يبدأ بوضع خطة للإضاءة وتحديد احتياجاته، من أجهزة الإضاءة وترتيبها، ويعتبر عنصر الإضاءة من أهم العناصر التي تميز الإنتاج التلفزيوني². مدير التصوير يتشاور مع مدير الإضاءة في خلق التكوينات الصورية لتحقيق نتائج متميزة، فمدير الإضاءة يكون مسئول عن فريق كبير للغاية ينفذ عمليات الإضاءة، وهذا الفريق يشمل جملة مساعدين من منفذي الإضاءة وفني التيار الكهربائي ومسؤولي نقل معدات الإضاءة ومسؤولي مؤثرات الإضاءة وفني الصيانة اللذين يقومون بتنظيم وتشغيل الإضاءة حسب الخطة التي يرسمها مدير التصوير مع مدير الإضاءة، ومدير الإضاءة شخص مهم للغاية في العمل الفني كونه يرسم الإضاءة والألوان والتشكيلات والتكوينات بمصباحه وهذا الرسم عادة يكون بالاتفاق مع مدير التصوير الذي يأخذ الأفكار من المخرج والنص ويجسدها على الفيلم أو العمل الفيلمي³.

8- مسؤول الماكياج :

في بعض الأعمال هناك شخص مسؤول عن الماكياج تتحدد مهمته بالتعاون مع الماكير ومصفف الشعر للتأكد من ظهور الشخصيات على الشاشة في أفضل صورة ذلك في الأعمال الإنتاجية بشكل عام ممكنة، أو في أسوأ صورة إذا كان النص والدور يتطلبان هناك شخص تتحدد مسؤوليته في التأكد من مناسبة الملابس للشخصية والدور حسب النص⁴.

¹ عبد الخالق محمد علي، مرجع سبق ذكره، ص17.

² المرجع نفسه، ص18.

³ عبد الباسط سليمان، مرجع سبق ذكره، ص83.

⁴ عبد الخالق محمد علي، المرجع السابق، ص18.

9- مهندس وفنيو الصوت :

المخرج ذو الخبرة يولي اهتماماً خاصاً باحتياجات مهندس الصوت والتي عادة تكون جوهرية في العمل الفني التلفزيوني، وغير مكلفة في ذات الوقت. وعلى الرغم من ان مهندس الصوت يعمل تحت إشراف المخرج، إلا أنه يعمل أكثر قرباً من مدير التصوير، حيث إنه يجب أن يضع ميكروفونات التسجيل بطريقة غير ظاهرة في الكادر أثناء التصوير بالإضافة إلى تشغيل الأجهزة الخاصة بتسجيل الصوت، وتوزيع الميكروفونات والتأكد من كفاءتها، وكذلك جودة الصوت أثناء الإنتاج، ويتولى رفعها من موقع التصوير بعد انتهاء الإنتاج¹.

¹ عبد الباسط سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 09.

خاتمة:

تشكل هذه المطبوعة البيداغوجية خلاصة معرفية ومنهجية لمقياس الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، سعت إلى تقديم إطار متكامل يمكن طلبة السنة الثالثة ليسانس إعلام من فهم طبيعة الوسائل السمعية البصرية واستيعاب أبعادها النظرية والتاريخية والمهنية، فمن خلال تتبع نشأة الإذاعة والتلفزيون وتطور وظائفهما وخصائصهما التقنية والتواصلية، تبين أن هذين الوسيطتين لم تكونا مجرد أدوات لنقل الخبر، بل فاعلين أساسيين في بناء المعنى وتشكيل الرأي العام والتنشئة الاجتماعية، كما أبرزت المطبوعة خصوصية اللغة الإذاعية والتلفزيونية، وأهمية الصورة والصوت في إنتاج الخطاب الإعلامي، إضافة إلى تنوع الأشكال والأنواع الصحفية والتخصصات المهنية المرتبطة بهذا المجال، ويساعد هذا العرض المنظم الطالب على الربط بين الجوانب النظرية والتطبيقية، وفهم التحولات التي فرضتها التطورات التقنية على الممارسة الصحفية السمعية البصرية.

وفي هذا السياق هدفت هذه المطبوعة إلى ترسيخ قاعدة معرفية صلبة، تشكل منطلقاً للبحث الأكاديمي والممارسة المهنية الواعية، وتسهم في تنمية الحس النقدي لدى الطلبة، بما يؤهلهم لفهم تحديات الصحافة الإذاعية والتلفزيونية في سياقها الإعلامي والاجتماعي المعاصر.

قائمة المراجع:

- الكتب:

- 1- محمد علي فرح، صناعة الواقع: الإعلام وضبط المجتمع، مركز نماء البحوث والدراسات، بيروت.
- 2- فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري الجزائر، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة قسنطينة، 2003.
- 3- ريم عبود، مدخل إلى الإذاعة و التلفزيون، الجامعة السورية الافتراضية، سوريا، 2020.
- 4- أحمد حصري، ماكسويل جيمس كلارك، الموسوعة العربية، المجلد السابع عشر، منشورات وزارة الثقافة السورية، 2007، دمشق.
- 5- حسن احمد جغام، ماركوني مخترع اللاسلكي، سلسلة حياة عباقرة العلم، دار المعارف للطباعة والنشر، تونس، 1989.
- 6- ميلاد جرجس، الإذاعة والتلفزيون كظاهرة عالمية، عمان، دار الغيداء، 2019.
- 7- محمد عبد البديع السيد، الإذاعات العربية والدولية، نشر شخصي للمؤلف، د.س.
- 8- محمد جفيري، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دار صناع الإبداع للإنتاج والتوزيع، الإمارات، 2017.
- 9- عوض إبراهيم عوض، لغة الإذاعة، دار جامعة الخرطوم للنشر، السودان، 2001.
- 10- محمد العمر، البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، 2020.
- 11- محمود أحمد السيد، لغة الإذاعة ومؤهلات مذيع الأخبار، مجمع اللغة العربية، دمشق، 2008.
- 12- أحمد العبد أبو السعيد، الكتابة لوسائل الإعلام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عنان، 2014.
- 13- فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، دار الخلدونية، الجزائر، 2013.
- 14- لورينزو فيلشس، التلفزيون في الحياة اليومية، المشروع القومي للترجمة، القاهرة، 2000.
- 15- مرشد عبد صافي، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، الجنادرية للنشر والتوزيع، 2016.
- 16- كامل خورشيد مراد الاتصال الجماهيري والإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011.
- 17- لؤي الزعبي، مدخل إلى الصورة والسينما، الجامعة السورية الافتراضية، دمشق، 2020.
- 18- نصر الدين العياضي، اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
- 19- محمد معوض، الخبر في وسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1994.
- 20- محمد العمر، البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، الجامعة الافتراضية السورية، دمشق.
- 21- محمود أحمد لطفي، برامج التوك شو وإعلام الأزمات، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2017.
- 22- إخلاص حمدان، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني المتخصص، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، 2020.
- 23- عبد الباسط سليمان، الإخراج والسيناريو في السينما والقنوات الفضائية التلفزيونية، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، 2006.
- 24- عبد الخالق محمد علي، فن الإخراج التلفزيوني والإذاعي، دار المحجة البيضاء، بيروت، 2010.
- 25- عيسى محمود الحسن، الصحافة المتخصصة، دار زهران، عمان، 2009.

- مذكرات جامعية ومطبوعات بيداغوجية:

- 1- طيب أحمد محمد، الهاتف النقال في الجزائر بين التطور والتحديات، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2013-2014.
- 2- مالك شعباني، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي اصحي لدى الطلاب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة و بسكرة، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006.
- 3- فاطمة تيميزار، دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير العمل السمعي البصري في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 03، 2016.
- 4- أسماء عبادي، نشأة التلفزيون وتطوره، محاضرات في مقياس مدخل لوسائل الاعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، د، ت.

- مقالات علمية:

- 1- عيسى بن هاشم، لمحة عن نشأة الإذاعة في العالم وفي الجزائر، المجلة المغاربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، المجلد 03، العدد 01، 2011.
- 2- رشيد خضير، دور الإذاعة المحلية وأهميتها في تنمية المجتمع المحلي: دراسة في الوسائل والأساليب، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 04، العدد 01، 2016.
- 3- شهرزاد بوهدة، دور الإذاعة المحلية في تنمية المجتمع المحلي الجزائري، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 03، العدد 02، 2020.
- 4- مالك شعباني، دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 04، العدد 07، 2012.
- 5- عبد الله بوجلل، آثار التلفزيون على المشاهدين، مجلة RECHERCHES، المجلد 02، العدد 01، 1994.
- 6- مسعودة معنصر، مقارنة نظرية حول دور واثر التلفزيون على التنشئة الاجتماعية للطفل، مجلة القياس والدراسات النفسية، المجلد 01، العدد 01، 2020.

المراجع باللغات الأجنبية:

- 1- Poe Marshall T, A History of Communications: Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet ,Cambridge University Press, 2011. Cambridge, United Kingdom.
- 2- Grégoire Wallenborn, Le télégraphe, l'éther et la fée Électricité, in: Ernest Solvay et son temps, éd. par A. Despy-Meyer et D. Devriese, Bruxelles: Archives de l'ULB, 1997.
- 3- Thierry Débonnaire, Photographies, Musée de La Poste, FICHE PEDAGOGIQUE.
- 4- ORRIN E. DUNLAP, MARCONI THE MAN AND HIS WIRELESS, The Macmillan Company, New York, 1937.
- 5- Leone, M., Robotti, N. Guglielmo Marconi, Augusto Righi and the invention of wireless telegraphy. EPJ H 46, 16 (2021). <https://doi.org/10.1140/epjh/s13129-021-00021>

- 6- Muhammad I. Ayish ,Foreign Voices as People's Choices BBC Popularity in the Arab Worl, Middle Eastern Studies, Vol. 27, No 3, 1991.
- 7- Callum A. MacDonald ,Radio Bari: Italian Wireless Propaganda in the Middle East and British Countermeasures 1934-38 ,Middle Eastern Studies, Vol. 13, No. 2 (May, 1977).
- 8- Jeffrey Herf, Nazi Germany's Propaganda Aimed at Arabs and Muslims During World War II and the Holocaust: Old Themes, New Archival Findings, Central European History, Vol. 42, No. 4 (DECEMBER 2009) .

المواقع الإلكترونية:

- 1- عبد البصير حسن، رحلة بي بي سي عربي إذاعيا منذ 1938، مقال بموقع BBCعربي، نشر في جانفي 2023، متاح على: <https://www.bbc.com/arabic/art-and-culture-64380550>
- 2- أحمد متاريكك، إذاعة برلين العربية... هتلر يحتل العالم العربي بصوت يونس بحري، مقال على موقع رصيف، نشر بتاريخ 24 أفريل 2021، متاح على: <https://url-shortener.me/FYU>