**الصحافة الإذاعية والتلفزيونية**

**مفهوم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية**

تسمى الصحافة في الإنجليزية journalism من الأصل journal أحد مشتقات كلمة jour الفرنسية، أي يوم، وكلمة journal في الفرنسية تعني، في الأساس، يومي، من يوم، أما الجريدة فتسمى، بالفرنسية، journale أي يوميـة، وبالإنجليزية newspaper وهي كلمة، من الكلمات الإنجليزية المركبة، من news أي أخبار، وpaper أي ورق، ومعناها مجردة "ورق الأخبار".

**وتُعرف الصحافة**، بكسر الصاد، بأنها مهنة من يجمع الأخبار، والآراء، وينشرها في صحيفة أو مجلة. والصحيفة هي مجموعة صفحات، تصدر يومياً، أو في مواعيـد منتظمة، وتتضمن أخبار السياسة، والاقتصاد، والاجتماع، والثقافة، وما يتصل بها.

تستخدم كلمة press الإنجليزية، بمعنى صحافة، وتعني شيئاً مرتبطاً بالطبع، والنشر، والأخبار والمعلومات، وكذلك journalism بمعنى صحافة، وjournalist بمعنى صحفي. ومنها اشتق المصحف (بضم الميم أو كسرها)، بمعنى الكتاب، الذي جمعت فيه الصحف، أي الأوراق والرسائل.

**الصحافة** هي جمع الأخبار ونشرها، ونشر المواد المتصلة بها، في مطبوعات، مثل الجرائد، المجلات، الرسائل الإخبارية، المطويات، الكتب، وقواعد البيانات المستعينة بالحاسبات الإليكترونية. أمَّا الاستعمال الشائع للصحافة فينحصر في إعداد الجرائد، وبعض المجلات، وإن كان يمكن أن يتسع ليشمل باقي صور النشر الأخرى. والصحافة، كذلك، هي صناعة الصحفي، والصحافيون هم القوم الذين ينتسبون إليها، ويعملون بها. أول من استعمل لفظ الصحافة، بمعناها الحالي، كان الشيخ نجيب الحداد، منشئ جريدة "لسان العرب"، في الإسكندرية، وحفيد الشيخ ناصيف اليازجي، وإليه يرجع الفضل في هذا المصطلح "صحافة"، ثم قلده سائر الصحفيين، بعد ذلك.

استخدم العرب والأوروبيون عديداً من المصطلحات لوصف الصحافة، بأشكالها المختلفة. فعند دخول الصحافة، لأول مرة، في مطلع القرن التاسع عشر، كان يُطلق عليها لفظة "الوقائع"، ومنها جريدة الوقائع المصرية، كما سمَّاها رفاعة الطهطاوي. وسميت كذلك "غازته"، نسبة إلى قطعة من النقود، كانت تباع بها الصحيفة. كما أطلق عليها الجورنال.

وقد أطلق العرب لفظ الغازته على الصحف، في أوائل عهدها، تقليداً للأوروبيين؛ حيث يقال إن أول صحيفة، ظهرت في البندقية، عام 1656، كانت تسمى غازته؛ فشملت هذه التسمية، فيما بعد، كل الصحف، بلا استثناء.

ومن المسميات، التي أُطلقت على الصحافة، "الورقة الخبرية" و"الرسالة الخبرية" وقد استعملتها جريدة المبشر، وأكثر الصحف العربية، في الجزائر ومنها كذلك "أوراق الحوادث"، وهو الاسم الذي أطلقه، للدلالة على صحف الأخبار، نجيب نادر صويا، منشئ مجلة "كوكب العلم"، في القسطنطينية.

وهناك، كذلك، اسم "المجلة" وأول من استعمله، في الوطن العربي، كان الشيخ إبراهيم اليازجي، عندما أصدر مجلة "الطبيب"، عام 1884. ولفظة المجلة أصلها الفعل "جل"، أي علا وسما مقاماً، أو وضح وظهر. ومن ثم فإن اسم المجلة يعني إيضاح الحقائق.

وقد اندثرت المسميات السابقة كلها، ولم يبق منها سوى: الجريدة Newspaper والمجلـة Magazine

**◄ تعريفات أخرى للصحافة :**

فمنهم من يعرفها بأنها جميع الطرق، التي تصل، بواسطتها، الأنباء، والتعليقات عليها، إلى الجمهور، وكل ما يجري في العالم، ويهم الجمهور، وكل فكر، وعمل روائي، تثيره تلك المجريات، يكون المادة الأساسية للصحف.

أي أن الصحافة تعني، بهذا المفهوم، فن تسجيل الوقائع اليومية، بدقة، وانتظام، وذوق سليم، مع الاستجابة لرغبات الرأي العام، وتوجيهه، والاهتمام بالجماعات البشرية، وتناقل أخبارها، ووصف نشاطها، ثم تسليتها، وشغل أوقات فراغها، ومن ثم فالصحافة هي مرآة تعكس صورة الجماعة، وأداءها وخواطرها.

ويعرف محمود عزمي، أحد أعلام الصحافة المصرية في القرن العشرين، الصحافة بقوله إنها وظيفة اجتماعية مهمتها توجيه الرأي العام، عن طريق نشر المعلومات، والأفكار الجيدة الناضجة، مفعمة ومنسابة إلى مشاعر القراء، خلال صحف دورية.

**ويرى ويكهام ستيد،** أحد أعلام الصحافة الإنجليزية، إن الصحافة ليست حرفة، كسائر الحرف، بل هي أكثر من مهنة، وهي ليست صناعة، بل طبيعة من طبائع الموهبـة، والصحافيون خدم عموميون، غير رسميين، هدفهم الأول العمل على رقي المجتمع.

ويصف الرئيس الأمريكي جيفرسون الصحافة بأنها أداة لتنوير عقل الإنسان، ولتقدمه ككائن عاقل أخلاقي واجتماعي. ويقول ادولف. س. اوكس، ناشر جريدة نيوورك تايمز، إن الصحافة مهنة لا تستميلها الصداقات، ولا يرهبها الأعداء، وهي لا تطلب معروفاً، ولا تقبل امتناناً، إنها مهنة تتغاضى عن العاطفة، والتحيز، والتعصب إلى أبعد الحدود، فهي مكرسة للصالح العام، ولفضح الألاعيب والانحرافات، والقصور في الشؤون العامة، وتتعامل بروح العدل والإنصاف، مع أصحاب الآراء المعارضة، مهنة شعارها "ليكن هناك نور".

ويرى الكثير، من خبراء الإعلام، أن الإعلام والصحافة شيء واحد. وفي رأيهم، لا تقتصر كلمة صحافة على المواد المطبوعة، وإنما تشمل كافة وسائل وأجهزة الإعلام. ويقسمون الصحافة إلى: الصحافة المطبوعة، ويقصدون بها الصحف المطبوعة. والصحافة المسموعة، أي الإذاعة. والصحافة المرئية أي التليفزيون، أي كافة أجهزة الإعلام التي تستخدم الصورة بجانب الصوت، والكلمة المقروءة أو المنطوقة. بينما يرى آخرون أن الصحافة هي إحدى أجهزة الإعلام والاتصال الرئيسية، وأقواها أثراً، وأبقاها تأثيراً.

ويرى فاروق أبو زيد أن الصحافة كلمة تستخدم للدلالة على أربعة معان:

**المعنى الأول**: الصحافة بمعنى الحرفة، أو المهنة، ولها جانبان: جانب يتصل بالصناعة والتجارة، من خلال عمليات الطباعة، والتطوير والتوزيع والتسويق والإدارة والإعلان. وجانب يتصل بالشخص، الذي اختار مهنة الصحافة، فمنها اشتقت كلمة صحفي، أي الشخص الذي يحصل على الأخبار، ويجري الأحاديث، والتحقيقات الصحفية وكتابة المقال والتعليق الصحفي وكافة الفنون الصحفية الأخرى.

**المعنى الثاني**: الصحافة بمعنى المادة، التي تنشرها الصحيفة، كالأخبار، والأحاديث والتحقيقات الصحفية، والمقالات، وغيرها من المواد الصحفية. وهي، بهذا المعنى، تتصل بالفن وبالعلم، فهناك فنون التحرير الصحفي، على اختلاف أنواعها، من فن الخبر، إلى فن الحديث، إلى فن التحقيق إلى فن المقال، إلى فن العمود، وهناك كذلك فنون الإخراج الصحفي وهي كذلك تنوعة.

وقد تطورت الفنون الصحفية، وصار علماً، له قواعد وقوانين. ومن ثم فالصحافة تتصل بالفن كذلك، من حيث أن الموهبة شرط لازم للصحفي، الذي يقدم للصحيفة، خبراً أو حديثاً أو تحقيقاً أو مقالاً، فالصحافة إذاً حرفة وفن وصناعة، وهي كل ذلك في آن واحد، وبنسب مختلفة، حسب استعداد المحررين وميلهم، وكذلك حسب الظروف التي يعملون فيها.

**المعنى الثالث**: الصحافة بمعنى، الشكل الذي تصدر فيه، فالصحف دوريات مطبوعة تصدر، من عدة نسخ، وتظهر، بشكل منتظم، وفي مواعيد ثابتة متقاربة، أو متباعدة.

**المعنى الرابع**: الصحافة بمعنى الوظيفة، التي تؤديها في المجتمع الحديث، أي كونها رسالة تستهدف خدمة المجتمع والإنسان، الذي يعيش فيه، وهي بهذا المعنى تتصل بطبيعة الواقع الاجتماعي والاقتصادي، في المجتمع، الذي تصدر فيه الصحيفة، ونوعية النظام السياسي، والاجتماعي القائم ثم بالأيديولوجية، التي يؤمن بها هذا المجتمع. وهو الأمر الذي انتج المدارس الصحفية المتباينة.

**الإذاعة نشأتها وتطورها:**

تعرف الاذاعة بأنها عملية نقل الصوت المرسل الى المستقبل بعد تحويله الى موجات كهرومغناطيسية , لينقل عبر الاثير , فيستقبله جهاز الاستقبال الذي يحول الموجات الى الكهرومغناطيسية الى صوت مرة ثانية , يعمل المضخم في جهاز الاستقبال على تضخيمه حتى يصل الى اذن المستمع ان الاذاعة المسموعة تعتمد على عنصر الصوت باعتباره المادة الاساسية لبرامجها , ومهما تعددت وتنوعت اشكال البرامج فانها لاتخرج عن كونها صوت ينطق عبر الاثير ليصل الى اذن المستمع , وقد يكون هذا الصوت كلمة منطوقة او لحناً مغنى , او معزوفة موسيقية , او مؤثراً صوتياً.

كان اختراع الراديو وتحويله إلى وسيلة اتصال جماهيرية محصلة جهود تكنولوجية تراكمت على مدى 70 عاما. إذ ترجع الحاجة إلى إختراع وسيلة لنقل الرسائل الصوتية عبر مسافات طويلة إلى العام 1830 عندما بدأ تشغيل السكك الحديدية في العالم. فقد كان يتطلب توفير أكبر قدر ممكن من الأمان لسير القطارات استخدام نظام للتراسل بين المحطات البعيدة تفوق سرعتها سرعة القطارات.

ـ وبدءًا من أربعينات القرن التاسع عشر بدأ التطور التكنولوجي السريع يأخذ مسارًا جديدًا وتتالت الاختراعات واحدة تلو الأخرى، وكانت البداية باختراع التلغراف الكهربى 1844، ثم تلاه التليفون السلكى 1876 ثم التلغراف اللاسلكى والذى اخترعه ماركونى 1896.

ـ وقد أجرى علماء عديدون تجارب لاختراع التلغراف اللاسلكى، ويعود إلى العالم الألمانى هنريش هيرتز اكتشاف ما يسمى بالموجات الكهرومغناطيسية التى تسافر في الفضاء بسرعة الضوء وذلك في عام 1888 وقد عرفت هذه الموجات فيما بعد باسم موجات الراديو Radio waves وأصبحت تقاس بالهيرتز نسبة إلى مكتشفها.

وقد صمم هيرتز جهازا لاكتشاف وتوليد هذه الموجات وكان هذا الاكتشاف هو الاساس العلمى الذى قامت على أساسه الإذاعة والتليفزيون.

**تجارب ماركونى الناجحة:**

في عام 1895 نجح الشاب الإيطالى جوليلمو ماركونى في إرسال رسائل مشفرة يصل مداها إلى نحو ميل وتوصل إلى أول تلغراف لاسلكى يعرفه العالم.

ـ وقد قام ماركونى بتقديم اختراعه للحكومة الإيطالية محاورًا اقناعها بتمويله ولكن الحكومة رفضت ذلك بحجة أن الجهاز لا قيمة له، الأمر الذى دفع ماركونى إلى الرحيل إلى إنجلترا حيث حصل في عام 1897 على براءة باختراع التلغراف اللاسلكى كما حصل على الدعم المالى اللازم لتطوير الجهاز الجديد.

ـ وبحلول عام 1901 كان ماركونى قد طور جهازًا أكثر قوة تمكن من خلال من نقل الرسائل اللاسلكية عبر المحيط الأطلنطى وقد عرف جهاز ماركونى باسم الراديو وكان كبير الحجم وثقيل للغاية ولا تحمله إلا السفن الكبيرة.

ـ كما تمكن ماركونى في عام 1904 من إختراع جهاز لتوليد واكتشاف طول موجات الراديو وقد سمح هذا الاختراع بإذاعة رسائل على طول موجة أو تردد محدد مما يمنع تداخل رسالة مع آخرى تذاع في نفس الوقت.

وقد استثمر ماركونى نجاح اختراعه في انشاء شركة خاصة به هي شركة ماركونى الأمريكية في عام 1899 وفي عام 1913 كانت هذه الشركة تحتكر استخدام التلغراف اللاسلكى في معظم أنحاء العالم.

ـ وقد تحول راديو ماركونى إلى وسيلة مهمة للغاية في الاتصال في المجالات العسكرية والتجارية، كما تم استخدامه في السفن والقواعد البحرية.

وعلى الرغم من أهمية اختراع ماركونى في ذلك الوقت إلا أن أحدًا من الناس حينذاك لم يتخيل أن هذا الاختراع سيصبح يوما جزءًا من الحياة اليومية لكل أسرة تقريبا.

**نقل الصوت البشرى:**

في مساء ليلة عيد الميلاد عام 1906 تمكن أحد هواة الراديو الأمريكيين ويدعى رينالد فسندن من إدخال الصوت البشرى في الإشارات المرسلة بالتلغراف اللاسلكى.

ـ وسمع عمال اللاسلكى على ظهر السفن في عرض الأطلنطى صوتا بشريا يتحدث إليهم عبر سماعات الأذن وكان من الصعب تصديق الأمر حيث أعد رينالد فسيندن جهازًا يسمح بإذاعة إشارات أكثر تعقيدًا من تلك التى كانت مستخدمة وهي إشارات مورس، وبالإضافة إلى ذلك فإنه استطاع عمل جهاز إرسال ذى قوة عالية لاستخدامه في تجاربه وفي مساء ذلك اليوم تكلم عدة أشخاص عبر اللاسلكى.

ألقى أحدهم خطبة وقرأ آخر شعرًا وعزف ثالث على آلة الفيولين وبذلك أصبح الراديو الصوتى حقيقة واقعة.

**الاستخدامات الأولى للراديو:**

في البداية استخدام الراديو في إرسال الرسائل للسفن وهي في البحر حتى تغير اتجاهها أو إشارات الاستغاثة في حالة حدوث كارثة بعيدًا عن الشاطئ. وقد وفر ذلك على شركات التأمين مبالغ طائلة.

وبالرغم من مزايا الراديو الواضحة في هذا المجال كان لابد من حدوث كارثة حتى يقتنع المتشككون بمزايا الراديو الضخمة في مجال الاتصال البحرى.

ـ وقد كان للراديو الفضل في إنقاذ ركاب السفينة (ريببلك) التى كانت تغرق وأرسلت رسائل استغاثة بالراديو التقطتها السفن القريبة منها وسارعت إلى إنقاذ جميع ركابها من الغرق.

وقد لعبت أجهزة التلغراف اللاسلكى دورًا مهما في الحرب العالمية الأولى حيث استخدمتها الجيوش في الاتصال بين وحداتها كما استخدمها الطيارون للاتصال بالقواعد الجوية.

وبعد انتهاء الحرب زاد الاهتمام الشعبى بالراديو بعد أن نجحت إحدى الشركات في إنتاج وتسويق مكونات أجهزة للاستقبال يقوم الأفراد بشرائها وإعادة تجمعيها في مناماوالهم لالتقاط إشارات الراديو المشفرة والإشارات الصوتية.

**الراديو كوسيلة اتصال جماهيرية:**

كان تحول الراديو من وسيلة اتصال خاصة إلى وسيلة اتصال جماهيرية يتطلب عددا من التحولات التكنولوجية وهي:

1-إنتاج أجهزة استقبال صغيرة الحجم جديدة الثمن وفي متناول غالبية الناس.

2- قيام محطات إذاعية تبث برامج منتظمة يرغب الناس في الاستماع إليها.

3-التوصل إلى طريقة تجعل الإرسال واضحا وتمنع التداخل بين المحطات الإذاعية أي تنظيم استخدام الموجات الهوائية إما بالاتفاق بين المحطات أو من خلال التنظيم الحكومى.

4-التوصل إلى طرق لتمويل المحطات الإذاعية حتى تستطيع الاتفاق على برامجها وتغطى تكاليفها وتحقق أرباحها.

وخلال سنوات قليلة تم التغلب على هذه العوائق وتحول الراديو إلى وسيلة إتصال جماهيرية مهمة وكان أول من فكر في إمكانية استخدام الراديو كوسيلة اتصال جماهيرية هو ديفيد سارنوف الذى كان يعمل مهندسا في شركة ماركونى بأمريكا.

الاستخدامات الأولى للراديو:

لفتت تجارب ماركونى انتباه المهتمين بشؤون البحرية، وبينما كان التلغراف يستخـدم في ذلك الوقـت في نقـل الرسـائل إلا أنه كان بلا فائدة في مجال الاتصال البحرى، فقبل ظهور الراديو كانت السفن التي تبتعد عن الأرض مقطوعة الاتصال تماما بالعالم باستثناء السفن التي بجوارها،لذلك استخدم الراديو في الاتصال بين السفن التجارية القادمة، ثم استخدم في إرسال الرسائل للسفن وهى في البحر. وحتى يثبت الراديو أهميته كان لوقوع بعض الكوارث دورا في إبراز أهمية الراديو كوسيلة اتصال ومنها الكارثة التي لحقت بسفينة الركاب Republic وتيتناك في عامي ١٩٠٠ و ١٩١٢ على الترتيب وقد لعب الاتصال بالراديو دورا هاما في إرسال إشارات استغاثة أمكن بفضلها إنقاذ ٧٠٠ راكب من السفينة تيتانك التي غرق منها ١٥٠٠ راكب راحوا ضحية لهذا الحادث الأليم. وتعتبر الإذاعة كوسيلة اتصال تطورا للراديو "اللاسلكي" والتليفون وهى ليست اختراعا جديدا في حد ذاته، وقد استخدم الراديـو في مجالات أخرى عديدة، ولم يكـن للإذاعة أسبقـية في استخـدام الموجات الكهـرومغناطيسية فقد استخدمت السـفن والطائرات اللاسلكي، كما استخـدمه رجال الأعمال في عقد الصفقات التجارية، وقد واجهت الإذاعة مشكلات فنية تتعـلـق باسـتـقـبال الإشارات وأمكن التغلب على هذه المشكلات كما ذكرنا.

اكتشفت إمكانيات البث الإذاعي مصادفةً، ففي أحد أيام عام 1919 كان المهندسون في شركة تصنيع في بيتسبرغ في الولايات المتحدة الأمريكية يجرون تجارب على إرسال صوتي وخطرت لهم فكرة إرسال الموسيقى الصادرة عن أسطوانات الحاكي على التناوب مع الكلام ولدهشتهم تلقوا طلبات لمزيد من الإرسال الموسيقي من مستمعين هواة غير متوقعين كانوا يستخدمون معدات استقبال منزلية الصنع.

أما أول محطة إذاعية تجارية منتظمة فقد ظهرت في 2 نوفمبر عام ١٩٢٠ باسم KDKA في مدينة بيتسبرغ بواسطة شركة ويستنغهاوس، وقد افتتحت هذه المحطة بإذاعة نتائج الانتخابات الرئاسية في ولاية ميتشجان الأمريكية، وظلت منذ ذلك الوقت تذيع بانتظام برامج تتألف من اسطوانات موسيقية وأحاديث وأغاني، كما كانت بين الحين والآخر تذيع الموسيقى الحية التي يعزفها اوركسترا، وفضلا عن ذلك كانت تذيع الأخبار في نشرة منتظمة تضم الأخبار المحلية في المدينة، وأخبار الولاية منقولة عن الصحف وأخبار باقى الولايات ودول العالم منقولة عن وكالات الأنباء. ومع نهاية 1922 كانت هناك أكثر من 576 محطة إذاعة تجارية في الولايات المتحدة الأمريكية، وتم بيع أكثر من مائة ألف جهاز استقبال في نفس العام ومع حلول العام 1925 كان هناك 5.5 مليون جهاز استقبال في أمريكا وحدها.

وعرف المذياع او جهاز الاستقبال للإذاعة في فترة النشأة بالتلفون اللاسلكي TSF (Telephone Sans Fils) ولم تعمم لفظة الراديو إلا في الثلاثينات من القرن الماضي، وكان الاستماع للإذاعة في البداية جماعيا في أماكن محددة وانتشار أجهزة الاستقبال الراديو محدودة.

لقد كان مطلع العشرينات من القرن العشرين بداية للبث الإذاعي في الكثير من البلدان، ففي كندا انطلق أول بث نظامي عام 1920، وفي أستراليا افتتحت أول محطة في ملبورن عام 1921، وفي بريطانيا أُحدثت شركة البث البريطانية BBC عام 1922، وفي فرنسا بدأ أول بث منتظم وكان من برج إيفل في العام نفسه، وتزامن ذلك أيضاً مع بداية البث في الاتحاد السوفييتي السابق، ومع نهاية عام 1923 كانت قد أسست محطات بث إذاعي في كل من بلجيكا وتشيكوسلوفاكيا السابقة وألمانيا وإسبانيا، ثم في فنلندة وإيطالية في عام 1924 والنرويج وبولونيا والمكسيك واليابان في عام 1925 والهند في عام 1927، ثم بقية الدول تباعاً.

البث الإذاعي:

تألف نظام البث الإذاعي من سلسلة تبدأ من محطة البث، وتنتهي عند أجهزة الاستقبال، بحيث تضخم في هذا النظام الإشارات الكهربائية الصادرة عن الميكروفونات أو آلات قراءة الأسطوانات أو الأشرطة المغنطيسية أو الأقراص الليزرية، وتُنقل الإشارات إلى المُرسل الذي يقوم بتعديل موجة راديوية حاملة يشعها هوائي الإرسال، ثم تنتشر هذه الموجة الحاملة للمعلومات في الفضاء ويلتقط هوائي استقبال تلك الموجة، ومن ثم يستخلص المستقبل الإشارة المفيدة من الموجة الحاملة ويوصلها إلى مكبر الصوت.

* تنظيم البث الإذاعي

كُلِّف الاتحاد الدولي للاتصالات بعيد الحرب العالمية الأولى، الذي أنشئ في عام 1865 تحت اسم اتحاد [البرق](http://www.arab-ency.com/index.php?module=pnEncyclopedia&func=display_term&id=1639&vid=17) الدولي، تنسيقَ استخدام الترددات الراديوية على مستوى العالم، وهذا الدور للاتحاد الدولي ضروري، إذ تُتفادَى بفضله التداخلات بين الموجات الصادرة عن المرسلات في البلدان المختلفة خاصة في المناطق الحدودية، وذلك بتخصيص حزم ترددية مختلفة لكل بلد، ويقوم كل بلد بدوره بتخصيص كل مرسل لديه بحزمة ترددية معينة حول تردد معين يسمى التردد الأساسي. وللعدد الهائل من المُرسِلات في العالم، قسّمت هذه الجهة الدولية المشرّعة طيف الأمواج الكهرومغناطيسية إلى ترددات حصرية مخصصة لمرسِل معين، وإلى ترددات متشاركة مخصصة لمرسِلين اثنين أو أكثر تباعدهما الجغرافي كبير بما فيه الكفاية لمنع التداخلات.

* المُرسِلات

توفر وسائط بث البرامج إشارة كهربائية منخفضة التردد (موافقة للصوت) وبعرض حزمة يراوح بين 5  و15 كيلو هرتز طبقاً للنظام المستخدم.

ويتمثل دور المرسِل في استخدام هذه الإشارة لتعديل موجة كهروراديوية مميزة بترددها (التردد الحامل(، ثم في إشعاع تلك الموجة بوساطة [الهوائي](http://www.arab-ency.com/index.php?module=pnEncyclopedia&func=display_term&id=9652&vid=17)، ولا يمكن الفصل بين المرسل والهوائي، إذ أن استطاعة الأول ومخطط إشعاع الثاني يحددان معاً، وتبعاً لشروط الانتشار، المنطقة التي يغطيها المرسل.

تختلف بنية المرسل باختلاف طريقة التعديل المستخدمة، ومع هذا فيوجد في جميع المرسلات وحدات رئيسية مشتركة كالمهتز المحلي الذي يزود بالإشارة الحاملة، ومضخمات الاستطاعة التي تقدم للإشارة المرسلة الاستطاعة اللازمة للانتشار، وهوائي الإرسال.

وتُستخدم الأمواج القصيرة في البث الإذاعي خصيصاً لتوفير تغطية انتقائية للمناطق البعيدة من سطح الكرة الأرضية، ومن ثَم فإن أنظمة الهوائيات تكون أكثر تعقيداً في هذه الحالة، إذ تستخدم تقنية الأمواج الموجهة، وبمقدور محطة واحدة من هذا النوع البث الموجه بعشرات اللغات في اليوم الواحد إلى القارات الخمس. ويتعلق اختيار ساعات البث والتردد المستخدم بأحوال الانتشار.

* المستقبلات وتطورها

يعد المستقبِل أكثر الأجزاء حرجاً في نظام البث الإذاعي، فمع وجود آلاف المحطات المرسِلة في العالم العاملة على أنماط متنوعة كالبث الإذاعي AM والبث الإذاعي FM والبث التلفزيوني وأنظمة الاتصالات الراديوية العسكرية منها والمدنية، وعلى حزم ترددية متنوعة، وبمستويات استطاعة إرسال عديدة، فإن المستقبِل يواجه مهمته في انتقاء الإشارة المطلوبة ورفض كل الإشارات الأُخرى.

ومما لاشك فيه أن التطور المذهل في الإلكترونيات كاستبدال الترانزيستورات بالأنابيب الإلكترونية، وتقنيات الدارات التكاملية وغيرها، قد أسهم في تحسين أداء المستقبلات وفي خفض حجمها ووزنها وكلفتها، إلى جانب التطورات المذهلة التي رافقت الثورة الرقمية والتي تسمح اليوم بالحصول على أداء متميز جداً وجودة صوت تضاهي جودة الأقراص الليزرية.

مهمات البث الإذاعي

* يسهم البث الإذاعي في تطوير المجتمع من حيث توفيره نقل المعرفة والمعلومات واستخدامها، وقد لاقت بعض الموضوعات اهتماماً خاصاً في البث الإذاعي لطبيعتها ومنها القضايا السياسية والدينية والتعليم وبرامج الأطفال والفنون، وانتشرت شبكات بث إذاعي متخصصة في إحدى تلك المجالات كالموسيقى أو الأخبار أو البرامج الدينية وغيرها.
* البث الإذاعي وسيلة مهمة لنشر الأفكار السياسية والمعرفية على جمهور واسع  بنشرات الأخبار والبرامج والندوات السياسية، كما أن البرامج الدينية كانت وما تزال دائمة الحضور في البث الإذاعي كنقل الاحتفالات الدينية والصلوات والنقاشات، أما البرامج التعليمية فمنها ما هو مخصص للمدارس ويشمل موضوعات متنوعة كاللغات والتاريخ والموسيقى والعلوم، ومنها ما هو مخصص للبالغين من أجل تزويد المتابع ببعض المهارات أو تعليمٍ ما كاللغات الأجنبية مثلاً، ومنها ما يندرج في إطار الجامعة المفتوحة.
* الترويج للفنون كالأغنيات والموسيقى إذ أن الكثير من محطات البث الإذاعي لها فِرقها الموسيقية الخاصة ومطربون متعاقدون معها، إلى جانب البرامج المرتبطة بالجوانب الثقافية المختلفة من مؤلفات وندوات ومسرح وغيرها.
* يعتبر وسيلة الإعلام المعتمدة في حالات الطوارئ والكوارث، كالهزات الأرضية على سبيل المثال، من أجل إبلاغ المواطنين بالتعليمات وبمراكز الإسعاف وبنقاط التجمع.

الخطوات التي يمر بها الإرسال الإذاعي

يبدأ الإرسال الإذاعي من الإستوديو عن طريق الميكروفون وينتهي عند سماعة الراديو إلى أذن المستمع، ويمكن إيجاز الخطوات التي يمر بها الإرسال الإذاعي في النقاط التالية:

أولا: في إستوديو الإذاعة

يبدأ الإرسال الإذاعي من داخل الإستوديو، حيث يقوم الميكروفون بتحويل الطـاقة الصوتيـة إلى طـاقة كهربائية تنقل إلى غرفة مراقبة الإستوديو.

ثانيا: في غرفة مراقبة الإستوديو

في غرفة المراقبة يتم تقوية الطاقة الكهربائية التي تعبر عن الصوت الخارج من الإستوديو، وذلك عن طريق جهاز التقوية Amplifier، ثم يمر الصوت الذي أصبح تيارا كهربائيا إلى غرفة المراقبة الرئيسية بمبنى الإذاعة، وجدير بالذكر أن غرفة المراقبة الخاصة بالإستوديو تذاع منها الأشرطة والاسطوانات المسجل عليها كافة البرامج التي تشمل عليها الخريطة اليومية للمحطة الإذاعية، وتمر المواد المسجلة على الأشرطة والاسطوانات على جهاز التقوية الموجود في غرفة مراقبة الإستوديو ومنها إلى غرفة المراقبة الرئيسية.

ثالثا: في غرفة المراقبة الرئيسية

في هذه الغرفة يتم تجميع الإشارات الصوتية الكهربائية لجميع الخدمات الإذاعية، حيث تتجمع في هذه الغرفة الأصوات التي تعبر عن مضمون كل خدمة إذاعية، بمعنى أن التيار الكهربائي الذي كان أصلا صوت يصل إلى غرفة المراقبة الرئيسية، ووظيفة هذه الغرفة أنها تقوم بإرسال الإشارات الكهربائية الصوتية لمختلف الخدمات الإذاعية إلى محطات الإرسال، ويتم ذلك عن طريق وصلات لاسلكية تربط بين مبنى الإذاعة ومحطات الإرسال المختلفة التي تنتشر في جميع أنحاء الدولة.

رابعا: في محطة الإرسال

يقوم جهاز المولد أو المذبذب الموجود في محطة الإرسال Transmitter بإنتاج ذبذبات أو نبضات كهربائية منتظمة التردد تعرف باسم الموجات الحاملة The Carrier Waves. والموجة الحاملة هي موجة منتظمة التردد يمكنها حمل الصوت والانتشار لمسافات بعيدة،ويتم الانتشار حسب نوع الموجة المستخدمة في البث الإذاعي، فعلى سبيل المثال يمكن للموجات المتوسطة الانتشار لمسافات أبعد من الموجات الطويلة، كما يمكن للموجات القصيرة الانتشار لمسافات أبعد من الموجات المتوسطة ويختلف طول الموجة وترددها من محطة إلى أخرى، حتى لا يحدث تداخل بين المحطات وبعضها، حيث توزع الموجات والترددات الإذاعية على الدول عن طريق الإتحاد الدولي للاتصالات، إلا أنه مع توفر تكنولوجيا الاتصال بالأقمار الصناعية فسوف تتاح قنوات عديدة يمكن أن تستخدم في مجال الإرسال الإذاعي عن طريق ما يسمى بالراديو الفضائي.

ماذا يتم في محطة الإرسال؟

ذكرنا أن المولد أو المذبذب يقوم بإنتاج الموجات الحاملة التي تختلف أطوالها بين محطة وأخرى، وفي محطة الإرسال يتم:تحميل الموجات الصوتية الواصلة من المحطة الإذاعية فوق الموجة الحاملة التي تعمل عليها المحطة وتعرف هذه العملية باسم التعديل (Modulation)، وعملية التعديل هي عبارة عن وضع الإشارة الصوتية فوق الموجة الحاملة. تسمى الموجة الجديدة باسم الموجة المعدلة والتي تبث عن طريق هوائي محطة الإرسال لتنتشر في الأثير وتصبح صالحة لاستقبالها عن طريق أجهزة الراديو.

هوائي محطة الإرسال

يقوم هوائي محطة الإرسال ببث الموجات المحملة بالإشارات الصوتية في الأثير، ويجب أن يكون هذا الهوائي في أماكن مرتفعه عن سطح البحر ليغطى مساحات كبيرة، وتسمى الموجات التي تخرج من هوائي الإرسـال وتنتشـر على سطـح الأرض باسـم الموجات الأرضية Ground Waves. أما الموجات التي تترك الهوائي وتتجه نحو طبقة الايونوسـفير وتنعكس ثانية إلى الأرض فتعرف باسم الموجات السماوية Sky Waves.

خامسا: مرحلة الإستقبال عن طريق جهاز الراديو

يقوم هوائي الراديو بالتقاط الموجات الإذاعية المنتشرة في الفضاء، وتأتى هذه الموجات من إذاعات من داخل الدولة وخارجها، وعلى العموم فإن هوائي الراديو يسمح بمرور موجة واحدة فقط عند الاستماع للراديو، ويتم ذلك عن طريقة المؤشر الذي يتحكم في اختيار أطوال الموجات والترددات الإذاعية، بمعنى أن مؤشر الراديو يتحكم في تعديل طول الموجة عن طريق تغيير سعة المكثف الموجود بجهاز الراديو، وبعد أن يتم اختيار الموجة المطلوب الاستماع إليها فإنها تمر بالمرحلتين التاليتين داخل جهاز الراديو.

سادسا: مرحلة الكشف

تتم هذه العملية داخل جهاز الراديو، وهى عكس عملية التعديل التي تمت في محطة الإرسال، وفي هذه العملية يتم فصل صوت المادة المذاعة من المحطة الإذاعية عن الموجة المشكلة، بمعنى أن إشارة الصوت تُفصل عن الموجة الحاملة وتؤخذ التيارات الكهربائية الدالة على الصوت إلى مقوي، حيث يتم تقويتها ثم تنقل إلى سماعة الراديو.

مزايا الإذاعة المسموعة

تعتبر الإذاعة المسموعة من أهم وسائل الاتصال الجماهيري، وأكثرها ذيوعا وانتشارا، وتقدم الخدمات في مختلف المجالات الإعلامية والتعليمية، ولها العديد من الإمكانات المميزة، منها:

1. الفورية: يستطيع المستمع حيثما كان الاستماع لأكثر من حدث حين وقوعه.
2. تخطي حدود الزمان والمكان: تقطع الإذاعة المسموعة حدود الزمان والمكان من خلال عملية التسجيل وإعادة إذاعة البرامج المسجلة، والاستماع لأحداث وقعت في الماضي.
3. التأثير والانفعال: إن الإذاعة تؤثر في برامجها انفعاليا من خلال الإخراج الدرامي، والتمثيليات، والموسيقى التصويرية، والمؤثرات الصوتية، وهذا الجو الانفعالي يدفع بالمستمع إلى الاندماج بعواطفه ووجدانه.
4. الصدق والواقعية: الإذاعة المسموعة تضفي الصدق والموضوعية في عرضها للأخبار والمعلومات التي يحصل عليها المستمع، فالإذاعة قد تكون مرجعا هاما في الأحاديث بين المواطنين.
5. تنمي وتثري الخيال: الإذاعة المسموعة تثري خيال المستمع فهي تساعده على التصور، والتخيل، والإبداع، فمن خلالها يحدد المستمع الملامح والإبعاد للإحداث التي تدور حولها الصورة الإذاعية.
6. قلة التكاليف: يعتبر إنتاج واستقبال برامج الإذاعة المسموعة وأثمان أجهزة الاستقبال والبث معتدلة، مما يساعد على انتشارها.
7. البحث عن المستمع: حيث تعمل على إبعاد العزلة عن المستمع وتسليته، في أي مكان يتواجد فيه، العمل أو المنزل أو السيارة أو المقهى.
8. الحرية الكافية: تمنح الإذاعة المستمع الحرية الكافية في التفكير بالموضوعات المطروحة، إضافة إلى أنها تسهم في تكوين الرأي العام المحلي والدولي، كما أنها تستخدم في رفع المعنويات، والدعاية والإعلان.

عيوب الإذاعة المسموعة:

1. وسيلة اتصال من طرف واحد: لا تمنح الإذاعة الفرصة الكافية للمشاركة والتفاعل المباشر بين المرسل صاحب الرسالة والمتلقي المستهدف للرسالة.
2. الإذاعة تشتت الانتباه: تشتت الإذاعة الانتباه عند الكثير من المستمعين، فيصعب على المستمع تركيز الانتباه والاستماع لفترة طويلة، وقد عالج المختصون في الإذاعة هذه الحالة بإخراجهم البرامج القصيرة، واستخدامهم الأساليب المشوقة.
3. تفتقــد الإذاعــة إلى رجـع الصـدى الفـورى ، والتعــرض للتشـويــش
4. التعــرض لمنــافسة شديـدة : التليفــزيون / القنــوات الفضــائيـة / الإنتــرنت \*ولمواجهة المنــافسـة اتجهــت الإذاعـة إلى إنشــاء إذاعــات متخصصـة ، وبث إذاعـات خاصة على الإنترنت

الإذاعة كوسيلة إعلام

من أهم العوامل التي ساعدت الإذاعة على تحقيق رسالتها كوسيلة إعلام، ما يلي:

1. سعة الانتشار: فالموجات اللاسلكية لا تعرف الحدود.
2. عدم ارتباط الإذاعة بمستوى ثقافي أو تعليمي: لا يدخل في اعتبارا لإذاعة عامل القراءة والكتابة، إذ يمكن أن يسمعها الأمي والمثقف، وهذا سبب هام لجاذبيتها بالنسبة لجماهير الدول النامية.
3. السرعة في تغطية الأنباء: لقد كانت الصحيفة هي المصدر الأساسي للأنباء المنتقاة من الوكالات العالمية، وقد استطاعت الإذاعة أن تنافس بقوة في مجال سرعة نقل الخبر، حيث أصبح لها مراسلون ومندوبون يغطون الأخبار للإذاعة فقط.
4. الاهتمام الزائد بالموسيقى: أصبحت الإذاعة مصدرا للمتعة والترفيه، وقد كانت لفترات طويلة الوسيلة الوحيدة لهواة الموسيقى، قبل انتشار التلفزيون.
5. زيادة الاهتمام بالأحداث العالمية بخاصة في أعقاب الحرب العالمية الأولى.
6. الطرافة والجدة في هذا الاختراع البسيط الذي ينقل الكثير ويقول المفيد، مع مراعاة تعدد اللغات والثقافة والمستويات المعرفية.

التلفزيون نشأته وتطوره:

تتكون كلمة تلفزيون في اللغة الإنجليزية من كلمتين هي: (تلي) و (فيجن) (Tele) (Vision) والأولى تعني (البعيد)، أما الثانية فتعني (رؤية) ولذلك فإن دمج هاتين الكلمتين تعني (مشاهدة البعيد) أي إن هذا الجهاز يحضر إلى منزلك الأشياء البعيدة لنشاهدها.

والحقيقة هي أن فكرة نقل الصورة المتحركة إلى المنازل عبر جهاز استقبال منزلي بشكل شبيه بإرسال الصوت والموسيقى عبر جهاز الراديو، كانت محل اهتمام عدد من العلماء في كل من بريطانيا وألمانيا والولايات المتحدة منذ انتهاء الحرب العالمية الأولى. ولكن الأفكار الناضجة القابلة للتطبيق لم تظهر إلا في منتصف العشرينيات في القرن العشرين.

وكانت المحاولات الأولى تنصب على إجراء الأبحاث لنقل الصور المتحركة من خلال تمديدات الأسلاك الناقلة بين محطة الإرسال ومحطات الاستقبال. وكان العنصر الرئيسي لتحريك التفكير في هذا الاتجاه هو نجاح العالم الألماني بول نبكو (Paul Nipkow) في عام 1884م في تجزئة الصورة عن طريق مسح الصورة تدريجياً بشكل لولبي مستمر ميكانيكياً، بواسطة أسطوانة مثقوبة عدة ثقوب تتجه من الطرف الخارجي إلى وسط الإسطوانة وعندما تدور الاسطوانة فوق الصورة دورة كاملة تكون قد قامت بمسح جميع الخطوط الموجودة في الصورة وعند نقل تلك الومضات الصادرة عن الثقوب يمكن إعادة تشكيل الصورة، على شكل ومضات كهربائية في أنبوبة زجاجية مفرغة من الهواء ومطلية بمواد كيميائية حساسة لسقوط الإلكترونات عليها (C.R.T) ومع تطور جودة الأشكال التي أمكن تحقيقها من خلال أنابيب الأشعة الكهربائية (C.R.T) التي عرفت بشكل واسع في أبحاث الفيزياء الكهربائية منذ عام 1904 . تمكن العالم الأمريكي الروسي المولد فلاديمير زوريكن (V. Zworykin) في عام 1923 من تسجيل اختراع لأنبوب كاميرا يستطيع تجزئة الصورة الضوئية إلكترونياً ونقلها ليعاد استقبالها وإعادة بنائها. ولم يلبث العالم البريطاني جون بيرد (CJ. Baird) أن قام بالاستفادة من ذلك الاختراع وتقديم أول نظام عملي لنقل الصور في تجربة شهيرة ناجحة في لندن في عام 1926م. تنبهت شركات الإعلام الأمريكية لأهمية أبحاث نقل الصورة واستطاعت قبل الحكومات إدراك آفاق مستقبلها في مجالي الدعاية التجارية والترفيه، فقامت كل من شركات (RCA) و (CBS)وجنرال إلكتريك بالتنافس في تمويل الأبحاث المتعلقة بهذا الاختراع ورعاية العلماء الموهوبين في هذا المجال، خاصة بعد أن نجح العالم إلين دومونت في تحسين حجم وكفاءة شاشات الاستقبال واختراع جهاز استقبال تلفزيوني منزلي يمكن اقتناؤه في المنازل وليس المعامل والمختبرات فقط. وفي عام 1927م نجح أحد الباحثين في إرسال الصورة من العاصمة الأمريكية واشنطن إلى نيويورك عبر خط سلكي (كابل). في هذه الأثناء تمكن العالم الأمريكي فيلو فارنزورث (Philo Farnsworth) من إدخال تحسين جذري على نظام المسح الضوئي ضاعف من وضوح الصور المنقولة تلفزيونياً. لكن أول خدمة تلفزيونية في العالم ظهرت في ألمانيا عام 1935م وكانت أحد الإنجازات العلمية الكبيرة التي افتخر بها الألمان واستخدموها في استعراض تفوقهم على الآخرين خلال دورة الألعاب الأولمبية العالمية التي أقيمت في برلين في عام 1936م، إذ كانت الصور التلفزيونية تنقل من الملاعب الرياضية إلى صالات السينما وقاعات المشاهدة الجماعية في النوادي والفنادق لتشاهدها الجماهير (لكن المصادر الأمريكية والبريطانية تجاهلت آنذاك هذا الحدث تماماً نكاية في النظام النازي).

بعد ذلك دخلت كل من الولايات المتحدة وبريطانيا في تنافس محموم لتطوير التلفزيون وجعله وسيلة إعلامية مؤثرة في الدعاية التجارية والسياسية وكذلك أداة ترفيه لا تقاوم، إذ بدأت في شكل متزامن تقريباً أبحاث تطوير محطات الإرسال والاستقبال في كل من لندن ونيويورك، فقامت شركة RCA ببثها التلفزيوني التجريبي في نيويورك عام 1930م، بينما بدأت الحكومة البريطانية من خلال ال BBC تجارب الخدمة التلفزيونية العامة المنتظمة في منطقة لندن اعتباراً من عام 1936م. وخلال الفترة من عام 1930 وحتى عام 1939 حققت الشركات الأمريكية عدة نجاحات في مجال تطوير التلفزيون واستخدامه تجارياً في نقل المسرحيات وعرضها على الجمهور في عروض عامة في ساحات نيويورك وشوارعها، خاصة عندما أعلن عن مولد هذا الاختراع خلال المعرض الدولي الذي أقيم في مدينة نيويورك عام 1939م وقامت شركة RCA بتصوير الرئيس الأم.ريكي فرانلكين روزفلت وهو يفتتح المعرض ونقل صورته إلى أجهزة الاستقبال التلفزيوني الموزعة في مواقع مختارة في مدينة نيويورك. ولم يأت شهر شباط- فبراير من عام 1940م إلا وكان هناك شبكة تلفزيونية تغطي أجزاء كبيرة من مدينة نيويورك وكذلك بعض الأجزاء الأخرى من الولاية بعد أن نجح الأمريكيون في تحقيق فكرة التقاط الصورة ثم تقويتها وإعادة بثها. لكن اندلاع الحرب العالمية الثانية في عام 1939م أدى إلى شلل خطوات تطوير التلفزيون في ألمانيا وبريطانيا- وبعد دخول الولايات المتحدة الحرب في عام 1941م توقفت برامج تطويره في الولايات المتحدة أيضاً.

مراحل تطور التلفاز:

1. \_ اخترع الألماني بول نيبكوف في عام 1884 ميلادية جهاز مسح يستطيع أن يجزئ الصورة بشكلٍ لولبي، يحوي الجهاز على إسطوانة فيها عدة ثقوب، ووظيفة الإسطوانة الدوران حول الصورة وعندها تقوم بمسح خطوط الصورة، وتخرج الومضات من الثقوب بعدها يمكن إعادة تشكيل صورة على شكل ومضات كهربائية.
2. عام 1892 ميلادية طور العالم الأمريكي فيلو فارنزورث آلة المسح الإلكترونية
3. عام 1897 ميلادية اخترع العالم الألماني كارل برون مستقبل تلفازي يعمل على أنبوب الأشعة المهبطية، وشاشة مصنوعة من الفلور، ووظيفة الأنبوب تحويل الإشارات الكهربائية في المستقبل الذي يوجد داخل التلفاز إلى أشكال، وقد قام أسس ماركوني أول شركة لا سلكية في العالم التي ساهمت في عملية البث.
4. عام 1900 ميلادية عرض العالم كوسنتتين بيرسكي في المؤتمر الدولي للكهرباء في باريس، ورقة عمل تحمل اسم التلفاز الذي يعتمد على المواصفات المغناطيسية لمادة السيلينيوم.
5. عام 1908 ميلادية قام ألين كامبل سوينتن بكتابة مقال عن إمكانية الرؤية الكهربائية البعيدة، بواسطة الأشعة المهبطية، والتي تقوم بتحويل الضوء إلى طاقة كهربائية ومن ثم إلى الضوء مرةً أخرى.
6. عام 1909 ميلادية تم صنع ثلاثة أجهزة تلفاز بواسطة الدكتور ماكس ديكمان الذي عمل في جامعة ميونخ الألمانية، الذي استعمل أنبوب برون في بثه، أما الجهاز الثاني كان بواسطة إرنست رهمر الذي استعمل مادة السيلينيوم، وذلك بإرسال تيار كهربائي للمستقبل ويحتوي المستقبل على وحدات إضاءة، أمّا الجهاز الثالث بشراكة جورحبس ريجنوكس والبروفيسور فورنير فشاشة الإرسال تتكون من خلايا مصنوعة من مادة السلينيوم وكل خلية تعمل بشكل منفصل عن غيرها.
7. عام 1911 ميلادية نجح البروفيسور بوريس روزنج بإرسال أول صورة إلكترونية ليصبح فيما بعد جهاز تلفاز إلكتروني كامل.
8. عام 1911 ميلادية قدم كامبل سوينتن في لندن رؤيته حول المشاهدة الإلكترونية البعيدة عام 1922 قام شارلس جينيكنز بعرض مشروع بث الصور السلكية في الولايات المتحدة.
9. عام 1923 ميلادية الدكتور الروسي فلاديمير زروكين من اختراع جهاز التصوير التلفزيوني الذي أسماه أيكون سكوب، الذي يعد أول اختراع عملي للكاميرا التلفزيونية.
10. عام 1926 ميلادية قام بيرد بعرض التلفاز الذي اخترعه أمام اربعين عضواً من أعضاء المعهد الملكي البرطاني ليكون أول عرضاً تلفزيونياً أمام الجمهور.
11. عام 1929 ميلادية اخترع فرانسورث بصنع جهاز تلفزيوني بنظام كهربائي. عام 1930 كان أول بث تلفزيوني تجريبي في مدينة نيويورك الأمريكية.
12. عام 1931 ميلادية قام زوركين بصنع أنبوب كاميرا يقدم جودة عالية للصور.
13. تطور التلفاز حديثاً، إذا أصبح يبث بتقنيات متعددة وكثيرة وانتقاله من البث الأرضي إلى الفضائي ومن تقنيات البث sd، hd، 3d.

مزايا التلفزيون:

للتلفاز أهمية عظيمة على أصعدة متعدّدة، ولعلّ أبرز النقاط التي تبرز أهمية التلفاز ما يلي:

1. وسيلة محورية في نقل الأخبار والأحداث التي تجري حول العالم، فالأحداث أصبحت تمتاز بالآنية في ظل انتشار التلفاز ومحطات القنوات المتلفزة في كافة مناطق العالم.
2. يقدم التليفزيون مادة إعلامية في نفس زمن حدوثها، أي قد لا تمر فترة زمنية بين وقوع الحدث وتقديمه، ومع التطورات الحالية فإنه قد ينقل الأحداث مباشرة ساعة حدوثها
3. يلعب التليفزيون دوراً أكبر وأكثر تأثيراً من الصحافة والراديو في عملية الإعلان، ويسمح بتطوير أساليب وتقنيات متقدمة في تقديم الإعلان، وإثارة المشاهدين وجذبهم نحو المنتج
4. يخاطب التلفزيون حاستي السمع والبصر لدى المشاهد ويستحوذ على كامل اهتمامه من خلال هذه الخاصية ، وهاتين الحاستين يعتمد عليهما الإنسان في تحصيل الكثير من مدركاته ومعلوماته العامة ، وبهذه الخاصية وهى الجمع بين الصوت والصورة يتفوق التلفزيون على معظم وسائل الإعلام
5. يتسم التليفزيون بالآنية ، ومعنى ذلك الرؤية عن بعد لأحداث في وقت حدوثها، وذلك جعل التلفزيون مطلوبا في المقاهي والأماكن العامة والمنازل
6. يلعب التليفزيون دورا حضارياً وثقافياً مهماً في التعرف على ثقافات الشعوب المختلفة
7. يلعب التليفزيون دوراً مهماً في التثقيف وتوحيد الآراء والأفكار والمشاعر بين أفراد الوطن الواحد ، وتوحيد مواقفهم تجاه القضايا المختلفة
8. وبسبب خصائص التليفزيون ومزاياه المتعددة فان المتلقين على اختلاف مراحل حياتهم العمرية ،ومستوياتهم الثقافية والتعليمية يقضون أوقات طويلة من عمرهم في مشاهدة البرامج المختلفة للتليفزيون

**•عيوب التلفزيون:**

بالرغم من جاذبية التليفزيون لمختلف الفئات العمرية إلا أن هناك بعض الجوانب السلبية للتلفزيون ومنها

1. فتقاده إلى رجع الصدى فلا يمكن قياس تأثير التلفزيون وبرامجه بسرعة وبسهولة إلا من خلال اللجوء إلى استطلاع أراء المشاهدين
2. يرى البعض أن التلفزيون ساعد على التفكك الأسري ، فالأسر تقضي ساعات طويلة في مشاهدة برامجه
3. بعض برامج التلفزيون والأفلام التي تعرض فيه تؤدي إلى نشر ثقافة الانحراف .

**القوالب الفنية للصحافة الإذاعية والتلفزيونية**

**الاول : قالب الهرم المقلوب :**

وفي هذا القالب ينقسم بناء الخبر الى جزئيين هي المقدمة ثم جسم الخبر ، تحتوي المقدمة على اهم حقيقية او معلومة او ابرز واقعة ، اما جسم الخبر فيضم التفاصيل التي تتدرج من المهم الى اقل اهمية ، وهكذا ولطريقة قالب الهرم المقلوب عدة مميزات :

1. سهولة واختصار الاجزاء غير الهامة في الخبر اذا اقتضت الضرورة ذلك .
2. سهولة اختيار عنوان الخبر من المقدمة فهي تضم اهم ما في الخبر .

* 3 تنقل مخوى الخبر الى القارئ بسهولة .

ويعد هذا القالب الاصلح بين القوالب الفنية لوصف الاحداث بانواعها المختلف لما تتميز به من وصف للحدث ، وهذا ما يفضله قارئ الصحيفة العجول بطبيعته والذي يرغب بمعرفة الخلاصة بقرائة اقل عدد ممكن من الكلمات .

**ثانيا : قالب الهرم المقلوب المتدرج :**

ويقوم هذا القالب على التدرج في سرد معلومات الخبر ، بحيث يتضمن مقدمة تضم اهم تصريح في الخبر ، ثم يضم جسم الخبر فقرات متعددة يشرح ويخلص كا منها جانبا من جوانب الخبر وبين كل فقرة واخرى يذكر معنى تصريح لمصدر الخبر

وتعتمد بنية الخبر وفقا لهذا القالب على عرض التصاريح التي يدلي بها :-

أ – الشخصيات البارزه او المهمه في المجتمع .

ب – المسؤولين عن العلاقات العامة

ج – الناطق الاعلامي باسم احدى المؤسسات او المنظمات .

ويحصل الصحفي على الاسئلة الستة او معضمها من احاديثهم ، ويحتوي التصريح على ما يلي

أ‌- راي يهم المجتمع

ب‌- معلومات تهم المجتمع

ويقوم بالتالي بصياغة بنية الخبر وفق قالب الهرم المقلوب المتدرج . وهذا القالب هو اصلح القوالب الفنية في كتابة الاخبار القائمة على سرد التصريحات ، كما يحدث في المؤتمرات الصحفية او الخطب او الاحتفالات العامة او البيانات السياسية

**ثالثا : قالب الهرم المعتدل :**

يشبه هذا القالب القصة في كتابة الخبر فالمقدمة تهيئ القارء بموضوع الحدث ، ثم يعرض التفاصيل الخاصة به في الفترة الثانية وصولا الى الخاتمة . ويفضل الكثير من الصحفيين في الدول الغربية ( على وجه الخصوص ) هذا القالب في وصف الاحداث الغريبه او المأساوية ، وذلك لتمهيد القارئ للحدث وصولا الى قلب الحدث .

وفي هذا القالب وضع الهرم طبيعيا ، حيث تكون قاعدته في الاسفل وفي هذه الحالة لا تضم المقدمة اهم ما في الخبر وانما مجرد عهيد ، ثم ياتي جسم الخبر ليضم معلومات اكثر اهمية ، وفي الخاتمة او في اسفل القاعدة تاتي المعلومات الاهم . ولا يستخدم هذا القالب الا في الاخبار والمتعلقة بالقصص الانسانية او الاحداث العاطفية او الحوادث الجرائم المثيرة .

**تصنيع المادة الإعلامية:**

1. المادة الإعلامية في صحيفة أو إذاعة أو قناة تلفزيونية أو أي وسيلة إعلامية تقليدية أو جديدة ليست عرضاً بسيطاً للواقع الخارجي بل هي مادة مصنّعة.

2. يقوم المرسل أو القائم بالاتصال بتشكيل هذه المادة وصناعتها.

3. يتاح للمرسل أو القائم بالاتصال اتخاذ قرارات وخيارات عديدة جداً، ومتنوعة للغاية، للتحكم في شكل الرسالة الإعلامية التي يريد صناعتها.

4. لكي يتم توضيح هذه الحقيقة سنستعرض مجموعة من الأمثلة، توضح دور المرسل أو القائم بالاتصال في تصنيع المادة الإعلامية.

**أولاً: تصنيع الأخبار في وكالات الأنباء:**

1. تقوم وكالات الأنباء يومياً وعلى مدار الساعة ببث حزم إخبارية لوسائل الإعلام حول العالم، على شكل مادة تلفزيونية، أو صور فوتوغرافية، أو نصوص مكتوبة.

2. تختار وكالة الأنباء الأحداث التي تغطيها والأحداث التي لا تغطيها.

3. تختار وكالة الأنباء الأخبار التي تبثها والأخبار التي لا تبثها.

4. تختار وكالة الأنباء وجهة النظر التي تعرض من خلالها الخبر أو حتى زاوية التقاط الصورة.

5. تختار وكالة الأنباء طريقة صياغة الخبر وكلماته والمصطلحات المستعملة فيه.

وهكذا تقوم الوكالات " بتصنيع " حزمة الأخبار التي تصل إلى العالم.

**ثانياً: تصنيع نشرة الأخبار:**

1. تتلقى غرفة الأخبار في القناة التلفزيونية الحزم الإخبارية من وكالات الأنباء، ومن مكاتبها الإعلامية، ومراسليها، ومصادرها الخاصة.

2. يقوم رئيس تحرير النشرة بانتقاء الأخبار التي ستعرض والأخبار التي تستبعد إما لعدم أهميتها أو لأسباب أخرى.

3. يتم ترتيب الأخبار حسب أهميتها من وجهة نظر القناة.

4. يتم تحديد طول الخبر وتفاصيله وعنوانه وصيغة الخبر.

5. يتم اختيار وجهة النظر التي يعرض من خلالها الخبر، مع اقتباسات المتحدثين، ومشاركة المعلقين.

6. يتم اختيار الصور المرافقة، والخرائط، ومادة الفيديو، والرسوم التوضيحية...إلخ.

وهكذا يتم " تصنيع " نشرة الأخبار.

**ثالثاً: تصنيع الصحيفة اليومية:**

1. تحتوي الصحف اليومية الورقية عشرات الصفحات، وتزيد كلماتها يومياً على 100 ألف كلمة.

2. تزود وكالات الأنباء الصحف بعشرات الأخبار وآلاف الكلمات يومياً، وكذلك الصور الصحفية، بالإضافة إلى تقارير مراسلي الصحيفة، ومحرريها، ومقالات الرأي وغير ذلك.

3. يقوم رئيس التحرير ومدير التحرير والمشرف على كل صفحة بتحديد ما يتم نشره، وما لا يتم نشره.

4. يتم تحديد ما ينشر على الصفحة الأولى، وما ينشر في الصفحات الداخلية.

5. يتم تحديد حجم العنوان، ومساحة المادة، والصور المرافقة، حسب أهميتها من وجهة نظر الصحفية....إلخ

**رابعاً: تصنيع البرنامج التسجيلي والوثائقي:**

1. يقوم منتج البرنامج باختيار الموضوع وتحديد هدف البرنامج.

2. يتم تقديم البرنامج من خلال رؤية أو وجهة نظر، نابعة من الموضوع، ومن ذاتية المنتج والمخرج والمعد، والوسيلة الإعلامية.

3. يتم اختيار طريقة بناء النص أو السيناريو.

4. يتم التحضير للتصوير للمواد المرئية من زوايا معينة وبصورة محددة لتعزيز هدف البرنامج.

5. يتم تنفيذ المونتاج وفيه تستبعد بعض الصور، وتحذف بعض المشاهد.

6. تضاف للمادة المؤثرات المرئية والمؤثرات الصوتية مع التعليق والمزج الصوتي.

وهكذا يتم " تصنيع " البرنامج التلفزيوني التسجيلي.

**خامساً: تصنيع الدراما:**

1. تعد الدراما المسرحية والسينمائية والإذاعية والتلفزيونية من أكثر المواد الفنية الإعلامية تأثيراً.

2. لا تحتاج الدراما إلى إشارة لعمليات التصنيع التي تتعرض لها، وذلك لأنها مصنعة بالكامل.

3. القدرة التأثيرية في الدراما تظهر في كل مراحل تصنيعها، إبتداءاً بالموضوع، والفكرة، والحبكة، والشخصيات، والصراع، والمعالجة الفنية.

4. من المهم التأكيد على حقيقة بسيطة وهي أن منتج الدراما هو الذي يحدد من هو الشخص الطيب ؟ ومن هو الشخص الشرير في ذلك العمل الدرامي.

**إنتاج المجلات و الجرائد الإخبارية وإعدادها**

**المجلة**

هي منشور يصدر بشكل دوري، وتحتوي على العديد من المقالات المختلفة. تقدم المجلات مجموعة متنوعة من المعلومات والآراء ووسائل التسلية، وقد تغطي الأحداث الجارية والأزياء وتناقش الشؤون الخارجية، أو تشرح كيفية إصلاح المعدات وإعداد الطعام. وتشمل الموضوعات المنشورة في المجلات، الأعمال التجارية، والثقافية، والأحداث الجارية، والهوايات، والطب، والسياسة، والدين، والعلوم، والرياضة بالإضافة إلى الأدب القصصي، والشعر، والتصوير وتختلف المجلات عن الجرائد من حيث الشكل والمضمون. فالمجلات مصممة للاحتفاظ بها مدة أطول من الجرائد. ولهذا تكون أصغر حجما وأفضل شكلا. ومن حيث المضمون فإن المجلات أقل اهتماما بالأحداث سريعة التغير. وتختلف المجلة عن الجريدة إلا أن كلاهما يدخل تحت تصنيف "الصحيفة" كما يطلق على من يعمل بالمجلة "صحفي".

**تاريخ المجلات**

تعتبر مجلة السيد (The Gentleman's Magazine) التي أصدرت في عام 1731 لأول مرة في لندن هي أول مجلة موجهة لعامة الناس. وكان إدوارد كيف هو أول من استخدم كلمة "magazine" و تعود كلمة مجلة Magazine إلى الكلمة الفرنسية Magazin المأخوذة عن كلمة "مخزن" العربية، وقد استعمل هذا المصطلح، تاريخياً، لأول مرة، عام 1731، ليصف الصحيفة التي لها شكل الجريدة، متنوعة المحتوى؛ وذلك لأن الجريدة مخصصة، بشكل محدد، للأخبار والأخبار السريعة والمحلية، بينما تقدم المجلات قصصاً، ومقالات، ودراسات جادة، ومواد أخرى للتسلية.

ولعل أكثر التعريفات قبولا،ً هو تعريف فرانك لوثرموت، للمجلة بأنها: "مطبوع مغلف، يصدر بشكل دوري، طويل أو قصير، ويحتوي على مادة مقروءة متنوعة".

**أنواع المجلات**

تنقسم المجلات عادة إلى قسمين متخصصة وتسمى أيضا مجلات تجارية وفنية وهي تلبي الاهتمامات الخاصة برجال الأعمال والصناعة والحرفيين، ومجلات المستهلكين وهي تلبي الاهتمامات الأوسع للجماهير وتكتظ بها مكتبات ومحلات بيع الصحف، وتشمل:

1. مجلات الأطفال وتقدم هذه المجلات قصصًا وفكاهات وموضوعات تهم الأطفال.
2. مجلات الهوايات ويضم جمهور مجلات الهوايات جامعي العملات المعدنية، والطوابع، وغيرها. كما يضم المهتمين برياضات، أو ألعاب خاصة، أو بزخرفة البيوت، أو أعمال البساتين، أو التصوير.
3. المجلات الفكرية وتقدم المجلات الفكرية تحليلاً عميقًا للأحداث الجارية، والثقافية، والسياسية. وتشمل هذه المنشورات: مجلات الرأي التي تناقش الأحداث الجارية، الاقتصادية، أو السياسية، كما تنشر الأدب القصصي والشعر.
4. مجلات علمية وتهتم بأمور العلوم والأبحاث العلمية، وتصدر عن مؤسسات علمية مرموقة، وتعتبر الوسيلة لنشر البحوث العلمية ومرجعاً لطالبي العلوم. ومن أهمها المجلات العلمية الطبية التي تصدر عن المؤسسات الطبية ونقابات الأطباء وتنشر آخر ماتوصل إليه العلم في مجالات الطب.
5. مجلات الرجال وتضم مجلات الرجال مقالات أو قصصًا عن موضوعات كالمغامرات والتَّرويج وأزياء الرجال والرياضة.
6. المجلات النسائية وتقدم المجلات النسائية أفكارًا عن مهارات كالطهي، وزخرفة البيوت. وتعالج بعض الدوريات النسائية تربية الطفل، ودور المرأة في المجتمع.
7. مجلات خدمات تشمل مجلات الخدمات نصائح متنوعة عن كيفية صنع شيء ما ونصائح طبية وغيرها والاعتماد على النفس. وتشمل هذه الفئة مجلات

وتنتمى المجلات إلى ما يسمى بالدوريات وتنقسم من حيث تاريخ الاصدار إلى : مجلات يومية أو اسبوعية أو نصف شهرية أو كل اسبوعين أو شهرية أو سنوية أو كل سنتين أو كل 3سنوات أو كل 5 سنوات. كما توجد مجلات تصدر لفترة محددة، ومجلات أخرى باستمرار بلا انقطاع. وتتميز الدورية أو المجلة بثلاث خصائص : 1-التتابع :أي أن أعدادها تصدر متلاحقة بصورة منتظمة. 2-الرقم المميز :الذي يتمثل في رقم الإصدار وتاريخ النشر. 3-الاستمرارية :أي تصدر إلى مالا نهاية (ما لم تحدث ظروف قاهرة). مجلة جمعية الهيئة الصحية الإسلامية

**المجلة في العالم العربي**

تطورت المجلات العربية تطورا كبيرا، فأصبحت تطبع على ورق مصقول وأغلبها بالألوان، وتحوي مادة غنية تنافس أرقى المجلات العالمية من حيث التحرير والإخراج والطباعة، وتعددت المجلات، فهناك مجلات للشباب وللأطفال والكبار وللجامعيين والمثقفين وألوان التخصص كافة.

**كيف تقوم بإعداد مجلة ونشرها**

إذا كنت من هواة الصحافة وتريد إيصال أفكارك ورؤاك للعالم أو تطمح لإنشاء مجلة خاصة بك لغرض ما، سواء كان التسويق لشركتك أو لدعم نشاط خيري أو التخصص في مجال معين كالرياضة أو الأزياء وما إلى ذلك، فستجد ضالتك في هذا المقال، سأعرض عليك الآن بعض الخطوات البسيطة التي تمكنك من إنشاء مجلة بطريقة سهلة وسلسلة.

**خطوات إنشاء المجلات**

1. ضع رؤية عامة للمجلة من اجل إنشاء مجلة خاصة بك ناجحة عليك أولاً تحديد المجال الذي ستختص به ووضع رؤية واضحة لها، هل ستصدرها مرة واحدة فقط لتوضيح شيء معين أم أنها مجلة مستمرة ؟ إذا كنت تنوي إصدار المجلة بشكل دوري فعليك وضع تصميم وشكل عام للمجلة يميزها عن غيرها، كذلك يجب أن يكون التصميم متفقاً مع محتوى المجلة، مثلاً إن كانت مجلة مختصة بعالم الأزياء والموضة فلا تجعل تصميمها قائماً على أشكال الخضروات والفاكهة! اجعلها جذابة ومناسبة للفئة التي تستقطبها، لا تنسى أيضاً أن تختار اسماً فريداً لهذه السلسلة يكون معبراً عن محتواها أو يرتبط به بشكل واضح. - الإعلانات –
2. حدد كيف ستعد تصميم المجلة هناك طريقتان أساسيتان لإعداد المجلة إما صناعتها يدوياً أو بتصميمها عن طريق برامج التصميم الإلكترونية، الطريقة الأولى قد تكون فعالة في حالة كانت المجلة وحيدة العدد ولن تصدر إلا مرة واحدة فقط، أما إن كانت سلسلة من الأعداد وتصدر بشكل دوري، فسيكون من الصعب جداً استخدام الطريقة اليدوية كونها تحتاج للكثير من الوقت والمجهود، كما يجب أن تكون موهوباً بالفطرة لكي تصنع مجلة متميزة، الطريق الثانية أفضل من حيث توفير الوقت والمجهود لكنها ستكلفك الكثير من المال لوضع تصميم المجلة في كل مرة تصدر فيها، يمكنك إيجاد حل وسط عن طريق الاتفاق مع دار للنشر لكي تتولى تصميم وإصدار المجلة.
3. حدد ميعاد نهائي لإصدار المجلة وضع تاريخ محدد لصدور المجلة سيفيدك في تحديد الخطة التسويقية اللازمة لكي تبدأ بتعريف الناس شد انتباههم إليها، كذلك سيساعدك في تقسيم العمل وكيفية الانتهاء منه وتحديد الأيام اللازمة لتجميع المقالات التي سيتم نشرها ومتى يجب أن تبدأ في تحريرها ووضعها في القوالب النهائية للتصميم وما إلى ذلك.
4. قم بإعداد محتوى المجلة سواء كنت ستكتب محتوى المجلة وحدك أو سيشاركك كُتّاب آخرين، عليك تحديد محتوى المجلة بدقة والموضوعات التي ستتضمنها، سواء كانت نصائح أو آراء شخصية أو تقارير إخبارية حسب نوع المجلة، لا بأس أن تضيف بعض القصص والمواقف الشخصية التي تود مشاركتها مع القراء حتى تضيف لمسة شخصية للمجلة، فإضفاء طابع شخصي على عملك يساعد كثيراً في تقريب القراء منك وبناء جسور من التواصل حتى لو كانت من خلال أوراق المجلة فيشعر القراء بالانتماء إليها ويرغبون في متابعتها.
5. لا تنسى إضافة بعض الصور إلى مقالاتك لا تدع اهتمامك ينصب على الجانب الكتابي من المجلة فقط، بالتأكيد خروج المقالات في أفضل صورة وبدون أخطاء أمر مهم، لكن توثيقها بالصور لا يقل أهمية، لا تستخدم صور من الإنترنت بل احرص أن تكون صورك فريدة من نوعها وخاصة بالمجلة فقط حتى تضفي عليها مصداقية وتجذب القراء للمجلة، يمكنك أيضاً أن تقوم بعمل تقرير صحفي مصور أو عرض قصة مصورة وما إلى ذلك، إن لم تكن لديك الموهبة الكافية لالتقاط صور جيدة فقم بتوظيف مصور خاص للمجلة، يمكنك أيضاً أن تقوم برسم الصور التي ستنشرها مع المقالات بنفسك إن كنت تعتمد على التصميم اليدوي.
6. قم بتصميم غلاف مميز يعبر عن المجلة إذا أردت أن تجذب الناس لشراء مجلتك فلابد أن تصنع غلافاً مميزاً وجذاباً ومعبراً عن المجلة في آن واحد، الأمر ليس صعباً كل ما عليك هو تحديد العناصر الأساسية التي لن تتغير من عدد لآخر، كاسم المجلة مثلاً سيظل ثابتاً في نفس المكان وبنفس التصميم حتى لو تغير لونه ليتماشى مع تصميم العدد الجديد، لابد أن يكون الاسم بارزاً وواضحاً وبخط وتصميم مختلف عن باقي عناصر الغلاف، كذلك ضع ملخص جذاب عن بعض المقالات المثيرة التي تحتويها المجلة حتى تشوق الناس لشرائها، لا تنسى استخدام بعض العناصر التي تناسب الموضوع العام لها كصور عارضات أزياء إن كانت مجلة مختصة بالموضة، أو بعض الأكلات الشهية إن خصصت مجلتك للطبخ وهكذا.
7. ضع اللمسة النهائية للمجلة قبل القيام بنشر المجلة تأكد أولاً أنها متوافقة كوحدة واحدة، تأكد من تناسب الخطوط داخل المجلة مع بعضها البعض وأنها سهلة القراءة، كذلك تأكد من ترتيب المقالات والإعلانات، فلا تضع إعلاناً في منتصف المقال حتى لا يشعر القارئ بالضجر أو الضيق، لا تنسى أن تعد فهرساً بكل ما تحتويه المجلة من مسابقات ومقالات وكل شيء، كذلك تأكد من وضع وسائل كافية لكي يتواصل جمهورك معك، سواء بمشاركتك بعض قصصهم الشخصية أو استفساراتهم والتعبير عن رأيهم في المجلة.
8. قم بنشر المجلة الآن وقد تأكد أن كل شيء جاهز للنشر وأصبحت راضي تماماً عن شكل المجلة، حان الوقت لنشرها، هناك طريقتين يمكنك إتباع إحداهما أو كلاهما معاً، إما أن تقوم بطباعة المجلة وتوزيعها في أماكن بيع الجرائد أو نشرها على الإنترنت، من سيحدد الطريقة الأنسب والأكثر فاعلية هم جمهورك المستهدف، كذلك نشرها على الإنترنت في البداية يمكن أن يكون خطوة جيدة لتعريف الناس بها وتكوين جمهور جيد حتى تكون لك أرضية صلبة من المتابعين على أرض الواقع في حال أردت طباعتها.

**الجريدة**

تسمى أيضاً (الصحيفة)، وهي مجموعة من الصفحات الورقية التي تحتوي على الأخبار بكافة أنواعها، ونصوص المقالات، والإعلانات المتنوعة، وتصدر من خلال جهة مسؤولة عن صدورها، ويجب أن تحصل على كافة الموافقات المطلوبة من الجهات الإعلامية الرسمية، حتى تتمكن من القيام بنشر، ونقل الأخبار المحلية، والدولية. تصدر الجريدة عادة بشكل يومي، وأحياناً تعتمد بعض الصحف على الصدور أسبوعياً، وتقوم مجموعة من الأشخاص الذين يهتمون بالعمل الصحفي، بتوفير كافة الأخبار، والمحتويات الأخرى داخل الجريدة، ومنهم: الصحافيون، والمصورون، والكُتاب، وغيرهم، ولكل جريدة شخصٌ مسؤولٌ يتابع كافة الإجراءات التي تحدث فيها، ويسمى: (رئيس التحرير).

**نشأة الجريدة**

كانت طرق نقل الأخبار قديماً، تعتمد على قولها شفهياً، أو بكتابتها، وتعليقها على الجدران، ومن هنا جاءت بداية التفكير بالنشر الصحفي، ومع التطورات التي شهدها العالم في أوروبا تحديداً. كانت الأخبار تنتقل عن طريق المراسلة البريدية، وبدأت هذه الفكرة تتطور بشكل واضح حتى انتشرت الطباعة في ألمانيا، لتطبع أول صفحات على شكل جريدة، وتصدر كل نصف شهر، ثم انتشرت فكرة الصحف، في باقي الدول، التي تمكنت من تأسيس صحف أسبوعية. انتشرت الصحف في العالم العربي في القرن التاسع عشر للميلاد، مع وجود محاولات سابقة لهذا التاريخ، من أجل تخصيص مجموعة من الصفحات لنقل الأخبار، والمعلومات التي ترتبط بالأوضاع السياسية بشكل كبير، عن طريق تفعيل البريد كوسيلة لنقلها. اعتمدت الصحف العربية على وجود مهنة المراسلين الصحافيين، والذين يتمكنون من الحصول على الأخبار من مصادر حدوثها، ونجحت المحاولات الصحفية بإصدار أول صحيفة عربية في مصر، في عام 1828م، وسميت باسم (الوقائع)، والتي ما زالت تصدر إلى الآن، ثم صدرت العديد من الصحف العربية، مثل: ، والأهرام، وجريدة الزوراء وغيرها.

**مميزات الجريدة**

للجريدة مجموعة من المميزات، وهي:

1. تحافظ على البيانات الموجودة فيها لأطول وقت ممكن.
2. تعد مصدراً رسمياً للعديد من الأخبار، والبيانات.
3. تمتلك القدرة على قراءتها بأي زمان، ومكان.
4. تساهم في زيادة الاهتمام بالعديد من المواضيع السياسية، والاقتصادية، وغيرها.

**أنواع المقالات الصحفية**

من أنواع المقالات التي تنشر في الصحف:

التقارير الصحفية: هي نصوص صحفية تحتوي على خلاصة، عن حدث ما، مثل: تقرير صحفي يصف أحداث مباراة رياضية.

التحقيقات الصحفية: هي نصوص صحفية تهتم بدراسة شيء، أو حدث ما، مثل: تحقيق صحفي حول منسوب مياه الأمطار.

المقابلات الصحفية: هي نصوص صحفية تُكتب بعد إجراء مقابلة حوارية مع شخص ما، مثل: مقابلة صحفية مع فنان مشهور.

**الجريدة الإلكترونية**

هي نوعٌ مستحدثٌ من الصحف، وظهرت هذه الصحف مع انتشار شبكة الإنترنت بين الناس، مما أدى إلى التفكير باستحداث هذه الطريقة في نشر الأخبار، والعمل على وصولها بشكل أسرع إلى الناس، وتمكنت هذه الصحف من الانتشار بشكل كبير، مقارنة بالصحف الورقية التي تراجعت مقابل تقدم الصحف الإلكترونية، وذلك بسبب المميزات التي وجدت فيها، ولم توجد في الصحف الورقية، ومن هذه المميزات: تعتبر الصحف الإلكترونية مجانية، مقارنة بالصحف الورقية. إمكانية قراءة الخبر المطلوب داخل الصحيفة الإلكترونية، دون الحاجة إلى تصفحها كاملةً. توفير القدرة على البحث داخل الصحيفة الإلكترونية، والعودة إلى أرشيف الأعداد السابقة. سهولة الحمل؛ بسبب توافرها على الأجهزة الخلوية، وأجهزة الحاسوب المحمولة.

**انتاج النشرة الإخبارية الاذاعية والتلفزيونية**

لانتهاء من إعداد دليل النشرة يكون ما بين ساعة أ و ساعتين قبل موعد بث النشرة ويتم توزيعه على كافة أعضاء الفريق المكلف بالبث ، لكن يمكن أن يتم تغييره بصفة كلية في صورة ورود أخبار أو أحداث مفاجئة و يوجد بالدليل التسلسل للصور التي يعلق عليها المذيع من الاستوديو و الإ ضافات للخبر التي تقدم مباشرة من الأستديو و الحوارات مع الضيوف في الاستوديو او عبر نقاط خارجية مباشرة و كذلك الريبورتاجات . عند بث كل تقرير أو ريبورتاج وإثر الأعلان عن العنوان أو أسماء الفريق الصحفي , يتعين ذكر الكلمتين أو الثلاث الأخيرة في نهاية التقرير حتى يتسنى للمخرج المرور بطريقة سليمة إلى المذيع بالأستوديوعند انتهاء التقرير (يقوم هذا الأخير بالتعقيب على التقرير أو الإعلان عن المرور إلى التقرير.

ويمكن ان تعرف نشرة الاخبار: **نشرة الأخبار** هي مقالة دورية تنطلق في مواعيد محددة طبقا لجدول زمني يتيح لمتلقيها استقبال الأخبار المتعلقة به سواء في الاطار المحلي أو الاطار الإقليمي أو الدولي وتطلق نشرة الأخبار على مصدر الأخبار من خلال منظومتين شهيرتين الاذاعة والتليفزيون وأحيانا تسمى بتوقيت اذاعتها.. مثلا إذا كانت تذاع عند الساعة السادسة فيقال " نشرة السادسة " والاذاعة هي أشهر في تقديم نشرة الأخبار عن التليفزيون بسبب أقدمية الاذاعة وكذلك سهولة استخدام جهاز الاستقبال " الراديو " في اي مكان وبأبسط الطاقة الكهربائية ولا يطلق على المقالات المكتوبة نشرة الأخبار فهي دائما متعلقة بمذيع يتلو على مستمعيها ما كتبه محررها

**العناوين:**

هي اهم الٔاخبار التي سيتم تطويرها في النشرة. ومقدمها يختار زيادة قيمتها عن طريق وضعها في بداية نشرة الاخبار.

ما هي الموضوعات التي نضعها في العناوين؟

الموضوعات الثلاثة او الٔاربعة الٔاكثر اهمية في نشرة الٔاخبار.” الافتتاح” ثم الموضوع الٔاول، ثم الموضوعين اوالثلاثة الهامة في ذلك اليوم. كما من المهم ايضا وضع موضوع جديد في الواجهة وهو ليس حدثا ساخنا. في بعض الٔاحيان يمكن ان نضع عنوانا لٓاخر خبر في النشرة لٔانه خفيف.

كم عنوانا نكتب؟

ما لا يقل عن ثلاثة عناوين ، وٕالا سوف تظهر النشرة

للمستمعين وكانها غير غنية بالٔاخبار الحد. ٔاما الحد الٔاقصى فهو خمسة عناوين، لٔانه يجب اختيار اهم الٔاخبار.سيما انه لا يجب وضع قأيمة بكل موضوعات النشرة.

**متى نضع العناوين؟**

معظم الوقت يحرر مقدم النشرة العناوين في الٓاخر. وعندما يتعلق المر بالحدث يجب ان نكون مستعدين لٕاضافة خبر في اللحظة الٔاخيرة. وٕاذا كانت هذا الخبر في غاية الٔاهمية يجب بطبيعة الحال وضعه في العناوين. فمن الٔافضل اذن كتابة العناوين نصف ساعة قبل بداية النشرة.

كيف نزيد قيمة العناوين لدى المستمعين؟

يجب علينا ان نحسن اختيار العناوين ونحسن صياغتها ذلك يجب ٔان نضع موسيقى البداية ( قبل العناوين وفاصل في نهايتها. ويمكن مرافقة قراءة العناوين موسيقى خفيفة من شٔانها ان تعطي ايقاعا. ولكن يجب ان يكون صوت المذيع البقاء مسموعا ومفهوما.

**إشكال المواد الإخبارية في الإذاعة :**

1. النشرات الإخبارية

2. التحليلات والتقارير الإخبارية

3. التعليقات الإخبارية

4. برامج الشئون الجارية

5. مصادر الأخبار الإذاعية :

**أنواع النشرات الإخبارية :**

* من حيث المحتوي :

1. نشرة الاخبار العامة

2. نشرة الاخبار المحلية

3. نشرة الاخبار المتخصصة

* من حيث طريقة التقديم :

1. نشرات تقدم الاخبار مع ذكر موقع حدوثها

2. نشرات تقدم الاخبار دون ذكر موقع حدوثها

* من حيث وقت النشرة :

نشرة الاخبار التفصيلية ( المطولة )

• نشرة الاخبار التفصيلية ( المطولة )

• موجز الأنباء

• قطع البرنامج

**ترتيب الاخبار داخل النشرة :**

لا يوجد قواعد ثابتة للترتيب لكل إذاعة تقاليدها وأسلوبها في الترتيب أحيانا ترتب جغرافيا / وأحيانا بإتباع " تكرار الذروة ": هام – اقل أهمية – هام ..

•هناك اعتبارت يسترشد بها عند ترتيب الاخبار اهمها : - الأهمية المطلقة – التنوع –

الحيوية والسلاسة – الترابط الخبري – نهاية النشرة( خبر هام )

طريقة تقديم النشرة :

مذيع الاخبار يؤدي دورا هاما في نجاحها

يجب ان تتوافر لديه مجموعة من الخصائص الهامة من اهمها :

1. التعبير الصوتي الجيد

2. البساطة والوضوح

3. التالف مع القصة الإخبارية

4. التدريب علي قراءة الخبر ومراجعته

5. فهم طبيعة التعامل مع الميكرفون

6. الاسترخاء وتنظيم عملية التنفس

7. الحفاظ علي مستوي الصوت

8. التأكيد علي بعض الجمل والكلمات

9. القبول الجماهيري

10. تصويب الأخطاء

**فلاش اخر الٔاخبار في الٕاذاعة**

فلاش ، باللغة الٕانكليزية ، يعني وميض مثل وميض الكاميرا. وفي الٕاذاعة يفضل الٔانجلو ساكسونيون مصطلح فلاش الٔاخبار، اي نظرة سريعة على اخر الٔاخبار. فالٔاخبار تتطور وخلال الٔاحداث الكبرى يمكن ان تتغير حتى من ساعة الى ساعة. ودور فلاش الٕاذاعة هو اعطاء اخر التطورات. فهو يوضح ويعلن ولا يفصل. ٕانه موجز اخبار صغير جدا وبدون عناوين

**تعريفه:**

الفلاش هو موعد اخبار كما النشرة. وظيفته هو اعطاء الٔاخبار الجديدة للمستمعين. ومع ذلك فٕان هناك اختلافات مهمة بين الفلاش ونشرة الٔاخبار في الٕاذاعة.

**مدة الفلاش:**

الميزة الٔاولى : الفلاش هو موعد اخبار قصير جدا. بل ان مدته القصيرة هي التي جعلته يسمى فلاش ومضة. حتى ان اذاعة تبث على موجة FM قامت مٔوخرا ببث ومضات اعلانية قأيلة انها تقدم للمستمعين “جولة حول العالم في 90 ثانية”. الفلاش يدوم من دقيقة الى ثلاثة دقأيق.

التردد معظم الٕاذاعات تقدم ومضات اخر الٔاخبار كل ساعة. كل نصف ساعة بالنسبة للمحطات الٕاذاعية الٕاخبارية، مع عرض عناوين الٔاخباركل ربع ساعة. هو خيار للٕاذاعة بحسب الوسأئل التي تملكها. هذا يعني تعيين صحفيين اثنين في اليوم يجلسان خلف شاشاتهما لمراقبة اخر الٔاخبار ، والبقاء على اتصال مع المحققين في الميدان…

**الشكل التحريري**

يتكون الفلاش من اخبار قصيرة فقط. والطريقة الوحيدة والممكنة للمذيع من اجل تحسين الٔاداء هي تنويع طول الٔاخبار. بعض الٔاخبار تدوم خمس ثوان، بينما قد تتجاوز اخبار اخرى بشكل استثنأيي عشرين ثانية. ويمكن ان نقدم في الفلاش من 6 الى 10 اخبار كٔاقصى حد.

**المضمون التحريري**

بما ان الفلاش قصير جدا، يعطي نظرة عن الٔاحداث. لذلك فٕان الٔاخبار المهمة فقط لها مكان في ومضة اخر الٔاخبار. فلا يمكن اعطاء التفاصيل او التحليل اوالتعليق

**دليل نشرة الإخبار التلفزيونية**

شكل نشرات ألأخبار :

نشرة في شكل هضبة :هي نشرة تبدأ بتقارير قصيرة جدا تليها تقارير طويلة مفصلة وسط النشرة التي تنتهي بتقارير قصيرة ،

نشرة في شكل سهل منخفض: هذه النشرة على عكس السابقة تبدأ وتنتهي بتقارير طويلة فيما توضع التقارير القصيرة وسط النشرة.

يمكن أن تكون النشرة في شكل أمواج : وهو شكل سائد بكثرة في النشرات التي تعتمد على الصورة فقط وهنا يكون طول التقارير هو نفسه من بداية إلى نهاية النشرة : يعني أن حجم التقارير هو واحد.

النشرة التي تعتمد على الصورة فقط دون استوديو: هي مركبة من البداية إلى النهاية. فواصل قصيرة توضع بين مختلف مكونات النشرة ولا بد هنا من الإنتباه إلى أن تقديم التقرير هو داخل التقرير ذاته وهذا قد يجر الى تأثيرات معاني القرب والالتباس والتشابه لأن المشاهد في كثير من الأحيان يخلط بين تقريرين .

**وفق أية معايير يبنى تسلسل نشرة الأخبار**

عادة يوضع التقرير الذي يكتسي أكثر أهمية من حيث حجم ونوعية المعلومات في بداية النشرة والذي به نوادر أ و خفيفا يكون في نهاية النشرة ، لكن كل التغييرات ممكنة.

1. -شبه بداية أو بداية خاطئة في مطلع النشرة
2. -ملفات كبيرة وسط النشرة أو في نهايتها
3. -مباشر عند بداية النشرة أو في نهايتها
4. -“يتبع” او “بعد الفاصل ” في وسط النشرة حيث يتم الإعلان عن التقريرين أو الثلاثة التالية بطريقة شبه عناوين وسيطة
5. -التذكير بأهم العناوين عند نهاية النشرة.

**طريقتان لفتح نافذة من الاستوديوعلى العالم الخارجي :**

الربط مع نقاط خارجية يمكن مذيع نشرة الأخبار من إجراء حوار مباشر وعن بعد مع ضيوف : خبراء أو صحفيين يكونون بموقع الحدث ،

وبالتلي تبرز الصورة من موقع الحدث وفي نفس الوقت الواقع بساحة الحدث.كما تقدم معلومات إضافية في نهاية التقرير(صورة من موقع الحدث مسجلة ) أو تمكن من تغطية حدث ساخن من موقع (نقطة مباشرة من موقع الحدث).

**مراحل انتاج النشرة الإخبارية الالكترونية**

تؤدي نشرات الأخبار الإلكترونية وظيفة مهمة للمؤسسات من ناحية الاتصالات والتنسيق، كما أنها قد تكون معقدة من ناحية التصميم والإنشاء والإدارة، وتعطي هذه المقالة صورة مختصرة لبعض الخطوط العريضة وأفضل الممارسات للنشرات الإخبارية الإلكترونية.

خطوات عشر لإنشاء النشرة الإخبارية الإلكترونية:

• الأهداف

• الموضوع

• العاملون/ الموارد

• المحتوى

• الشكل

• التكنولوجيا

• التسجيل

• ضمان الجودة

• التسويق

• الإدارة

فيما يلي شرح مختصر لكل خطوة من هذه الخطوات:

الأهداف:

توجد الكثير من الأهداف المحتملة لإنشاء نشرة إخبارية إلكترونية؛ ولذلك فمن المهم تحديد أهداف محددة مسبقاً، والأهداف قد تشمل ما يلي – على سبيل المثال:

– عمل دعاية لجهود المؤسسة

– تحسين التنسيق

– المعرفة

– تدعيم المؤسسة

– جمع الأموال

– العلاقات العامة

– القيادة الفكرية

– شبكة مهنية

الموضوع:

من المهم – قبل إنشاء نشرة إخبارية – أن نحدد موضوعها (كفكرة نموذجية دقيقة)، ويتعين على هذه العملية أن تتضمن مسحاً للنشرات الإخبارية الإلكترونية المماثلة لتفادي التداخل فيما بينها ولتفهم المنتجات المنافسة، ومن المفيد أن تحدد موضوع النشرة في كلمتين مثل “متاحف قطر” أو “السياحة في الدوحة” إذ أن هذا النظام يحدد الموضوع بدقة، كما أن الكلمتان المرتبطتان جيداً ببعضهما البعض يعملان جيداً عند البحث عنهما في محركات البحث على شبكة الإنترنت وعند الدعاية الإلكترونية لهما.

العاملون/ الموارد:

يتنوع وقت العاملين في إنتاج النشرات الإلكترونية بدرجة كبيرة (أقل من عشر ساعات إلى أكثر من مائة لكل نسخة) استناداً في الأغلب إلى درجة المحتوى التحريرى الجديد الذي يتم تطويره (في مقابل محتوى إعادة المقصود والروابط أو الموارد الأخرى). وانتظام إصدار النشرة الإخبارية يعد أحد الوظائف الواضحة لإلتزام العاملين، إذ أن إنشاء النشرة الإخبارية يتطلب إلتزام طويل الأمد للعاملين.

**المحتوى:**

النشرات الإخبارية قد تتضمن أنواعاً شتى من المحتويات، ومن أمثلة هذه المحتويات ما يلي (مرتبة ترتيباً من أعلى المحتويات استهلاكاً للوقت إلى أدناها):

• الأخبار

• دراسات الحالة

• مقابلات

• أخبار المشروع

• الإعلانات

• مقالات لطرف ثالث

• معلومات وظيفية

• الموارد والبيانات الجديدة

• روابط الأخبار

القرارات المتعلقة بالمحتوى الذي سيتم وضعه في النشرة الإخبارية تستند إلى العوامل المرتبطة بالتكاليف والرغبة والتوقيت والجودة والكم للأنواع المتعددة لهذه المحتويات.

الشكل: بصفة عامة يتم إرسال النشرات الإخبارية حالياً في شكل نصوص وأشكال جرافيكس (HTML)، رغم أن النشرات التي تأخذ شكل النص فقط مقبولة أيضاً، وبصفة عامة ينبغي أن تكون النشرات المستندة إلى شكل الجرافيكس أبسط من الصفحات الإلكترونية المشابهة لها.

وفيما يتعلق بالفترة التي تصدر فيها النشرة فإن النشرات الإخبارية الإلكترونية ينبغي أن تكون شهرية أو ربع سنوية (ولكن ليس هناك مطلب محدد)، والإلتزام بجدول معد سلفاً يعد ميزة كي ينتظر القراء نشرتك، رغم أن أهم عامل من عوامل نجاح النشرة هو إرسال محتوى نافع حتى وإن تتطلب ذلك تغيير موعد إرسال النشرة.

**التكنولوجيا:**

يوجد الكثير من “خدمات النشرات الإخبارية” التي كتبها طرف ثالث، وهي تقدم قائمة بالإدارة والخدمات البريدية والتقارير المفصلة، وتتطور التكنولوجيا سريعاً ولذلك فمن المهم أن تسأل المؤسسات الأخرى (أو المجموعة الاستشارية الإلكترونية) عن خبراتهم مع البرامج المختلفة.

**التسجيل:**

يجب أن يحتوي الموقع الإلكتروني لمؤسستك على جزء للنشرة الإخبارية الإلكترونية يتم فيه وصف النشرة الإخبارية والسماح بالتسجيل ويضم النسخ القديمة من النشرة. ويمكنك أن تبدأ في تسجيل المشتركين في النشرة حتى قبل البدء فيها رسمياً.

**ضمان الجودة:**

يمكن تصحيح الخطأ على الصفحة الإلكترونية على الفور، ولكن الأمر نفسه لا يحدث مع النشرة الإلكترونية، ومن ثم فإن ضمان الجودة له أهمية خاصة مع النشرات الإلكترونية، وتتضمن قائمة فحص ضمان الجودة النقاط التالية (على الأقل):

• الدقة التحريرية

• القواعد اللغوية

• التدقيق الإملائي

• تدقيق الروابط

• التدقيق القانوني

• اختبار البريد (فحص الشكل والحروف والنصوص والجرافيكس)

• مراجعة قائمة البريد (للتأكد من توصيل النشرة إلى المشتركين الجدد)

• استمارة الاشتراك/ إلغاء الاشتراك في ذيل النشرة

**التسويق:**

يمكن تسويق النشرات الإخبارية الجديدة بطرق متعددة:

• روابط للاشتراك على موقعك الإلكتروني

• التسويق المتوازي مع النشرات الإخبارية المشابهة

• “دعوات” موجهة

يجب أن تكون النشرات الإخبارية “اختيارية” أي أنه لا ينبغي أن نُشرك فيها أحداً إلا بموافقته، وإنه لأمر حسن أن تدعو مشتركين جدد إلى الاشتراك في النشرة باستخدام قوائم البريد الإلكتروني، ولا يتطلب الأمر تأكيد الاشتراك، فيكفي طلب الاشتراك لمرة واحدة فقط.

**الإدارة:**

تتطلب الإدارة المستمرة لنشرات الأخبار الإلكترونية الناجحة الاهتمام المستمر بنوعية المحتوى ومستوى الانتاج والتناغم والفائدة العامة، ومن ثم فإن ردود الأفعال الدورية التي تأتي من القراء من خلال المسوح الإلكترونية قد تكون مهمة، وفي حالات كثيرة يمكن للنشرات الإخبارية أن تكون ملاءمة لشيء ما مثل الدعابة أو التعليقات الصريحة أو غيرها.

إن النشرات الإخبارية الإلكترونية ما تزال أداة تواصل فعالة، والاقتراحات سالفة الذكر قد تساعدك في أن تجعل نشرتك الإخبارية فعالة أيضاً.

**التعليق الاخباري**

تعريفه لغـة :

التعليق على الكلام هو إبداء ملاحظات حوله توضح مدلوله و على الأخبار و هو تذليلها بآراء تكشف النقاب عن خفاياها أو أسباب وقائعها و نتائجها حسب مفاهيم المعلق .

و يقابله في الفرنسيةCommentaire و بالإنجليزيةCommentary و جاء في قاموس المبرق : التعليق هو النوع الذي يفسر الخبر و يعطيه اتجاها واضحا ( سياسيا و إيديولوجيا ) يعكس بالضرورة موقف الجريدة .

**إصطلاحــا**:

التعريف الاصطلاحي للتعليق :

1. " التعليق الصحفي هو أشبه ما يكون بالرأي المعبر عن حدث أو شيء ما و في أكثر الأحيان يكون معارضا ".

2. " التعليق هو نوع صحفي بالغ الأهمية، يستخدم من أجل تقديم رأي واضح و صريح و معلن إزاء حدث أو واقعة. ينطلق من الواقعة ليقدم الرأي، و هو نوع صحفي ذو طابع فكري . موجه أساسا إلى ذهن القارئ " .

3. " يقوم فن التعليق على الشرح و النقد و التحليل ".

4. " التعليق هو الشرح و التفسير و إصباغ المعاني الكاملة على الأخبار في إطار وجهة نظر محددة ..." .

5. " يعطي التعليق الصحفي للأحداث التي تنشرها الجريدة مغزى و معنى يكسبها رائحة و طعما ، و هو فوق هذا و ذاك يتحكم في نظرة القراء إلى الأحداث ، فمرة يحكم التعليق على بعض الأحداث بأنها نافعة ، و يحكمك على بعضها الآخر بأنها خطيرة و تارة يصفها بأنها عابرة، و أخرى بأنها مقدمات لازمة لأزمة حادة ، و هكذا ... " .

6. الوظيفة الأساسية للتعليق الصحفي ليست إخبارية، إنها فكرية و دعائية، تزود الجمهور بوجهة نظر أو رأي إزاء الحدث من خلال الإجابة على السؤال ، مادا يعني ما جرى ؟ أو ما هي دلالاته ؟و هو و بهذا فهو لا يبرز الأحداث بل يؤولها و يعطي لها معنى الإرشاد الجمهور و توجيهه .

7. "التعليق هو أحد الفنون الصحفية التي تفسر الخبر من زاوية معينة ، يمليها موقف سياسي ، أخلاقي أو إنساني بهدف توضيح هذا لموقف أو ذاك أو إقناع الجمهور لإتحاد موقف أو تغيير " .

8. " الرأي المبني على الخبر ، فهو المراد بالتعليق الصحفي ، و في هذا يقول المستر ماركل رئيس المعهد الدولي للصحافة في ذلك .

9. و أما شرح أسباب " شن الكرملين لهذه الحملة في هذا الوقت بالذات فهو التفسير " .

و القول بأن كل حملة للسلام تصدر عن يجب أن ترفض فهذا هو الرأي " .

و أما الشرح فهو جزء هام من أجزاء الخبر ... و أما الرأي فلا مكان له غير أعمدة التعليقات .

جاء في القاموس الصغير للإعلام أن التعليق هو : " مقالة أساسية يتجاوز فيها عرض التأملات والفكار من حيث الحجم عرض الوقائع والأحداث

مـاذا يمكن أن نستنتج من هـذه التعاريــف :

**التعليق الإخباري ايضا هو:**

1. هو رأي خاص
2. يهدف إلى توضيح الحقائق
3. يعتبر تكملة للخبر
4. يتطلب المنطق والوضوح
5. ضرورة لتكييف الخبر مع الرأي العام
6. من فوائده حماية المتلقي من آثار الأخبار الخارجية

**التحليل الاخباري**

المقصود بالتحليل الاخباري تتبع الاخبار الاقتصاديه ومعرفة مواعيد صدورها من مصادرها، تبعا لكل دوله من الدول صاحبه العملات التي يتم التداول بها في سوق العملات. ومن اهم الاخبار التي يجب تحليلها المؤشرات الاقتصاديه لهذه الدول التي تحدد الوضع الاقتصادي لها، مثل الناتج القومي الاجمالي، والناتج المحلي الاجمالي، والرقم القياسي للانتاج الصناعي، ومؤشر استخدام الطاقه الانتاجيه، ومؤشر مبيعات التجزئه لهذه الدول، وميزان الحسابات الجاريه، ومتوسط مؤشر بورصه الاسهم في الدول الكبرى .

ولا يشمل التحليل الاخباري الأخبار الاقتصاديه فحسب، بل الاحداث السياسيه الهامه ايضا، والتي تؤثر على اسعار عملات الدول الكبري مثل: الاستقرار السياسي والكوارث الطبيعيه والسلام والحرب. فاذا كانت المؤشرات الاقتصاديه لاحدى الدول تدل على تطور اقتصادي في دولة ما، فهذا دليل على زياده اسعار عملة هذه الدولة في مقابل عملات الدول الاخرى، وكذلك الاستقرار السياسي وعدم حدوث كوارث طبيعية. مثال على ذلك، الاعصار الذي يضرب الولايات المتحده الامريكيه من وقت لآخر ويؤثر على اسعار النفط.

اما الاخبار التي تحمل تدهوراً في المؤشرات الاقتصاديه لاحدى الدول، او وجود حروب او قلاقل سياسية، ففي هذه الحاله يكون من المتوقع انخفاض عملة هذه الدولة مقابل اسعارعملات الدول الاخرى: مثل التهديد الكوري الشمالي الذي اثر على عملات جنوب شرق اسيا.

**مذيعو البرامج الإذاعية والتلفزيونية ومقدموها**

تعريف المذيع

مثلها مثل كلمة معلم أو طبيب أو طيار أو محاسب وكلها تشير إلى الوظيفة التى يؤديها شخص ما والعمل الذي يقوم به. وفى لغتنا العربية وردت الإشارة إلى كلمة مذيع مرتبطة (بالفعل) أي العمل الذي يؤديه والوظيفة التى يقوم بها وكلمة (مذيع) هى اسم الفاعل إذاعة وهى تعنى الذيع أي الانتشار أو النشر والانتشار وإعلان ما كان خافيا أو غير معروف وعلى ذلك يكون المذيع وفقا على الأساس اللغوى هو الشخص الذى ينقل معلومات ما إلى عدد غفير من الناس وبالتالى يكون كل من ( الواعظ والخطيب السياسي والمنادى في القرية مذيعا بهذا المفهوم لأن لدى كل منهم رسالة يود أن ينقلها واخباراً يريد أن ينشرها بل ربما يكون الباعث لذلك هو مجرد الرغبة الشخصية في أن يكون موضع اعجاب الجماهير. وإذا ما انتقلنا إلى اساليب هؤلاء في نقل افكارهم، غير أنهم يتميزون بامتلاكهم موهبة مخاطبة الجماهير والقدرة على إثارة العواطف، بل وتحريك هذه الجماهير للاقدام على اعمال معينة. أي تحريكها إلى مجرد العاطفة إلى نطاق ( الفعل) وهذا الاسلبوب بطبيعة الحال يختلف كل الاختلاف عن الاسلوب الذي يستخدمه الناس في حياتهم العادية. لقد هؤلاء الخطباء والوعاظ والمنادون إذ هم (المذيعين) أو داخلى المعلومات للاعداد الغفيرة في زمانهم أي قبل ظهور الاتصال فقد اختلفت وظيفة المذيع واختلفت أساليبه في اداء هذه الوظيفة تماماً، فلم يعد مقبولاً ولا ممكناً أن يكون مذيع اليوم هو نفس الخطيب القادر على استخدام الأساليب الخطابية المضخمة من معاني والاستعراضات الصوتية والشخصية الطاغية كما أن أسلوب الخطيب في العرض والتعبير بإشارات اليد، وملامح الوجه لايمكن أن يتلاءم مع طبيعة كاميرا التلفزيون التى تركز على هذه الإشارات وتنقلها بوضوح تام، وهذا من شأنه أن يجعل الخطيب أشبه بالممثل بالرغم من أن المذيع في الراديو والتلفزيون نتاج العصر الإلكتروني وثمرة من ثمراته إلا أن كثيراً من المهام التى يقوم بها الآن وجدت ذلك بآلاف السنين.ومع ذلك فإنه لا يمكن القول أو التسليم بأن التشابه بين عمل المذيع وبين هذه الوظائف التى قام بها هؤلاء السابقون كانت تشابهها في كل شئ فهناك خلافات رئيسية جاءت بها هذه الوسائل الإلكترونية ( الراديو والتلفزيون) تتمثل في جانبين رئيسين هما:

أولاً: أن الرسائل من خلال الراديو أو التلفزيون تصل إلى جمهور كبير متناثر عبر آلاف الأميال. ثانياً: إن كلا الوسيلتين قادرتان على نقل الحدث من موقعه وأثناء حدوثه وهو يطلق عليه إصطلاح الفورية المطلقة.

ولعل هذه الفورية المطلقة إلى جانب طبيعة الراديو كوسيلة عمياء كما يقولون Blind medium هى التى حتمت وجود المذيع وجعلته ذروة يمكن تجنبها أو لا مفر لأنه بدون هؤلاء المذيعين لا يمكن أن يؤدى وظيفة لأنهم هم الذين يقومون بالاتصال الشفوى المنطوق المباشر وهم الذين يصفون الاحداث ويقدمون برامج االترويج ويقرءون الاخبار. بجانب هذه العبارات المهمة المتقدمة يمكن القول ايضا وبتعبير ابسط أن متطلبات العمل أو المتطلبات الحرفية المذيع والراديو والتلفزيون أقل من التى يمارسها المتحدث الذي يواجه الجمهور وكذلك فإن الأداء الصوتى للمذيع في الراديو والتلفزيون يختلف كل الاختلاف عن الاداء الممثل المسرحي الذي عليه أن يتأكد أنه يصل إلى آخر متفرج جالس في آخر مقعد بالقاعة. وهذا يعنى أنه بالرقم من أن الملايين قد تستمع إلى مذيع الراديو أو تستمع وتشاهد التلفزيون إلا أنه يتكلم ويتصرف كأنما هو في صحبة فرد أو أثنين فقط. وفي نفس الوقت فإنه بواسطة الإذاعة المسموعة والمرئية أصبح للصوت دور هو نقل الرسائل والأخبار لكل إنسان في كل مكان ومن هنا فقد أصبح تعريف المذيع على ضوء وظيفته والعمل الذي يؤديه من خلال الإذاعة يختلف. عما سبق ولما كان في اللغة كما سبق القول اسم الفاعل من اذاع والمصدر فإن التصريف اللغوى الذي استحدثه مجمع اللغة العربية في مصر لكلمة ( إذاعة) يساعد على الاقتراب من تحديد التعرف الإصطلاحي للمذيع ووظيفته كما هى اليوم، فالمذيع من ( اذاع) والمصدر ( إذاعة) وهى تنشر الأخبار وغيرها بواسطة الجهاز اللاسلكى والمذياع هو آلة الإذاعة وعلى ذلك يكون المذيع هو من يتولى النشر فى دور الإذاعة اللاسلكية.وعلى هذا يمكننا أن نحدد تعريفاً للمذيع (**أنه الشخص الذي يحترف نقل وتقديم المعلومات بصوته إلى الجماهير بواسطة الإذاعة أي الراديو والتلفزيون وبطريقة تخضع لمواصفات معينة.**

وهذا التعريف على هذا النحو يشتمل على العناصر التالية:-

1. أنه عمل يقوم على نقل وتقديم المعلومات صوتياً.

2. الاحتراف بمعنى أن يكون هذا العمل هو الحرفة والوظيفة والعمل الذي يؤديه الشخص، وعلى ذلك فإن من الطبيعي الذي يقدم برنامجاً لا يمكن أن نسميه مذيعاً ما دام لا يحترف هذه المهنة بالرغم من أنه يقوم بعمل مذيع أي يقوم بالإذاعة والنشر أثناء تقديم برنامجه.

3. أن يتم هذا العمل من خلال الإذاعة ( والراديو – التلفزيون).

4. أن تخضع عملية نقل المعلومات صوتيا لمواصفات معينة هى التى تفرق بين مذيع وكل من الخطيب والممثل أو الواعظ ... الخ.

**فالمذيع في الإذاعة المسموعة** هو حلقة الإيضاح التى تربط بين الإذاعة والجمهور وبدونه لا يكون هناك سواء الصمت أو الشوشرة التى لا تعنى شيئاً. أما في التلفزيون فالمذيع هو المقدم والناقل أي القائم بالاتصال والشارح المفسرة. ومن هنا تأتى أهمية المذيع للإذاعة فإن كلا من الراديو والتلفزيون يصبحان شيئاً آخر مختلفاً عما نعرفه اليوم ونتيجة للتطور الهائل الذي شهدته محطات الراديو والتلفزيون في مجال تنويع أشكال البرنامج وتعددها تنوعت المصطلحات والمسميات التى تصف عمل المذيع. فبالرغم من أن المذيع هو ذلك الشخص الذى يتحدث إلى جمهوره من خلال أجهزة الإرسال الإلكترونية لإحدى محطات الراديو والتلفزيون وعبر موجات عامة إلا أن هذا التعريف يعد تعريفاً عاماً ولا يمكن أن يقدم وصفا دقيقاً للاعمال المتخصصة للمذيع فهناك المذيع قارئ النشرة News caster وهناك المذيع الرئيسى أو مذيع الربط Anchorman وهناك المذيع الذى يقرأ التعليق المصاحب للأفلام التسجيلية وفي هذه الحالة يقوم بدور الراوية أو المعلق Narrator ، كما أن هنالك المعلق الذي يقدم التحليلات السياسية والمذيع الذى يقوم بإجراءات المقابلات وبرامج الحوار والمذيع مقدم الأغنيات والبرامج الموسيقية والذى يطلق عليه باسم Diskgocku وهناك ايضاً المذيع مقدم البرنامج الرياضية كل مذيع مختص في مجال له مذيعين متخصصين ومثال لذلك:-

**مذيع قارئ النشرة:-**

عادة ما يطلق لفظ المذيع على قارئ النشرات بالإذاعة وتختلف مهارات المذيعين وخلفياتهم الثقافية من إذاعة لأخرى ففى المحطات الصغيرة يمكن أن يكون مدير الأخبار واحد المندوبين أو المحررين هو نفسه قارئ النشرة أما مصطلح قارئ النمشرة المخصص النجم و يطلق هذا اللفظ على نشرة الأخبار فى التلفزيون ليس إلا برنامجاً استعراضياً بنفس المفهوم الذى تشير إليه كلمة استعراض ومن ثم ينبغى أن يتوفر لها كل عناصر البرامج الاستعراضية لجذب انتباه واهتمام المشاهد وبين هذه العناصر ( النجم) أي قارئ النشرة أو المذيع في هذه الحالة. ونظام النجوم هذا Stars stem هو النظام السائد في عالم التسلية والترفيه وارتباطه ببرنامج الاخبار بدأ مع بداية التلفزيون نفسه.

وقارئ النشرة بالتلفزيون لابد أن يتمتع ببعض الصفات مثل المظهر الحسن والمصداقية والقدرة على الاتصال والصوت الاخباري المميز والجاذبية والشباب وقوة الشخصية والمرونة والتعاون والتفاهم مع العاملين بالأخبار ومن المعروف أنه كلما زاد عدد المندوبين والمحررين بالمحطة الإذاعية كلما زاد عدد المندوبين والمحررين بالمحطة الإذاعية كلما اقتصر دور المذيع على قراءة النشرة فقط.

وتتوقف فعالية الاخبار إلى حد كبير على حسن أداء قارئ النشرة والحياد هو المطلب الأساسي لقارئ النشرة فالمذيع يجب أن لا ينحاذ لخبر أو لرأي . كما يجب أن لا تحمل نبرات صوته احكاماً مسبقة وأنما يدع المستمع أو المشاهد يستنتج ما هو صواب وما هو خطأ.

يشترط ايضاً جودة الصوت فلا يكون حاداً أو غليظاً مرتفاً أو منخفضاً وأن يتميز بحسن الإلقاء من خلال توافق نطق الكلمات مع التنفس الطبيعي للمذيع ومن المهم ايضاً أن يحتفظ المذيع لحاسة الإلقاء وتنويع نغمات الصوت والسرعة المناسبة مع التركيز في القراءة على المعاني التى تحتويها الكلمات والجمل والأمر الذي يؤدى إلى طريقة القاء صحيحة وطبيعية.

وكثيراً ما يوجه النقد للمذيعين لوقوعهم في أحد خطأين الأول هو النغم والموسيقي اللفظية لكلمات والجمل عن طريق رفع وخفض الصوت بدون مبرر والبعض الآخر يطور نمط صوتى يعتمد على نبرة واحدة لا تتغير بالأداء مما يؤدى إلى ملل المستمعين. ويستطيع المذيع أن يؤكد على بعض الكلمات أو الجمل بعدة طرق أكثرها شيوعاً نطق الكلمات اعداداً توكيدها بصوت أقوى قليلاً عن الكلمات الأخرى الموجودة حولها. أو إطالة نطق هذه الكلمات توكيدها عن الأخرى. ويمكن استخدام لحظات الصمت أو التغيير في نبرة الصوت عند الانتقال من فقرة إلى أخرى أو من خبر إلى خبر.

وفي العديد من محطات الراديو والتلفزيون يوجد مذيعين متخصصين لتقديم أخبار الطقس ويقوم هذا الشخص من العاملين بتقديم الأخبار والتقارير الخاصة بالطقس وقد يكون هذا الشخص من العاملين في مصلحة الإرصاد الجوى وتلجأ بعض المحطات التلفزيونية إلى الاستعانة ببعض الممثلين لأداء دور مذيع الطقس وبعض المحطات الأخرى والرسوم المتحركة Cartoons خلال التعليق يستخدم اسلوب الأقنعة Amuppets بالأحوال الجوية ويتم تخصيص الفترة الزمنية بتقديم اخبار الطقس على مدى الإرسال الإذاعي فإذا كان الطقس متغير ومتغلب تخصص فترات زمنية أطول وتفاصيل اعمق.

( أما إذا كان الطقس مستمر يتم تخصيص فترات زمنية أقل لتقديم هذه الفقرة الإخبارية التى عادة ما تقدم في آخر نشرة الاخبار هنالك ايضاً مذيع الاخبار الرياضية Sported or castor وهو مسئول عن تغطية الاحداث الرياضية مثل مباريات كرة القدم والسلة والهوكى ... وبفضل أن يعمل في هذا المجال مذيعين من الشباب ذوى الخبرة بطبيعة وقوانين خلفيات المباريات الرياضية التى يقومون بتغطية أخبارها).

وعموماً المذيع ضيف دائم في بيوت الناس يعمل كمندوب إعلانات وكمندوب أخبار أو مقدم برامج ولما كان يؤثر في كثير ممن يرونه ويستمعون إليه وجب أن يكون مواطنا صالحاً ولا يجدر به أن يسئ بكلمة أو بإشارة إلى أقلية من الاقليات وأن يتفتح ذهنه لكل شئ من الرياضيات حتى السياسة وأن يتسم بالعدل ورغم أن المذيع لا يحرر التعليقات فإن عمله بوجه عام يتطلب بعض المعرفة الشخصية والمعلومات عن كل موضوع يتناوله.

**صفات ووظائف المذيع**

يعتقد الكثير من الشباب ( من الجنسين) أنهم يصلحون للعمل كمذيعين في محطات الراديو والتلفزيون أو فيهما معا وربما اعتقد بعضهم أيضاً انه أفضل من كثيرين آخرين يقومون بهذا العمل بالفعل وليس هناك ما يبعث على الدهشة أزاء مثل هذه التصورات لدى هؤلاء فهناك العديد من الدوافع التى تجعل كثيراً من الشباب يفضلون هذا العمل ويحملون به ومن هذه الدوافع رغبتهم في الاتصال مع الآخرين أو استعراض الذات ( حب الظهور) أو الرغبة في الاستئثار باعجاب الآخرين وحبهم أو الحرص على التأثير فيهم أو كل هذه الدوافع مجتمعة.

بغض النظر عن دوافع الراغبين في هذا العمل فالحقيقة أن هناك من الخصائص الاساسية التى لابد من توافرها في الشخص الذي يعمل مذيعاً في الراديو أو التلفزيون. وعلى ذلك يمكننا أن نسمى هذه الخصائص مؤهلات أو معايير أو أسس اختيار أو شروط صلاحية وعلى أساس توافر هذه الخصائص يجرى الاختيار من بين الآلاف الذين يتقدمون في هذا العمل ويحلمون به.

وبناء على ذلك هناك عدد من الخصائص ينبغي توافرها في الشخص الذي تقدم للعمل كمذيع وهى:-

**أولاً: المستوى التعليمي:**

المقصود بذلك أن يكون الشخص قد حصل على قسط معقول من التعليم وهناك من يشترط الحصول على مؤهل جامعي كحد أدنى للمستوى التعليمي بينما هناك محطات أخرى لا يشترط ذلك وترى أن الثقافة الواسعة والخبرة بالحياة أهم من وجود مؤهل أكاديمي ومنطقها في ذلك من القول بأن الإلمام الجيد بمختلف الموضوعات في شتى المجالات يعتبر اكثر فائدة من التعليم التخصصى للضيف.

**ثانياً:المستوى الثقافي:**

الثقافة تختلف عن التعليم حيث أن الثقافة للمذيع تعنى معارفه وخبراته العامة ودرايته بالحياة والناس وإدراكه الكامل للأحداث التى تجري من حوله والثقافة يجب أن تكون ذا جانبين:

الأول: الثقافة العامة بمعناها الواسع الشاسع .

الثاني: الثقافة المتخصصة لالمام بطريقة منتظمة بعلوم الاعلام والوقوف دائماً عند الجديد والمتطور.

**ثالثاُ: الصوت وطريقة الحديث:**

من الطبيعي أن يكون الصوت الجيد جزاءً من المؤهلات الأساسية لشخص يحترف الاتصال بالجماهير عن طريق الكلام ولذلك يجب أن يمتلك المذيع صوتاً جيداً يؤدى وظيفته على النحو الاكمل وقدرة على الكلام بطريقة سليمة والمقصود بالصوت هو الصوت القوى الواضح الذى ترتاح إليه الإذن والذى يخلو من العيوب ازاء عملية الكلام وهذه تتوقف على مهارة المتحدث نفسه.

إلا أن ذلك ليس كافياً وحده في حالة الإذاعة بالتلفزيون حيث أن الصوت والأداء لهما الاعتبار الأول في الإذاعة المسموعة المرئية التلفزيونية.

**رابعاً: المظهر الجسماني:**

وهذا الشرط يتحتم توفره بالنسبة لمذيعي التلفزيون فقط لأن ليس مهما في حالة الراديو أن يكون المذيع ذا أنف معقوف مثلا ما دام صوته يلبى الاحتياجات المطلوبة أما بالنسبة لوسيلة مرئية فإن الأمر يصبح مختلفاً ومع ذلك من السهل أن تحدد قسمات بعينها لوجه بشرى ونقول إن ذلك هو الوجه المناسب للظهور على شاشة التلفزيون لأن أذواق الناس تختلف فيما بينها اختلاف واضح.

**امساً: الذكاء وسرعة البديهة:**

يعرف الذكاء بأنه القدرة على التعامل مع المشاكل والمواقف الجديدة والمفاجآت الطارئة وهو ما يعرف عادة بسرعة البديهة أو القدرة على حسن التصرف. ( ومن ذكاء المقدم وفطنته وصفاء ذهنه وشفافية وجدانه ادراك ما يحول في المستمع أو المشاهد من اسئلة واستفسارات في حديثه الاذاعي ويعود على قدرته على الاستيعاب واختلاطه بالناس واطلاعه على الثقافة العامة والمعلومات الجديدة وهذا يكسب البرنامج ومقدمه ثقة الجمهور وتقديرهم بعكس التردد والغموض فإنه يضعف الثقة ويقلل المتابعة.

**سادساً: القدرة على التخيل:**

أن الخيال مطلب اساسى لعمل المذيع في الراديو والتلفزيون لأنه يدخل في الابداع فالخيال هو الطريق الى الابتكار والشخص الذي لا يملك القدرة على التخيل لا يصلح لهذه المهنة لأنه سيكون عاجزاً عن التعبير التلقائى ويكون عاجزاً عن الارتجال ومواجهة الجمهور سواء داخل الاستديو أو خارجه ومن ناحية أخرى فإن المذيع عندما يمون وحده داخل الاستديو أمام المايكروفون أو الكاميرا فإن عليه أن يتخيل هؤلاء الاشخاص الذي يتحدث اليهم وإذا لم يستطع ذلك يشعر بالفعل أنه يتحدث إلى شخص معين فإنه حديثه وطريقه أدائه ستبدو فاترة ومسطحة لا تعنى احدا ولا تخص احداً وينتج ذلك أن يفقد المذيع خاصية التواصل مع المستمعين والمشاهدين وهى خاصية اساسية في العمل الإذاعي مسموعا ومرئياً.

**سابعاً: الصحة الجيدة:**

قد يتساءل البعض ما علاقة عمل المذيع بالصحة الجدية أو غير الجيدة وليس مصارعاً ولا عداء ولا رافع اثقاف والحقيقة أن ذلك سؤال ليس في موضعه وهناك علاقة وطيدة بالفعل بين طبيعة عمل المذيع وحالته الصحية وهذه المسألة بالذات يدركها المحترفون الممارسون للعمل بالفعل عندما يجد الواحد منهم مضطر بقضاء نصف يوم كامل من داخل الاستديو تحت أضواء مزعجة يقوم بإجراء التجارب بضبط الصوت وضبط الإضاءة ومراجعة النص وملاحظة ضيف البرنامج وأخيراً توجيه الأسئلة وتفجير اسئلة جديدة إلى أن ينتهى البرنامج اخيراً بعد ساعات العناء المتواصل. وكذلك قد يجد المذيع نفسه في مواقع الحدث ينقل رسالة صوتية عن حريق مشتعل وقد يواجه بمفاجاءات مما يجعله في لحظات توتر عنيف. والذى يعمل في ظروف كهذه فإن المرض والانقطاع عن العمل يؤدى إلى الاستغناء عن خدماته من قبل تلك المحطة وتلك مسألة عادية جداً لأن هناك من هم ( تحت الطلب ) عند الحاجة اليهم في مجال تشتد فيه المنافسة.

**ثامنا: التواضع والثقة:**

لا شك أن الربط بين التواضع والثقة بالنفس كخاصية ضرورية ينبغي توفره في الشخص الذي يسعى أن يكون مذيعاً يعد أمراً ينبغى على قدر كبير من الأهمية وذلك لأن التواضع في حقيقة الأمر نتيجة طبيعية للثقة بالنفس وهذه الثقة بالنفس تتوفر للشخص عندما تتوفر له الموهبة والخبرة.

**تاسعاً: القدرة على العمل الجماعي:**

إن الكلمة أو الصورة التى تبث على الهواء من احدى محطات الراديو والتلفزيون هى في واقع المحطة النهائية لجهود فريق متكامل من العاملين في تخصصات شتة ، يعد المذيع مجرد واحد منهم. ويعنى ذلك ببساطة أن الشخص الذى ينطوى على طبيعة فردية ولا يمكنه العمل الجماعى ضمن الفريق لا يصلح بأي حال من الأحوال للعمل كمذيع.

**عاشراً: الصبر:**

خاصية الصبر تعين المذيع على التكيف مع نوع العمل ويتسم بالقلق والتوتر والمنافسة. والذين لا يتحلون بملكة الصبر في هذا العمل هم الذين يتعجلون الشهرة ويتعجلون الفرصة التى تحقق احلامهم في النجومية وقد يكون ذلك سبباً في اصابتهم بالاحباط عندما لا توأتيهم الفرصة التى كانو يحلمون بها. وهناك من اضاف على هذه الصفات العشرة صفات أخرى منهم محمد خير رمضان في كتابه صفات مقدمي البرامج الإسلامي اضاف البلاغة وقوة الشخصية والاستفادة من خبرات الآخرين والمخالطة ومعرفة المشكلات والبيئة والجمهور ورجع الصدى وهكذا فإن هذه الخصائص الواجب توافرها في المذيع تترك بصماتها على شخصية المذيع فلذلك تلعب الخبرة الواسعة والثقافة الشاملة والصلة بالناس والتركيز دوراً وحبهم إلى جانب الاخلاص في العمل والتركيز دوراً كبيراً في نجاح المذيع في عمله فالمذيع الناجح هو الذى يقوم بدور إيجابي في عمله وهذا يتوقف على ما يقول والاثر الذي يتركه حديثه عند المستمع وهو يقدم المواد والبرامج والى جانب كل ما سبق نلخص إلى جملة من الصفات التى يجب أن يتصف بها المذيع مجملاً:

1. أن تتوافر لديه الموهبة.

2. أن تتوافر لديه الخبرة.

3. أن تتوافر لديه القدرة على التكيف مع الجماهير حسب مستوياتهم الثقافية والفكرية والاجتماعية.

4. معايشة الواقع وأن يتحسس مشكلات مجتمعه وان يتفاعل مع هذا المجتمع من أجل معالجة هذه المشكلات بهدف خلق التوافق والانسجام مع الشعب.

5. أن تتوافر لديه القدرة على إيجاد الأصدقاء في مختلف المجالات لأنهم سيكونون بمثابة مصادر له في الحصول على المعلومات.

6. لابد أن يكون متسامحاً صبوراً محباً لعمله شغوفاً به وأن يكون مؤمناً برسالته والمبدأ والعقيدة يدافع عنهما ويعمل من أجلها وفوق هذا وذاك لابد أن يكون موضوعياً ويراعي الدقة

وخلاصة القول أن المذيع أو الإعلامي الناجح هو الذي يتقن مهارة الاتصال من خلال نشر الأخبار والتعليق عليها وتفسيرها وتبسيط المعلومات وتجسيدها وتقديم صور العالم واحداثه بشكل واضح ومجسد درامي وأن تتوفر لديه القدرة على التكيف مع الجماهير حسب مستوياتهم الثقافية والفكرية والاجتماعية ولاسيما أن لكل جماعة لغة خاصة تفهمها وتتفاعل معها فاللغة المتداولة بين فئات العمال تختلف عن اللغة المتداولة بين الفلاحين والمثقفين وهكذا ولذلك يجب أن تؤخذ هذه المستويات في الاعتبار عند تقديم المواد الاعلامية.

**واجبات المذيع " الوظائف ":**

إن كانت هذه هى خصائص المذيع وصفاته كما سبق الإشارة إليها فما هى إذن الواجبات التى لا يستطيع القيام بها إلا إذا تحلى بهذه الخصائص وتلك الصفات؟ بالطبع تختلف واجبات المذيع باختلاف المحطة الإذاعية وأسلوب العمل فيها وهو ما يعرف " باللوائح " ويتحتم على المذيع هذه اللوائح أما واجبات المذيع فتتلخص فيما يلى:

**أولاً**: المهام التى يضطلع بها المذيع بواجبات محددة يوكل إليه أداؤها من قبل المحطة التى يعمل بها . وتتلخص هذه الواجبات في المهام التالية:-

1. تنفيذ البرنامج اليومي للمحطة ويطلق على المذيع في هذه الحالة اسم مذيع التنفيذ أو مذيع الربط أو مذيع الفترة وهو الذى يقوم بالتنويه عن مختلف البرامج والمواد تبثها الإذاعة .

2. قراءة النشرات الإخبارية في الإذاعة وتقديم العروض الإخبارية في التلفزيون وقراءة التعليقات وما إلى ذلك.

3. تنفيذ الإذاعات الخارجية أي المادة الإذاعية التى تذاع على الهواء مباشرة من خارج استديوهات المحطة.

4. تقديم البرامج بإجراء الاحاديث والمناقشات والندوات وبرامج المنوعات الجماهيرية .. الخ.

5. تقديم وإذاعة مواد الاعلانات التجارية.

6. قراءة مواد التعليق على الافلام التسجيلية.

**ثانياً: جانب المسئولية:**

وإلى جانب هذه المهام التى تدخل في إطار عمله اليومى هناك جانب آخر لهذه الواجبات العلمية والمقصود بها مسئوليات المذيع التى تحكم أداءه أي أن المسئولية هنا تكون بمثابة الإطار العام الذي يتم العمل في نطاقهويمكن القول بأن هذه المسئوليات المذيع نحو جمهوره وهو مسئولية تفرض عليه أن يكون معلماً أي يؤدى واجبه ودوره في إعلام الناس واخبارهم وأن يكون موضوعياً وصادقاً وأميناً ودقيقاً.وإلى جانب ذلك هنالك مسؤلية المذيع تجاه المحطة التى يعمل بها وتجاه مجتمعه في نفس الوقت وهى مسئولية لا يمكن تجزئتها أو فصل أحد جانبيها عن الآخر وفي هذه الحالة فهو ملتزم بأن يجسد أهداف المحطة التى يمثلها ويعبر عن سياستها فضلاً عن ضرورة التزامه للضوابط الاخلاقية التى تحكم العمل الإذاعي عادة والتى تتفق مع طبيعة الإذاعة والراديو والتلفزيون باعتبارها وسيلة تدخل كل بيت وتحدث إلى كل أفراد الأسرة أطفالاً ورجالاً ونساء فضلاً عن أنها وسيلة تخاطب جمهوراً عاماً يمثل مختلف الاتجاهات والآراء والمستويات الثقافية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية. إلى جانب ما تفرضه الاعتبارات الانسانية التى تتعلق بأحاسيس ومشاعر هذا الجمهور ومن هذا المنطلق فإن مقدم البرنامج ليس حراً أو متحرراً من كل قيد بل هو ملزم بمراعاة الاعتبارات المتقدمة. ومن ثم نجد المحطات المختلفة تفرض نوعاً من الرقابة على المواد التى ترد اليها من خارج قبل تقديمها سواء كانت قد حصلت على هذه المادة عن طريق الشراء أو عن طريق التبادل أو على سبيل المثال الهدايا كذلك حرصت بعض المحطات على أن نضع المواثيق وهى نوع من الدساتير الاخلاقية أو اللوائح الاخلاقية التى يتمثلها العاملون في المحطة وتنص عادة على ضرورة الإلتزام بأسس وقواعد.

**مميزات المذيع الناجح بشكل عام:**

1. الشكل المقبول ، أي أن تكون صفاته الجسمية مقبولة .

2. أن يكون صوته واضح وجهوري لاسيما في مخارج الحروف ، بمعنى أن يكون حسن الالقاء.

3. أن يكون متقنا لقواعد اللغة العربية .

4. أن يكون سريع البديهية لتلافي أخطاءه وأخطاء الضيوف وللتخلص من المواقف المحرجة .

5. أن يكون واسع الثقافة والاطلاع كي يستطيع إدارة دفة الحوار ونطق أسماء الأشخاص والأماكن .

6. أن يكون واسع الحلم ، صبورا ، متأنيا لاسيما في إدارة الحوار وع الضيوف .

7. الاختصاص مطلوب للمذيع ، لأنه يوسع ثقافته في مجال معين ويختصر جهده ووقته .

8. أن يستفيد من تجارب ألمذيعين الآخرين .

9. أن لا يصيبه الغرور والتعالي على الناس وعلى زملائه .

أخيرا

هناك فرق كبير بين المميزات المطلوبة للمذيع التلفزيوني وتلك الواجب

توافرها في المذيع الأذاعي . وكذلك في الاختصاص ، فمواصفات المذيع الرياضي

تختلف عن المذيع لنشرة الأخبار .

**مذيع الاخبار و المواد السياسية**

**(التعليق – البرامج السياسية)**

كنت قد كتبت موضوعين احدهما يتعلق بالمذيع ومقدم البرامج و اثرهما على المتلقي والثاني مذيع الربط اليوم سأكتب موضوعا ثالثا هو مذيع الاخبار والمواد السياسية لاشك ان لكل مادة اذاعية او تلفزيونية طابعا خاصا يستدعى علاقة خاصة بينها و بين مقدمها تختلف خلالها طريقة العرض والتقديم حسب ما تمليه طبيعة المادة المذاعة فهناك الندوة و هناك الاخبار وهناك التعليق وهناك الاذاعة الخارجية ...الخ.

فما هي العلاقة بين المذيع ونشرة الاخبار بوجه خاص.. والمذيع والتعليق والبرامج السياسية عموماً.

1. المذيع و الاخبار: عرفنا سابقا مواصفات المذيع بشكل عام وحتى ندرك العلاقة بين المذيع و نشرة الاخبار وكيفية ادائها لابد لنا من كلمة سريعة عن الاخبار فنقول ان الاخبار والنشرات الاخبارية عموما وهي فقرة ثابتة في جميع الاذاعات والقنوات لها اوقات محددة خلال ساعات البث اليومي تعتبر خدمة اعلامية هامة و دسمة تقدمها الاذاعة لمستمعيها وابرز مواصفات النشرة الاخبارية:

أ‌- تحري الصدق والدقة والامانة في نقل وعرض الاخبار

ب‌- الوضوح والسهولة في التعبير لان الخبر الاذاعي طائر في الهواء لا يمكن للاذن ان تستعيده ثانية بعكس الخبر المكتوب في الصحافة فهو منظور تستعيده العين مرارا.

ت‌- ترتيب الاخبار وتنويعها بشكل منسق جذاب يشوق المستمع لتتبعها.

ث‌- استخدام الجمل القصيرة والبسيطة وتجنب التعقيد والاطالة.

ج‌- استخدام الكلمات والعبارات السهلة والبعد عن الغريب في الكلمات.

ح‌- تجنب الجمل الاعتراضية واللجوء الى التراكيب البسيطة لمساعدة المستمع على فهم وتتبع الخبر.

هذه المواصفات التي ذكرناها تقع مسؤولية توفيرها في نشرة الاخبار على المحرر و هو عنصر اساسي في تكوين النشرة اختيارا وصياغة واسلوبا وهنا ننتقل الى العنصر الاساسي الثاني في نشرة الاخبار وهو المذيع الذي يقدمها الى المستمعين او المشاهدين فما هي مواصفات مذيع الاخبار.

أ‌- فهم الخبر واستيعابه جيدا اساس في ادائه بشكل سليم.

ب‌- الثقة بالنفس والاتزان الذي تعكسه نبرات صوت المذيع اساس آخر في الاداء الناجح.

ت‌- النطق السليم للاسماء الاجنبية ولو أقتضى الامرالاتصال بالسفارة التي ينتسب الاسم الى جنسية دولتها والتثبت من صحة نطقه.

وبعد بيان مواصفات النشرة التي هي مواصفات المحرر و بيان مواصفات المذيع نقول: إنَّ النشرة النجاحة هي نتاج جهد مشترك بين المحرر في الصياغة والاسلوب والاختيار و بين المذيع في سلامة اللغة وطريقة الاداء واسلوب العرض، وكم اضاع جهد محرر ناجح اداء مذيع أخبار فاشل، وبالتالي كم اضاع جهد مذيع أخبار ناجح تحرير فاشل.

لذا لابد من تعايش بين المذيع والمحرر ومن هناك كان على مذيع الاخبار ان يتوجه الى قسم التحرير قبل وقت كاف من نشرة الاخبار ليطالع الاخبار ويفهمها ويستوعبها ويناقش المحرر احيانا بهدف ان يساعده اسلوب التحرير على ادائها بالشكل اللائق وان تصل الى افهام المستمعين من أقرب سبيل.

**إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية وأنواعها**

**إعداد البرامج الإذاعية :**

بناء على مميزات الصحافة الإذاعية " الراديو" فان الكتابة لهذه الوسيلة الاتصالية تعتمد على الهدف من الموضوع والجمهور المستهدف وحقيقة عاداته وسلوكياته ودياناته للإجابة على أسئلة مهمة (ماذا يذيع ؟ لمن يذيع؟ كيف يذيع ؟ ) مع مراعاة الاختلافات لدى الجمهور الذي يتكون من جمهور عام ، وجمهور متخصص . ويعتبرها لترتيب المعلومات بتسلسل منطقي وتحديد أسلوب التعامل مع المادة ثم تقسيمها إلى فقرات وصياغة الكلمات والجمل لبرنامج إذاعي باتجاه واحد بحيث يفهم المستقبل المعنى والمقصود بسرعة . يلي ذلك الشروع في كتابة السيناريو بصورته الكاملة بتحديد النص الأدبي والمؤثرات الصوتية والموسيقية وبطريقة مباشرة وحادة وواضحة . ونستعرض عددا من الملاحظات التي تساعد الصحفيين الإذاعيين للقيام بمهام الكتابة للراديو ولعل أبرزها استخدام الكلمات الحية التي تعبر عن المعنى بدقة وتحاشي الكلمات المشحونة وملائمة اللغة للموقف والإيقاع الجذاب وربط الأفكار وغيرها الكثير من الملاحظات المهمة ومحددات كتابة السيناريو .مستعرضاً في سياق متصل مراحل إنتاج البرنامج الإذاعي وطرق تقديمه باستخدام كافة الفنون التي تجعل المستمع يتولى مهام المخرج السينمائي بتكوين الصورة في مخيلته.

**إعداد وتنفيذ البرامج التلفزيونية**

يعتبر إعداد وتنفيذ البرامج من الوظائف المهمة في شبكات التلفزة العربية خصوصا والأجنبية عموما ، فهي العمود الفقري لأي برنامج تلفزيوني، فإعداد البرامج هو الأساس الذي تبنى عليه بقية العناصر في التلفزيون (التقديم، التصوير، الديكور، الإخراج، المونتاج، أسلوب عملها)، كما أن هذه العناصر تحول ما كتب على الورق إلى واقع مرئي. وتسعى السطور القادمة إلى الإطلال على المؤهلات اللازمة لمن يرغب في العمل في وظيفة معد برامج تلفزيونية، علما بأن هذا النوع من الوظائف هو خليط من الموهبة والعلم والممارسة.

وهناك نوعية معينة من البرامج تعتمد اعتمادا كليا على السيناريو الذي يقدمه المعد أو الكاتب، لكن هناك برامج أخرى يقوم المعد فيها باختيار الموضوع لأشخاص المشاركين والاتصال بهم وإقناعهم بالمشاركة والاتفاق معهم على كافة الخطوات والترتيبات وصياغة الأسئلة التي يستخدمها مقدم البرنامج في حواره مع الضيوف وكتابة بعض النقاط المهمة التي تنير الطريق أمام مقدم البرنامج. وفي كل الأحوال يجب على الكاتب قبل أن يبدأ كتابته أن يفكر أولا في كيفية ظهور ما يكتبه على الشاشة، كما أن على معد البرامج أن يستوعب جيدا مقومات صياغة الرسالة التلفزيونية، وكيفية استخدام كل عنصر فيها، لأن هذه العناصر هي مفردات لغة التلفزيون التي يصوغ بها ويعبر من خلالها عن أفكاره ومعلوماته ومشاعره وكل ما يريد توصيله للمشاهد. فالصورة ومكوناتها وزوايا تصويرها وشكلها وحجمها والأضواء والملابس والماكياج وحركات وإيماءات الشخصيات كلها عناصر على الكاتب أن يوضحها في النص الذي يكتبه على شكل تعليمات، سواء أكان النص دراميا أو غير درامي، علاوة على استخدام عناصر الصوت ومكوناته والتعبير عنه في النص. وكل هذه العناصر المرئية والصوتية مع تفهم الأساسيات التقنية للتلفزيون وأجهزة الإنتاج من كاميرات وغرفة مراقبة وتحكم ومكان الإنتاج والحدود التي يفرضها، وكيفية تنفيذ الإنتاج، وهل سيتم تسجيله أو عرضه مباشرة.. كل هذه المقومات تشكل فن الإعداد التلفزيوني.

إعداد البرنامج: تمر عملية التخطيط لإعداد البرنامج بخمس مراحل أساسية:

1- اختيار الفكرة (الموضوع):

يستطيع المعد من خلال المعايشة الكاملة للواقع المحيط به وإحساسه بمشكلاته وقضاياه واهتماماته أن يلمح الأفكار التي تتناسب مع سياق البرنامج الذي يعده. وتعتبر المتابعة الدائمة لوسائل الإعلام المختلفة، والقراءة للكتب المختلفة، والدراسات التي تقوم بها مراكز البحوث والجامعات.. كل هذه تمثل روافد مهمة لخلق أفكار جيدة لأن الفكرة هي "رأس مال المعد".

ولا بد للفكرة المختارة أن تهم الجمهور المستهدف وتثير انتباهه وتمس مشكلاته، وأن تناسب الفكرة موضوع البرنامج واهتمامات المعد، وأن تكون الفكرة أخلاقية، بمعنى أنها تحترم أخلاقيات المجتمع وقيمه وعاداته.

2- تحديد الغرض:

ويتراوح غرض البرنامج ما بين الإعلام أي تقديم معلومات معينة لجمهور المشاهدين أو لفئة منهم، ويتضح ذلك أكثر من خلال النشرات والبرامج الإخبارية والتثقيف كالبرامج السياسية أو الدينية أو الاجتماعية، أو الترفيه كالبرامج الرياضية وبرامج المنوعات، أو التوجيه والتعليم كالبرامج الصحية أو الزراعية.

3- (البحث العلمي) أو جمع المادة العلمية:

مرحلة البحث العلمي أو جمع المعلومات، وتبدأ هذه المرحلة بعد الاستقرار على الموضوع أو فكرته الأساسية بشكل عام وتحديد الهدف منه، وهي قد تمتد حتى المراحل الأخيرة لتنفيذ البرنامج من خلال الكتب والمراجع والنشرات والصحف وشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت).

4- (كتابة السيناريو):

يعرف كتاب ومعدو البرامج التلفزيونية شكلين للسيناريو التلفزيوني:

أولهما النصوص الكاملة فهي التي تستخدم عادة في البرامج الدرامية، حيث يكون بوسع الكاتب أن يتحكم في كل عناصرها ويحدد كافة تفاصيلها من البداية حتى النهاية.

أما الشكل الآخر فهو النصوص غير الكاملة، وفي هذا النوع لا يستطيع الكاتب أو معد البرامج أن يتحكم في كل عناصر البرنامج، ومن ثم يقتصر المطلوب منه على مجرد تحديد الخطوط الرئيسية للبرنامج والنقاط أو الجوانب التي يلتزم بها الأشخاص المشاركون فيه.

- وقد جرت العادة أن يكتب السيناريو الكامل أو شبه الكامل في شكل عمودين تنقسم الصفحة إلى قسمين أو عمودين على النحو التالي:

**القسم الأول:**

يكون على يمين الصفحة، ويشمل ثلث المساحة فقط، ويخصص للصورة أو المرئيات فإن هذا القسم يشتمل عادة على العناصر التالية:

المناظر والديكورات، والأشخاص وسائر الكائنات الحية، والأكسسورات، وشرح ما يجري من أحداث وحركة، والمادة الفيلمية، والشرائح، واللوحات، وكافة وسائل الاتصال المرئية.

**القسم الآخر:**

يقع على يسار الصفحة، ويشغل المساحة المتبقية وحتى ثلثي الصفحة، ويخصص للصوتيات كالحوار والتعليق والمؤثرات الصوتية والموسيقى الصوتية.

5- الاتصال والتنسيق:

وهي المرحلة التي تعتبر الممارسات النهائية لإعداد البرنامج كالاتصال بالمصادر والتأكيد معهم على ميعاد التصوير، والتنسيق مع فريق العمل كالمخرج ومقدم البرنامج والتواجد في مكان التصوير لمتابعة سير العمل وفقا للطريقة المتفق عليها والسيناريو المكتوب.

**أنواع البرامج التلفزيونيّة**

•الأخبار والبرامج السياسية : البرامج السياسية في عالم الإعلام الفضائي تشغل شريحة كبيرة من المشاهدين في العالم ، وهذه البرامج تشبع حاجة الإنسان إلى الفضول المعرفي السياسي، وتؤجج فيه مواقف محددة يقتنع بها، ثم يقوم بالدفاع عنها. إن ما يميز برامجنا من هذا النوع هو أنها تدافع عن قضايانا الوطنية وتحاول تسليط الضوء على ما تدور من إحداث سياسية للبلاد ، وعلى هذا الأساس تبدو مسؤولية زملائنا في البرامج السياسية الحوارية وغير الحوارية أكبر بكثير رغم تضافر جهود جميع البرامج لإيصال حالة المشهد السياسي وهذه المسؤولية تدفعنا إلى طرح مجموعة تساؤلات حول الأساليب المتبعة سواء كان هناك شفافية أم لم يكن، وسواء كان هناك جرأة أم لم يكن.

•برامج حواريّة: وهي من أكثر البرامج التلفزيونية انتشارا حيث يقسم هذا النوع من البرامج إلى ثلاثة أقسام:

- حوار الرأي : ويعتمد على استطلاع رأي شخصية معينة في موضوع ما.

- حوار المعلومات : ويهدف للحصول على معلومات أو بيانات تخدم هدفا معينا.

- حوار الشخصية : ويستهدف هذا القالب تسليط الضوء على شخصية ما وتقديم الجوانب المختلفة منها للمشاهد، ويعتمد نجاح هذا النوع من البرامج على اختيار الشخصية المناسبة ومدى كفاءة مدير الحوار، وطريقة وضع الأسئلة بحيث تكون مباشرة وبسيطة وفي الوقت نفسه قوية وواضحة، ولا تكون الأسئلة مما يحتمل الإجابة عنه بنعم أو لا، ولكن يفضل اختيار أسئلة تسمح للضيف بأن يخرج إجابات تقريرية أو تفسيرية، ويفضل أن يبتعد المعد عن الأسئلة الإيمائية التي تتضمن في طياتها الإجابة التي يجب أن يرد بها الضيف.ومن المهم أن يستفز المعد الشخصية المجرى معها الحوار بأسئلة تجعله يقدم معلومات جديدة ومشوقة أو آراء مهمة.ويبقى هناك عوامل معينة تساعد على نجاح البرنامج في كل قالب من هذه القوالب، منها جدة وجدية الفكرة، واحتياج الناس للموضوع، وتنوع المصادر وتكاملها بحيث تعبر عن كل الاتجاهات المرتبطة بالظاهرة، ودقة المعلومات ونسبها إلى مصادرها.كما ينبغي التأكيد في النهاية على أهمية أن يقوم المعد بجمع المعلومات الكافية عن الشخصية وعن الموضوع، التي تساعده وتساعد فريق العمل المتعاون معه على إخراج العمل بالشكل الذي يخدم الغرض الذي قام من أجله.

• برامج كوميديّة : وهي البرامج التي تختص بمواضيع الاستراحة والمواقف المضحكة والمسلية والتي في النهاية تقصد الكوميديا .

•برامج فنيّة : وهي البرامج التي تقوم على أسس فنية من نشرات إخبار ولقاءات ومتابعة أخر الإخبار والمستجدات الفنية .

•برامج تثقيفيّة : وهي برامج التوعية والإرشاد التثقيفي .

•برامج أطفال : وهي البرامج التي تختص بالطفل من متابعة ودراسة لان الأطفال هم أكثر فئات الجمهور حساسية، ويتعين إن يتم إخضاع كافة البرامج الموجهة لهم للبحث والدراسة قبل بثها .

•المسلسلات و الدراما .

•برامج رياضيّة .

•برامج دينيّة .

•الوثائقي .

**إدارة إنتاج البرامج التلفزيونيّة**

من هو مدير الإنتاج و ما هي مسؤوليّته في إنتاج البرامج التلفزيونيّة؟

مدير الإنتاج Production Manager : هو الشخص الذي يحمل المسؤولية الإدارية والمالية للبرنامج التليفزيوني من لحظة اكتمال النص لحين ظهور العمل للناس ، ثم يمتد عمله بعد ذلك حتى يتم صرف جميع المستحقات الخاصة بالبرنامج وإغلاق جدول الميزانية تماماً .

متطلّبات إنتاج البرنامج التلفزيوني

1. الفكرة الأساسيّة .
2. الإعداد .
3. المستلزمات التقنيّة .
4. الفريق التقني .

**المستلزمات التقنية**

•استديو (كاميرات، إضاءة، تجهيزات صوت، ديكور، إكسسوار، ...) : هو المكان المخصص لإنتاج البرامج التليفزيونية المختلفة وبثها إلى جمهور المشاهدين ويتم تصميمه بمواصفات معينة ، بحيث يكون محكم العزل الصوتي ويشتمل على كل الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لإنتاج البرامج التليفزيونية .

•غرفة الإخراج (ميكسر صوت، ميكسر صورة، ميكسر إضاءة، CCU، CG، غرفة اتصالات، Prompter، Intercom، VTR، ...) : وهي غرفة صغيرة ولكنها تعد بمثابة الجهاز العصبي للإنتاج التليفزيوني ويفصلها عن البلاتوه حاجز زجاجي بحيث يمكن للمتواجد فيها إن يشاهد ما يحدث في البلاتوه وليس العكس وتحتوي غرفة التحكم على ثلاث وحدات تحكم وهي وحدة التحكم في الصوت ، ووحدة التحكم في الصورة ، ووحده التحكم في الإضاءة ، كما يوجد فيها عدد من شاشات مشاهدة تليفزيونية تسمى ( مونيتور Monitor ) يتصل كل منها بمصدر معين للصورة . إما مفهوم البلاتوه أو الأستوديو الداخلي فهو ( عبارة عن قاعة كبيرة المساحة ويتم فيها تصوير الموقف التعليمي أو استضافة المشاركين بالبرنامج يطلق عليه أيضا الأستوديو ويوجد فيه من 3-5 كاميرات أو أكثر وقطع الديكور والأثاث والإكسسوار اللازم وكل مايلزم التصوير ويعد مكاناً معزولاً صوتيا عن كل شي خارجه ) .

•غرا فيكس .

•موسيقى .

•مستلزمات للتصوير الخارجي (كاميرا، صوت، إضاءة، ...) .

•غرفة توليف .

**حركات الكاميرا:**

تلتقط كاميرا التلفزيون المناظر والمشاهد المراد تصويرها، إمَّا وهي

ثابتة في مكانها على الحامل أو هي متحركة أو متنقلة من مكانها.

وحركة الكاميرا وهي ثابتة على حاملها نوعان:

1. اللقطة الاستعراضية (Panorama):

وهي حركة أفقية تتم فيها متابعة حركة المنظور أو الشيء المراد تصويره أو استعراض المنظر بشكل عام، وتكون هذه الحركة من اليمين إلى اليسار أو العكس، وقد تكون بطيئة أو متوسطة أو سريعة حسب مقتضيات الحال.

2. اللقطة الرئيسية (Tilting):

تكون الكاميرا ثابتة على الحامل ولكنها تقوم بحركة رأسية على محورها أثناء التصوير، لمتابعة حركة المنظور أو الشيء المراد تصويره في حركته من أعلى إلى أسفل أو العكس، وقد تكون بطيئة أو متوسطة أو سريعة.

أمَّا حركات الكاميرا التي تنتقل فيها الكاميرا من مكانها، فهي أنواع ثلاثة:

1. الحركة المقتربة و الزاحفة إلى الأمام (Dolly in).

2. الحركة المبتعدة أو الزاحفة إلى الخلف (Dolly out).

3. الحركة المصاحبة (Traveling - Tracking).

عدسة الزوم (Zoom):

الزوم هي حركة أشبه بحركة الاقتراب والابتعاد، وإنْ كانت الكاميرا لا تتحرك فيها، إنَّما بوساطة (عدسة خاصة) هي ما تسمَّى بالعدسة الزوم(Zoom Lens) أو العدسة متغيرة البعد البؤري، وهي عدسة يمكن تغيير بعدها البؤري بسرعة أثناء التصوير دون توقف أو قطع، بحيث يتغير حجم اللقطة عند عرضها على الشاشة من اللقطة العامة إلى اللقطة الكبيرة في حالة (Zoom in) أو من اللقطة الكبيرة إلى اللقطة العامة في حالة ( Zoom Out ) .

اللقطات:

هناك أنواع كثيرة من لقطات الكاميرا، ولكل لقطة معناها التي تعبِّر عنه، ولذلك لا بُدَّ للمخرج والمصور ومن قبلهما كاتب النص (Script Writer) أنْ يتوخى الحذر في اختيار اللقطات المناسبة المعبرة عن مضامين نصه التلفزيوني. ومن هذه اللقطات:

1. اللقطة التأسيسية (Establishing Shot)

2. اللقطة المكبرة (Close up)

3. اللقطة المكبرة جداً (Extreme Close)

4. اللقطة المتوسطة الكبرى (Medium Close)

5. اللقطة المتوسطة (Medium)

6. اللقطة المتوسطة الطويلة (Medium Long)

7. اللقطة الطويلة (Long Shot)

8. اللقطة الطويلة جداً (Extreme Long)

**وسائل الانتقال:**

أي الانتقال من كاميرا إلى أخرى، وتتمثل فيما يلي:

1. القطع (Cutting)

2. الظهور والتلاشي (Fade in and Fade out)

3. المزج (Dissolve)

4. المسح (Wipe)

5. التطابق (التراكب) (Superimposure)

6. المزج المتطابق (Matched Dissolve)

7. المزج عن طريق تغيير البعد البؤري (Out of Focus – In Focus)

**استديو التلفزيون:**

لا بُدَّ للمخرج وكاتب النص وكل فريق الإنتاج التلفزيوني أنْ يكون ملماً بهندسة الاستديو التلفزيوني وأنواعه وخصائصه وأجهزته وملحقاته، ومن هذه:

1. البلاتوه [استديو التصوير].

2. الغرفة الفنية (Control Room)

3. مراقبة الصوت

4. مراقبة الكاميرا (Camera Control)

5. أجهزة الرؤية (Monitors)

6. التليسنما (Telecinema - Telescene)

الإضاءة:

من أهم عناصر الإنتاج في التلفزيون، وهي التي تعتمد عليها جودة الصورة التلفزيونية (Quality). ولهذا كان من الضروري توفير الإضاءة اللازمة وتوزيعها بشكل مناسب مع مراعاة الأجسام المراد تصويرها (Objects) من حيث الألوان. يجب أنْ تتفق شدة الإضاءة ونوعيتها مع اللقطات والمشاهد المطلوبة، ذلك أنَّ سوء الإضاءة قد يفسد المشاهد واللقطات. وعمل موزع الإضاءة شاق ومضنٍ، يحتاج إلى فهم كامل لمعدات الإضاءة وأنواعها المتباينة، ويجب أنْ يكون على دراية واسعة بالإلكترونيات، خاصة ما يتصل باستديو التلفزيون ومكوناته، وتشغيل الكاميرات، والمايكروفونات، وأنواع التيار الكهربائي.

**الخدمات الإنتاجية:**

وهذه لا يكتمل العمل التلفزيوني بدونها، وتتمثل فيما يلي:

1. الديكور.

2. الإكسسوار.

3. الماكياج.

4. وسائل الإيضاح.

5. الأزياء.

6. الأثاث.

7. الخطوط.

**تحرير الصوت والصورة:**

يبدأ إعداد برامج التلفزيون بتلقي الأفكار والمعلومات من مصدرها ليتم تشكيلها حسب نوعية البرنامج، ونوعية جمهور المشاهدين، حيث تتعدد برامج التلفزيون، فهناك الأخبار، البرامج الإخبارية، الثقافية، الاجتماعية، التعليمية، الرياضية، الخاصة، الطارئة، الدينية، الفئوية كبرامج الأطفال والشباب والمرأة. ويتطلب الإعداد التلفزيوني من صاحبه الـ (Script Writer) أو السينارست (Scenarist) القدرة على تجسيد أفكاره ومعلوماته في صور ولقطات ومشاهد مرئية، على اعتبار أنَّ التلفزيون صورة مرئية في المقام الأول، فضلاً عن قدرته في اختيار مكونات النص من كلمات وجمل وفقرات تؤدي المعنى بوضوح. ويعمل معد البرنامج في ظل قيود الزمان والمكان والخصائص التي تميز التلفزيون كجهاز إعلامي غايته توصيل أفكاره ومعلوماته من خلال مخاطبة حاستيْ السَّمع والبصر. فمن الطبيعي أنَّ عليه أنْ يلم بعناصر التعبير التلفزيوني ومعداته، ويختار ما يجسّد مشاهده، لينجح في توصيل مفاهيمه إلى مشاهديه، بل ويستحوذ على اهتماماتهم منذ اللحظة الأولى وحتى نهاية البرنامج باستخدام أساليب التشويق المتعددة.

فالكتابة للتلفزيون كما يقول د. محمد معوّض ليست مجرد تسطير كلمات يلقيها المشتركون في البرنامج، وإنَّما الكيفية التي تظهر بها الصورة واللقطات والمشاهد في قالب واضح محدَّد، يعالج جميع جوانب الفكرة أو الهدف المطلوب في فترة زمنية محددة وأساليب متنوعة، تختلف حسب طبيعة البرنامج التلفزيوني، ونوعيته وإمكانياته والخامات التي يستخدمها. والتحرير بالنسبة للتلفزيون يعني تحرير النص وتحرير الصورة، ويطلق الخبراء على التحرير بالصورة (Editing Films and Video Tapes) ويسميها الباحثون والعاملون في المجال بالتوليف (Editing). وتهدف عملية التوليف إلى تجميع اللقطات الفيلمية أو التجميع الإلكتروني للمادة المصورة لبرنامج معين عن طريق ما يسمى المونتاج (Montage)، وتعني اختيار وترتيب اللقطات المصورة، وفقاً لتسلسلها وترتيبها الموضوعي المطلوب، لخلق تأثير فني مطلوب أو معنى إضافي معين قد يتعدّى المعنى الخاص الذي تعبِّر عنه اللقطات.

**المونتاج**:

يستخدم التلفزيون نوعين من المونتاج: فيلمي، وإلكتروني.

أولاً: المونتاج الفيلمي:

ويعني تقطيع أجزاء الفيلم لإبعاد اللقطات غير المطلوبة أو غير الصالحة، ثم ترتيب وتجميع ما تبقى من لقطات وربطها ببعضها، مع مراعاة تسلسل الموضوع، وفقاً للنص المكتوب. والشخص الذي يقوم بهذه المهمة هو "مؤلف الأفلام"أو المونتير (Montour) بمساعدة معد الفلم.

ثانياً: مونتاج الفيديو (الإلكتروني) :

وهو نوعان:

1. المونتاج الفيديو المباشر :

الذي يتم عند إذاعة البرنامج على الهواء مباشرة من داخل الأستوديو أو بوساطة وحدات النقل الخارجي SNG ، وذلك بوساطة المحول (Switch) الذي يمكننا من اختيار أية إشارة مرئية من الإشارات الداخلة له بسهولة، كما يمكن اختيار الصوت المصاحب للصورة الحية.

ويتولى الفني (Switcher) تنفيذ تعليمات المخرج الذي يتابع الصور واللقطات على الشاشات أمامه أجهزة الرؤية (Monitors) والمتصلة بمصادر الصورة.

2. المونتاج الإلكتروني :

للبرامج المسجلة على شرائط الفيديو (VTR) حيث يتم نقل الفقرات المطلوبة من شريط آخر، ويتميز بالسرعة والدقة، ولكنه يتطلب وحدات عالية الثمن لمونتاج الفيديو (Video Production Apparatus).

ويمكن إضافة المؤثرات الإلكترونية أثناء المونتاج، مثل: القطع، المزج، الاختفاء، الظهور التدريجي.

**فن الإلقاء للإذاعة والتلفزيون:**

تعريفات عدة لفن الإلقاء ومنها :" انه فن نطق الكلام على صورة توضح ألفاظه ومعانيه ، من خلال دراسة مخارج الحروف الأبجدية ومعرفة صفاتها وطبيعتها وخصائصها ووظائفها بغية النطق الواضح والسليم والمفهوم أثناء الخروج من الفم ويساعد في توضيح المعاني ودراسة الصوت ومعرفة طبقاته بطريقة تتيح للملقي أن يلفظه بما يتوافق مع سياق هذه المعاني . مؤكداً أن فن الإلقاء يعتمد على كلية على الشخصية الفردية في الحديث وديناميكية الأداء اللفظي أمام الجمهور ، ولابد لذلك من خطوات تعزز أداء المذيع للمادة بطرق متميزة منها المشاركة في الإعداد والانتقال بين الأفكار الموضوعة بشكل منطقي مبسط وتسلسل ودرامي وسرعة تتناسب مع المضمون ولا تخل بالمعنى .

أضف إلى ذلك النطق السليم عبر الإلمام بقواعد اللغة العربية وآدابها وعلم البلاغة والتدريب المستمر ويكمل هذه المعايير فنون أداء تتمثل بطبقة وحجم صوت المذيع ، والإيقاع وعلامات الترقيم وإدراك الطابع السينمائي والمسرحي . معتبراً أن الهواية وحب الإلقاء هو الشرط الرئيسي لعمل المذيع وخاصة في بادية عمله الإنتاجي ، مشدداً على صقل دائم للموهبة والهواية . وأورد الكتاب نقاط أساسية يضعها المذيع في الاعتبار لأداء متميز موضحاً بشرح مطول مدى أهمية الشكل التعبيري لشخصية المتحدث في الشاشة.

**المقابلة الصحفية :**

الأهمية التي صارت تكتسبها المقابلة كفن تلفزيوني تشترط وقوف المنفذ أمام محطات هامة أبرزها اختيار الموضوع وتحديد هدف المقابلة واضطلاع المذيع بواجبات ومهام التمثيل لوسيلة إعلامية وطبيعة سير المقابلة واختيار الشخصية المستضافة وصلتها بالموضوع لتعزيز الثقة بالإقناع . **أنواع المقابلة** المتمثلة بالتعريفية ومتابعة الأخبار والمستجدات واستقصاء أراء وتطلعات ووجهات نظر الناس أو الشارع ومقابلة رجال الفكر والسياسة والمختصين وجميعها يرتبط نجاحها بمدى استيعاب قواعد الحوار والإعداد الكافي وأداء المذيع وقدرته في التنظيم والإدارة .

**الندوة التلفزيونية :**

تعريفات للندوة التلفزيونية التي تعد من الفنون التحريرية الاجتماعية بطبيعتها وحيث لا تكتفي بالإدلاء بالحقائق والإفصاح عن الثوابت عن طرق النقاش المستفيض مع ضيوف البرنامج بل تتعمق في التحليل وتشكيل وضع قضايا محددة تبقى على الدوام في محور الحديث طيلة اللقاء. أن هذا البرنامج يتطلب في جوهره تحديدا دقيقا لمادة الحوار وحسن اختيار المشاركين ووضع سيناريو الحديث للبرنامج لكي يسير بطريقة سهلة ومقبولة ونقاش مفيد يعكس لغة المعاشرة المشتركة بين ضيوف البرنامج في ظل سيطرة محكمة لمدير الندوة على كل الخيوط وبأسلوب جذاب وممتع يترك انطباع متميز للمتابعة المستمرة والفائدة المرجوة من البرنامج .

**خطوات صناعة البرنامج التلفزيوني**

خطوات موجزة لصناعة برنامج تلفزيوني

تمر عملية صناعة البرنامج التلفزيوني بثلاث مراحل أساسية:

1.مرحلة ما قبل الإنتاج.

2. مرحلة الإنتاج.

3. مرحلة ما بعد الإنتاج.

**المرحلة الأولى: مرحلة ما قبل الإنتاج**

وهي فترة التحضير، ومعاينة المواقع، وتشمل العناصر الآتية:

1. اختيار الفكرة وتحديدها: وأهم عناصرها أن تكون جديدة، ومبتكرة، جذابة، بسيطة غير معقدة، تلامس الواقع، تراعي قيم المجتمع، تخدم الهدف.

2. الإعداد: وهو يشمل البحث المعلوماتي والميداني، وحصر كافة المستجدات حول الموضوع، والعمل على ابتكار ما هو جديد.

3. إعداد خطة العمل: وتشمل الفكرة الرئيسية، اسم البرنامج، نوعه، القالب الفني، المقدمين، الضيوف، المواضيع، الفقرات، المدة، عدد الحلقات، الجمهور المستهدف، جدول الإنتاج الزمني، الموازنة العامة أو التفصيلية.

4. كتابة السيناريو: وفيه يتم التخيل الكامل لشكل البرنامج بكامل عناصره مكتوباً على الورق، تماماً كأنك تراه على الشاشة، ويشمل النص والصوت والصورة والمؤثر والنقلة والمشهد.

**المرحلة الثانية: مرحلة الإنتاج**

**وهي مرحلة التنفيذ الفعلي وتشمل:**

1. إعداد الموقع والديكور وتحديد كوادر التصوير.

2. تخطيط وتصميم وتنفيذ الإضاءة التي تسهم في بناء المشهد البصري، وإثراء لغة البرنامج، وتحقيق أهدافه.

3. تنفيذ عملية التصوير: وهي لغة التلفزيون في التعبير عن الرسالة الإعلامية أو الفنية، وهو الفن الذي يقوم بجذب انتباه المشاهد والسيطرة على حواسه، ويهدف التصوير الناجح المتميز إلى خلق رؤية مؤثرة وجذابة لموضوع التصوير والشيء الذي نصوره، وليس مجرد التعرف عليه أو نقل صورته، لأن قوة البرنامج وإمتاعه وتأثيره لا تأتي مما نصوره بل كيف نصوره.

4. وفي تنفيذ عملية التصوير تبرز مهنية المخرج ولمساته الساحرة في استخدام عناصر اللغة البصرية، للتعبير عن رسالة البرنامج وأهدافه.

\* مثال: اختلاف زاوية التصوير:

على سبيل المثال فإن زاوية التقاط الصورة في الكاميرا بارتفاعها وانخفاضها تعطي معاني مختلفة، ومن ذلك مثلاً:

أ. اللقطة ذات الزاوية المنخفضة للشخص تظهره أكثر طولاً وجلالاً وقوة، وتعزز من سيطرته داخل اللقطة.

ب. اللقطة ذات الزاوية المرتفعة، حيث توضع الكاميرا أعلى الشخص المصوّر تظهره أقل من حجمه الطبيعي، وتعطي ظلالاً من ضعف الموقف والهزيمة.

وهكذا في سائر أدوات اللغة البصرية المعبّرة في صناعة التلفزيون.

**المرحلة الثالثة:مرحلة ما بعد الإنتاج**

وفي هذه المرحلة تجري العمليات الآتية:

1. تفريغ اللقطات المصورة، وفهرستها وتصنيفها والاختيار من بينها.

2. تنفيذ المونتاج، بجمع اللقطات المطلوبة في سياق متتابع حسب السيناريو.

3. تسجيل نص التعليق.

4. تسجيل المؤثرات الصوتية والموسيقى التصويرية.

5. مزج الصوت.

6. استخدام الجرافيك، مثل كتابة أسماء المتحدثين.

7. النسخ.

8. البث.

ويلاحظ أن كل عنصر من هذه العناصر له قواعد فنية وإبداعية خاصة، ولغة أداء مميزة، تصنع الفرق بين مخرج ومخرج، وبرنامج وبرنامج.

**خطوات إعداد البرنامج التعليمي المبرمج**

إن إعداد برنامج تعليمي مبرمج لموضوع أو وحدة دراسية يتطلب جهدا من المعلم أو المبرمج، وفيما يلي موجز لهذه الخطوات:

1. تحديد الفئة المستهدفة:

إن تناسب أي مهمة وانسجامها مع مستوى الطلاب ضرورة هامة لنجاحها وتحقيق أهدافها، وعلى المعلم أن يأخذ في اعتباره المستوى التحصيلي و الإنمائي للطلاب الذين سيعد لهم البرنامج وذلك حتى يكون بمقدورهم التعامل معه والتعلم من خلاله.

2. استعراض محتوى المادة الدراسية وتحديد الموضوع المناسب للبرمجة:

على المعلم أن يتفحص بدقة المقرر الدراسي ليحدد أيا من موضوعاته يحتاج لتعليم مبرمج وأيها يحتاج لتدريسه طرقا تعليمية أخرى .

3. تحديد الأهداف وصياغتها سلوكيا:

يعتبر تحديد أهداف البرنامج التعليمي المبرمج وصياغتها سلوكيا من أهم مراحل إعداد البرنامج وذلك لأسباب عديدة، أهمها:

* لأن تحديد الأهداف يساعد المعلم على تحديد عناصر أو مكونات البرنامج.
* لأنها ترشد الطالب وتوجهه إلى التقاط الأفكار الأساسية .
* لأن صياغة الأهداف تحدد للمعلم معايير النجاح التي ينبغي على ضوئها الحكم على درجة تعلم الطالب.
* إن الصياغة السلوكية للأهداف تساعد المعلم على ملاحظتها وقياسها.

مع تمنياتي لكم بالنجاح الدائم