

ملخص الإذاعة والتلفزيون

- يعتبر القرن العشرين هو قرن الإعلام لظهور أغلب وسائل الإعلام فيه (الإذاعة والتلفزيون والإنترنت).
- الظهور المتعاقب والتطور التكنولوجي للوسائل الإعلامية لم يبلغ الوسائل السابقة في الظهور، فالتلفزيون لم يبلغ الإذاعة والإنترنت لم تلغ التلفزيون.

* تواريخ مهمة:

- 1890 = بداية تجارب البث الإذاعي.
- 1901 = أول تجربة بث إذاعي ناجحة... (ماركوني).
- 1920 = أول محطة إذاعية ناجحة بإشراف المهندس (فرانك كونراد).
- 1924 = أول هيئة إذاعية بريطانية (BBC).
- 1930 = تحولت الإذاعة إلى وسيلة اتصال جماهيرية (دعاية وإعلام).
- 1939 = الاستفادة من الإذاعة في تشويه الحقائق في الحرب العالمية الثانية (جولز).

* ظهور الإذاعة العربية :

- 1- في العالم العربي:
(1925 = الجزائر) . (1925 = مصر) . (1928 = المغرب) . (1936 = تونس) . (1941 = سوريا).
- 2- في الخليج العربي:
(1949 = السعودية) . (1951 = الكويت) . (1968 = قطر) . (1969 = الإمارات) . (1970 = عمان).

* شروط تحول الإذاعة من وسيلة تكنولوجية إلى وسيلة إعلامية:

- 1- التطور التكنولوجي مما يسهل النقل والاستقبال.
- 2- إنتاج أجهزة رخيصة الثمن وفي متناول الناس.
- 3- تنوع مضامين برامج القنوات.
- 4- توضيح آلية التمويل المضمونة للإنفاق على الإذاعة.
- 5- تنظيم موجات الراديو بين الإذاعات.
- 6- وضع قوانين تنظم عملية توزيع الموجات.

= أقر الكونغرس الأمريكي عام (1926) قانونا يفيد بتحول الإذاعة من تكنولوجيا إلى وسيلة اتصال جماهيرية ويتضمن :

- الموجات الإذاعية هي ملك للشعب.
 - الحكومة هي التي تنظم الموجات الهوائية.
- = وفي عام 1934 صدر قانون يعطي لجنة الاتصال الفيدرالية الحق في إصدار التراخيص.

* مصادر تمويل الإذاعة:

- 1- التمويل الحكومي (الاحتكار).
- 2- نظام الرسوم (شراء جهاز).
- 3- نظام الوقف (لم ينجح).

4- الإعلان التجاري (بدئ تحقيق الأرباح).

* العصر الذهبي للراديو (الثلاثينات والأربعينات).. تميز بالآتي:

- 1- تنوع البرامج الإذاعية (أخبار، تسلية، كوميديا، موسيقى، دراما، رياضة، حوارات سياسية..).
- 2- استخدام الراديو كوسيلة إعلان (تمويل هائل).
- 3- استخدام الراديو كوسيلة إقناع في الانتخابات.

* الراديو والصحافة:

- هدد ظهور الراديو وسائل الإعلام المطبوعة ، ولكون الإذاعة أنية ومجانية فقد نافست الصحافة مما جعل الصحافة تقاضي الإذاعة في المحاكم لمنع نشر أخبارها في الإذاعة ، ولكن المحاكم رفضت الدعوى بحجة أن لا أحد يمتلك الخبر.
- عاد الناس إلى الصحافة لكونها تعطي أخبارا مفصلة أكثر من الإذاعة مما أعطى الإذاعة استقلالية عن الصحافة.
- الإذاعة استقطبت المعلنين أكثر من الصحافة لمميزاتها التي لا تتوفر في الصحافة مما قلل دخل الصحافة من الموارد الإعلانية.

* الراديو والتلفزيون:

- انخفضت عائدات الراديو بشكل ملحوظ بسبب ظهور التلفزيون كجهاز إعلاني ترفيهي جديد مما هدد باختفاء الإذاعة.
- تبنت الإذاعة سياسة إعلانية تمثلت في:
 - 1- خفض أسعار الإعلانات مقارنة بالأسعار العالية لإعلانات للتلفزيون.
 - 2- تطوير المضامين لاستقطاب المستمعين وبالتالي المعلنين.
 - 3- تحويل الراديو من القومية إلى المحلية أحدث تحولا في المضامين من العمومية إلى الخصوصية.
 - 4- تحسين استقبال المحطات الإذاعية عبر موجة (FM) الخفيفة المضامين.

* مميزات الراديو مقابل التلفزيون:

- 1- سهولة الحمل والاستخدام.
- 2- الشعبية الكبيرة للراديو بسبب كثرة محطاته الناتجة عن انخفاض تكاليف التأسيس.
- 3- استحوذ الراديو على 11% من دخل الإعلانات.

* اختراع التلفزيون وتطوره بالتوازي مع الراديو:

- الأمريكي (فيلو فرانسورث) = استنبط طريقة نقل الصورة بالهواء.
- المهاجر الروسي (فلاديمير زوركيل) = اخترع جهاز الأيونوسكوب عام 1923 في أمريكا.
- اعتمد مضمون برامج التلفزيون في بداية الأمر على الراديو والصحافة وقام بإضافة الصورة فقط.
- استقطاب الفنانين للظهور في التلفزيون بدلا من الراديو.
- تقديم الدراما الحية والمسابقات التي تفوقت على الراديو.
- ظهور المسلسلات الدرامية والتي لاقت إقبالا جماهيريا كبيرا خصوصا بعد اختراع أشرطة الفيديو كاسيت.
- التحول في مضمون النشرات الإخبارية وظهور برامج التوك شو.

- (تيد تورنر) واستحداث شبكة (CNN) سنة 1980 للأخبار على مدى 24 ساعة ودورها البارز في حرب الخليج.

* علل : صمود الراديو أمام التلفزيون إعلانيا ؟

- يمكن تجنب الإعلانات التلفزيونية بواسطة الريموت كونترول على خلاف الراديو.
- المميزات التي يوفرها البث الإذاعي (FM).

* التلفزيون وتكنولوجيا الاتصال الحديثة:

- الدمج بين التلفزيون والكمبيوتر والتلفون لتشكيل التلفزيون التفاعلي (Interactive TV).
- تطوير التلفزيون الكابلي (Cable TV) 1950 لإيصال البث للأماكن التي يصعب وصوله إليها مقابل اشتراكات.
- الإرسال التلفزيوني الأرضي (قبل الأقمار الصناعية) وعدم فاعليته في وجود التضاريس المرتفعة.
- البث الفضائي عبر الأقمار الاصطناعية استعمل في منتصف الستينات، وذلك بهدف استقبال وإرسال الموجات التلفزيونية، ويتميز بتخطي العوائق الجغرافية التي كانت تعيق البث الأرضي.

* عناصر البث الفضائي للمنازل (5) عناصر:

- 1- مركز البرامج (الاستوديوهات) ، 2- مركز الإرسال (إرسال البرامج على شكل موجات رقمية إلى القمر الصناعي)، 3- قمر البث (استقبال الموجات الرقمية وإعادة بثها إلى الأرض) ، 4- الدش (يستقبل الموجات الرقمية ويحولها إلى الريسيفر) ، 5- الريسيفر (يعيد فك شفرات الموجات ويحولها إلى موجات عادية يتعرف عليها التلفزيون ويقوم بعرضها كبرنامج مباشر).

* الكمبيوتر وأثره في وسائل الإعلام:

- استخدم الكمبيوتر في المونتاج الرقمي.
- استخدم الكمبيوتر في البث الرقمي.
- ساهم في ظهور التلفزيون التفاعلي عبر (رسائل sms ، قنوات الدردشة ، ظهور التلفزيون عند الطلب).

* التلفزيون فائق القدرة:

- يعتمد على تحول التكنولوجيا الرقمية.
- يتميز بجودة عالية للصوت والصورة بسبب زيادة عدد خطوط الشاشة (تكنولوجيا يابانية في أوائل الثمانينات).

* تكنولوجيا البث الفضائي العربي:

- عربسات (1985 و1987): تاسع قمر صناعي عالمي من حيث سعة البث.
- نايل سات: يبيت أكثر من 385 قناة بين الحرة والمشفرة.
- الدول العربي لا تصنع أقمارها بل تشتريها أو توجرها من الدول الصناعية مثل فرنسا وأمريكا وألمانيا وبريطانيا واليابان.

- من الأشكال الجديدة للاستقبال التلفزيوني في العالم العربي، استخدام شبكة الانترنت في استقبال القنوات من خلال تقنية ADSL TV وما يسمى بالتلفزيون الرقمي الأرضي والذي يحظى بمعايير الجودة الرقمية من ناحية الصوت والصورة، وبدأ استخدام هذه التقنية في السعودية عام 2006 في الرياض وجدة والدمام.
- والتقنية الثانية هي تقنية IPTV وهي قريبة الظهور والاستخدام.

* الإعلام العربي الفضائي:

- الهيئات الإذاعية: 24 هيئة حكومية و 92 هيئة خاصة.
- القنوات: تعتمد أغلبها على نظام البث المفتوح والبعض منها مشفر.
- التغطية الجغرافية: يغطي البث المنطقة العربية وأوروبا وأجزاء كبيرة من العالم.
- لغة البث: 71% باللغة العربية ، و 27% باقي اللغات.

* القنوات التلفزيونية العربية:

- قناة mbc : أول قناة فضائية عربية خاصة وغير مشفرة تبث من لندن باللغة العربية، تأسست عام 1991.
- قناة art: تأسست سنة 1992 تبث من إيطاليا، قدمت 5 قنوات متخصصة.
- تحظى القنوات بدعم من بعض الحكومات العربية.

* قنوات فضائية عربية منذ انطلاقتها:

- هي قنوات أكثر شمولاً وتطوراً من القنوات المحلية.
- عربية التوجه منذ تأسيسها.
- العاملون فيها من جنسيات عربية.
- تمويلها غالباً من دول أو شخصيات ثرية مثل mbc.
- الدول الممولة لا تتدخل في سياسة القناة إلا عند الضرورة كقطر والجزيرة.

* قنوات تبث من أرض غير عربية:

- بدأت البث من أوروبا مستفيدة من ديمقراطية الدول الأوروبية.
- معظمها ذات طابع ترفيهي ما عدا البعض منها اتخذ الطابع الفكري مثل: المستقلة.

* قنوات فضائية متخصصة:

- تعد لبنان ومصر ودبي أكثر البلدان العربية تنوعاً في عدد القنوات الفضائية المتخصصة.

* قنوات فضائية غير عربية موجهة بالعربية (الإعلام الموجه):

- هي قنوات موجهة تستهدف المواطن العربي برسائل محددة.
- تحاول العديد من القوى الدولية الكبرى الحفاظ على مكانتها الاقتصادية والثقافية عبر هذه القنوات.
- تتسم باستخدام اللغة العربية والاعتماد على هيئات صحفية عربية خالصة.
- بدأت الاستهداف العربي منذ الثلاثينات من القرن العشرين، وزادت بشدة في أحداث 11 سبتمبر.
- من أمثلتها قناة BBC والتي بدأ بثها للدول العربية عام 1938، واتي استحوذت على ثقة المواطن العربي لحياديته ومصداقيته رغم التحفظ على علاقتها بالصراعات العربية الإسرائيلية.
- تمويل ال BBC يأتي من الرسوم التي يدفعها المواطنون ولا تعتمد على الإعلان، وينظم عملها قانون اللائحة الملكية.

- قناة يورونيوز 1997 ، قناة رايميد وغيرها من القنوات.
- قناة إسرائيلية عام 2002 الهدف منها بث صورة حقيقية لإسرائيل.
- قناة الحرة والتي تأسست سنة 2004 ، موجهة للعالم العربي ولا تبث في أمريكا. ومن أهدافها الحد من الشعور المعادي للولايات المتحدة في العالم العربي. وخصصت للحرة ميزانية قدرت ب 652 مليون دولار.

* قنوات فضائية موجهة وناطقة بلغات أجنبية:

- مثل القناة الفرنسية TV5 والقنوات الإيرانية.

* التلفزيون العربي الموجه للخارج:

- هناك مبادرات قديمة لدى القنوات العربية بإطلاق برامج إعلامية كالنشرات الإخبارية بلغات أخرى مثل الإنجليزية والفرنسية.
- تمثل قناة الجزيرة English أهم هذه المبادرات، ومن أهدافها منافسة CNN و BBC في استقطاب الجمهور، حيث نجحت نجاحا باهرا في أوروبا أثناء الحرب على غزة.

* الأطراف الرئيسية في الإعلام العربي:

- مجموعة mbc : أكبر مجموعة إعلامية متكاملة في العالم العربي (إذاعة وتلفزيون وانترنت وصحافة)، يقودها الوليد آل ابراهيم.
- أطلقت مجلة هيا ، وتسعى لإنشاء وحدة للإنتاج السينمائي.
- مجموعة روتانا: أسسها الوليد بن طلال عام 1987 كشركة متخصصة في الأفلام والموسيقى.
- حققت أعلى نسبة عائدات لخدمات الجوال في العالم العربي، وتعتمد على الطرق الحديثة في الترويج والإعلان، وتتألف من مجموعة قنوات فضائية مجانية، وتمتلك أكبر مكتبة أفلام سينمائية ، وتمتلك شركة للإنتاج السينمائي، وتصدر مجلة روتانا الفنية.
- تعمل حاليا على تأسيس أضخم شبكة إذاعية في المنطقة.
- شوتايم: شبكة التلفزيون المدفوع، مقرها دبي وهي متخصصة في الأفلام الغربية والعالمية والتظاهرات الرياضية والكوميديا والأطفال.
- أوربت: شبكة تسوق البرامج التلفزيونية الرياضية والأجنبية بمقابل .
- شبكة الجزيرة: أكبر قناة إخبارية عربية تبث لكل أنحاء العالم تأسست في قطر عام 1996 برأس مال 150 مليون دولار.
- تقوم سياستها على التنوع ولها موقع على النت من أهم المواقع الإخبارية العربية.
- اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري: من أقدم الهيئات التلفزيونية العربية يدير شبكة من القنوات المتنوعة، لها 8 قنوات أرضية وقنوات النيل المتخصصة في مختلف المجالات، بدأت البث لقنوات النيل عام 1998.

* المناطق الإعلامية الحرة:

أولا / المنطقة الإعلامية الحرة المصرية: تأسست عام 2000 م.

- امتيازات المنطقة الإعلامية الحرة المصرية:

- 1- عدم وجود قيود على جنسية رأس المال.
- 2- حرية تحويل الأموال وإعادة تصديرها.

3- حرية الاستيراد دون قيود.

4- حرية تحديد أسعار المنتج ونسبة الأرباح.

5- الإعفاء الكامل من الضرائب.

- أنشطتها ومكوناتها: تتكون من: 29 أستوديو، مراكز فنية للمونتاج، مراكز دوبلاج، مراكز ترجمة، مراكز جرافيكس، مراكز تدريب إعلامي، ورشات، معامل تجميع وطبع، دور عرض سينمائية، مناطق تصوير خارجية .

- الأكاديمية الدولية للعلوم والإعلام: تأسست سنة 2001 ، وهي متخصصة في الإعلان والتسويق والإنتاج الإذاعي والوسائط المتعددة.

ثانيا / مدينة دبي للإعلام: تأسست عام 2001 م.

تمثل منطقة متكاملة للخدمات الإعلامية تملكها دبي القابضة، تعمل بها أكثر من 1000 مؤسسة إعلامية وتحوي 40 قناة فضائية.

مجالاتها: البث الإذاعي والتلفزيوني، الإعلام الجديد، الإنتاج الموسيقي، الطباعة والنشر، الإنتاج السينمائي، التسويق.

ثالثا/ المدينة الإعلامية في الأردن.

* خصائص التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيري:

- 1- يجمع عناصر (الصوت والصورة والحركة) المؤثرة في الجمهور.
- 2- يجذب جميع الفئات العمرية في المجتمع.
- 3- يجذب جميع الطبقات والشرائح في المجتمع.
- 4- أقرب وسيلة للاتصال المواجهي.
- 5- أغلب برامج التلفزيون محلية.
- 6- القدرة على مخاطبة الرأي العام والتأثير فيه.
- 7- يتطلب التفرع له والتركيز لمتابعته.
- 8- السرعة في نقل الأخبار.
- 9- ييسر وصول الإعلام إلى الناس في كل مكان.
- 10- مجانية الخدمة.
- 11- تغيير أنماط التسلية والترفيه.
- 12- سعة الانتشار.
- 13- مخاطبة كافة المستويات الثقافية والتعليمية.
- 14- القدرة على تحديث المعلومات والمتابعة.
- 15- المصدقية والقدرة على الإقناع.
- 16- الاعتماد على الحديث وليس على النصوص.
- 17- الحيادية بالنسبة للظاهر على الشاشة.
- 18- الاستحواذ على المشاهد.
- 19- التكرار وإعادة تقديم البرامج أكثر من مرة.

* وظائف التلفزيون في الوطن العربي:

- 1- الترفيه والتسلية.

- 2- الإخبار.
- 3- الإعلان.
- 4- الوظيفة السياسية والدعاية للأنظمة السلطوية.
- 5- الوظيفة التوعوية والتثقيفية.

* سلبيات التلفزيون في الوطن العربي:

- 1- تكريس العقلية الاستهلاكية.
- 2- تكريس النزعة الفردية على النزعة الجماعية.
- 3- تكريس ثقافة العنف.
- 4- تكريس الفكر الخرافي والعام على حساب الفكر العلمي والعقلاني.
- 5- تكريس مرجعيات ثقافية معينة على حساب أخرى.
- 6- تكريس الانبهارية والتبعية للآخر وإنتاج شخصية غير مستقلة.
- 7- تكريس الخمول الذهني مما سبب هجرة الكتاب.
- 8- إثارة الأبعاد الغريزية للفرد.

* الإذاعة في الوطن العربي:

- مرت الإذاعة في العالم العربي بثلاث مراحل هي:
 - 1- فترة الاستعمار : حيث استخدمت الإذاعة بهدف التبشير ونشر ثقافة المستعمر في المستعمرات.
 - 2- فترة ما بعد الاستقلال إلى التسعينيات: استعملت الإذاعة كوسيلة للتنمية .
 - 3- فترة ما بعد التسعينيات: حيث ظهرت إذاعات FM وأتيح للقنوات المحلية البث من خلالها.

* خصائص الإذاعة في الوطن العربي:

- 1- سيطرة الدولة على الإذاعة: للاعتقاد بقوة تأثير الإعلام، فكانت الإذاعة أكثر الوسائل حضوراً في المجتمع نظراً لقلّة تكاليف جهاز الراديو وإمكانية الوصول إلى كافة الشرائح المتعلمة والامية. فأمكن استغلالها بذلك للتأثير السياسي وتغيير السلوك الاجتماعي.
- 2- الطابع المركزي للإذاعة: كانت الإذاعة مركزية حتى حدود التسعينيات ثم ظهرت الإذاعات المحلية.
- 3- كانت الإذاعة ولا تزال وسيلة لمخاطبة العالم الخارجي: استحداث قنوات إذاعية موجهة للخارج ناطقة بعدة لغات.

مستويات وأصناف الإذاعة في العالم العربي:

- 1- الإذاعة المحلية: تهتم بشؤون المواطن المحلي.
- 2- الإذاعة الوطنية الجامعة: تتوجه إلى كافة مناطق الدولة ومواطنيها.
- 3- الإذاعة المتخصصة: ثقافية ، اقتصادية ، دينية ،... إلخ.
- 4- الإذاعات العربية: تتوجه إلى الجمهور العربي.

العوامل التي ساعدت على تطور الإذاعة في العالم العربي:

- 1- الاستفادة من التحولات الإلكترونية في مجال الإعلام.
- 2- تطور السوق الإعلانية ومستوى الإنفاق الإعلاني في العالم العربي.
- 3- تميز الإذاعة بقانون القرب أي أقرب المواضيع المطروحة من اهتمامات الناس.
- 4- ظهور قنوات FM وإمكانية بث القنوات المحلية عن طريقها.
- 5- تراجع الدولة عن السيطرة الكاملة على المجال الإذاعي.
- 6- تراجع تكلفة البث على موجة FM.
- 7- تطور السوق الإعلانية مع العولمة.
- 8- ظهور ثقافة سياسية جديدة قائمة على الموسيقى والانفتاح على العولمة الثقافية.
- 9- الاهتمام بمجال الاستثمار الاقتصادي في الإعلام.

تأثيرات ظاهرة FM في الإعلام:

- 1- ساعدت على استحداث وظائف جديدة للتسليّة واستقطاب الجمهور ومقاومة تأثير التلفزيون.
- 2- تعزيز مشاركة الجمهور مع الإذاعة في البرامج التفاعلية.

تعريفات الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني:

- هو عملية إدارية إبداعية تهدف إلى تحويل مجموعة من الأفكار إلى مجموعة من الصور والاصوات ووضعها في قالب فني شيق سهل التأثير على الجمهور.
- وهذه العملية تحتاج إلى تكاتف الخبرات في شتى المجالات الإدارية والفنية والتسويقية .. إلخ.

صفات ومميزات القائم بالإنتاج الإذاعي:

- 1- الموهبة.
- 2- الرغبة في التجديد والابتكار.
- 3- القدرة على العمل في الفريق.
- 4- المثابرة.
- 5- الثقافة العامة.
- 6- الثقافة المتخصصة.

مراحل وخطوات الإنتاج الإذاعي:

- 1- اختيار الفكرة المناسبة.
- 2- إجراء البحث.
- 3- نتائج البحث.
- 4- وضع السيناريو المبدئي.
- 5- وضع خطة الإنتاج.
- 6- التصوير أو التسجيل.
- 7- عملية المونتاج.

● اختيار الفكرة المناسبة:

- مناسبتها للوسيلة الإعلامية (إذاعة أو تلفزيون)، وإمكانية دعمها بالصورة للتعبير عنها.
- ملائمة الفكرة لعادات وقيم الجمهور المستهدف قبل طرح الفكرة في الوسيلة الإعلامية.
- اختيار الجمهور ومراعاة حاجته وحجمه وخصائصه.

- إجراء البحث:
- البحث الخاص بموضوع وفكرة البرنامج. (جمع معلومات عبر وثائق مطبوعة أو مسموعة أو مرئية أو ميدانيا عبر المقابلات المختلفة).
- البحث الخاص بالموضوعات الفنية الإدارية. (وهي من مهام الجهاز الفني).
- نتائج البحث:
- وهي عملية غربلة وانتقاء المعلومات المتعلقة بفكرة البرنامج.
- وضع سيناريو مبدئي:
- عملية وضع عناصر السيناريو الرئيسية (الصوت والصورة) وتشمل المكان والديكور ..إلخ.
- وضع خطة الإنتاج:
- وهي ورقة عمل يقدمها المسؤول عن البرنامج لرؤسائه تشتمل على تفاصيل البرنامج الدقيقة من الاسم المقترح وحتى المونتاج النهائي.
- * أنواع الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني:
- تقسيم ريتشارد اسبينول: 1- برامج الكلمة المذاعة ، 2- الموسيقى .
- تقسيم تقليدي متداول في المحطات الإذاعية والتلفزيونية:
- 1- البرامج الإخبارية ، 2- البرامج الترفيهية ، 3- البرامج التثقيفية ، 4- الإعلانات.
- تقسيم برامج التلفزيون بالنسبة لاتحاد الإذاعات والتلفزيونات العربية:
- 1- البرامج الدرامية ، 2- البرامج الثقافية ، 3- البرامج الترفيهية والمنوعة ، 4- برامج الخدمات والسلوكيات ، 5- البرامج السياسية والإخبارية ، 6- البرامج الدينية ، 7- الإعلانات ، 8- البرامج التعليمية ، 9- برامج أخرى (كالرسوم المتحركة والرياضة).

* التلفزيون كوسيلة إخبارية:

- الخبر: هو سرد لحدث حقيقي وقع في العالم الفعلي، وذلك عبر تقرير منصف متوازن وموضوعي وفق قيم ومعايير إخبارية معينة.
- تعريف ماجي الحلواني: هو معلومات جديدة تدور حول حدث ما جرى في العالم القريب أو البعيد يتم نقلها بدقة وأمانة وموضوعية بدون تحيز أو تضخيم.
- تعريف جون لي: هو ليس وصفا للواقع وإنما هو استعادة مقبولة اجتماعيا لذلك الواقع.

* أنواع المضامين الإخبارية:

- 1- نشرات الأخبار.
- 2- التحليلات الإخبارية (شرح وتفسير).
- 3- برامج الشؤون الجارية (تقديم برامج الحديث والمناقشة).
- 4- التعليقات الإخبارية (تقديم الرأي ووجهات النظر). وأهم ما يميزها هي الدعوة للاعتناق رأي معين في تفسير حدث أو قضية معينة مطروحة.

* المراحل التي يمر بها الخبر:

- جمع الخبر – اختيار الخبر- كتابة الخبر – إعداد النشرة بترتيب يلائم سياسة القناة الإعلامية.
- يميل الجمهور إلى الثقة في الأخبار التلفزيونية أكثر من الأخبار المكتوبة لتوفر عنصر الأنية في التلفزيون.
- يمكن أن يتضمن الخبر التلفزيوني تحيزا في الصورة ولكن يبقى التلفزيون متفوقا على بقية وسائل الاتصال الجماهيري، خصوصا في أوقات الأزمات والحروب.

* التلفزيون كوسيلة إخبارية:

المصدر: موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي (www.al-raeed.net/training)

- حسب دراسة أمريكية حول أكثر المصادر الإخبارية تفضيلاً جاء التلفزيون في المرتبة الأولى ثم الصحف ثم الإذاعة ثم المجالات في المرتبة الأخيرة.
- وفي دراسة أخرى حول المؤسسات الحاكمة في أمريكا جاء التلفزيون في المرتبة الرابعة بعد البيت الأبيض ورجال الأعمال ومجلس الشيوخ.
- وترجع أهمية التلفزيون في أنه يوفر أفضل جو لاستقبال الخبر (صوت وصورة).
- *من مستجدات صناعة الأخبار التلفزيونية :
 - ظهور قنوات إخبارية تبتث يومياً على مدار الساعة.
 - ظهور مزيج من مفهوم الترفيه والإعلام infotainment ويعني معالجة الأحداث بأسلوب ترفيهي باستخدام الجرافيك والمؤثرات الصوتية.
 - ظهور أخبار التابلويد للأحداث المثيرة (جرائم ، فضائح ، ..إلخ)
 - توافر المواد الفيلمية المصاحبة للخبر مما يجذب المشاهد.
 - اختراع جهاز التحكم عن بعد مما سهل عملية الانتقال بين القنوات عند الملل.

* تطبيقات الإعلام الجديد في مجال التلفزيون:

- عند دراسة المواقع الإعلامية والتي هي امتداد للقنوات التلفزيونية يراعى تحليل الأبعاد التالية:
 - 1- من الناحية التقنية : يسمح الانترنت ببث البرامج التلفزيونية بواسطة التسييل streaming أي مباشرة، أو بواسطة الفيديو عند الطلب video on demand .
 - 2- من الناحية التحريرية : تسمح المواقع الإعلامية للهيئات بواسطة النصوص والمضامين بالتعريف بالبرامج والتفاعل مع الجمهور.
 - 3- من الناحية الاقتصادية : : تسمح المواقع الإعلامية بالبحث عن موارد اقتصادية جديدة من خلال بيع مساحات إعلانية في المواقع والترويج للبرامج.
 - يمكن تصنيف المواقع الإعلامية إلى صنفين:
 - 1- مواقع الواجهة:
 - وهي مواقع بسيطة التطبيقات التقنية والتحريرية وتستخدم النت للتعريف بمضامينها . ومن خصائصها : غياب التطبيقات التفاعلية عنها ، وافتقارها لإستراتيجية اقتصادية.
 - 2- المواقع التفاعلية:
 - وهي مواقع ذات تقنية تفاعلية عالية وتقوم على المقومات التالية:
 - أ- تنوع المضمون.
 - ب- برامج الفيديو والبث الحي والمسجلة.
 - ج- وثائق صوتية في شكل إذاعة (CNN).
 - وتتسم المواقع الإعلامية الإذاعية بعرض مضامين تكميلية كالموسيقى وإحداث التطبيقات التفاعلية كالمدونات والدرشة.
 - كما تقوم إستراتيجيتها الاقتصادية على الإعلان وبيع البرامج الإذاعية وخدمة الهاتف الجوال.
- * تطبيقات الإعلام الجديد في مجال الإذاعة:
 - الانترنت يستخدم الآن في البث الإذاعي ، وللبث الإذاعي 6 أشكال:
 - 1- الموجات الإذاعية.
 - 2- الإذاعة الرقمية.
 - 3- التلفزيون الرقمي.
 - 4- الإنترنت.
 - 5- من خلال آلية podcasting .

6- من خلال الهاتف المحمول.

- وتقوم دراسة المواقع الإذاعية على تحليل الأبعاد التالية:

- 1- من الناحية التقنية: - تستخدم تقنية التسييل بتطابق البث على الانترنت مع بث الإذاعة الحي.
- تقنية podcasting أي تنزيل الملفات الصوتية والاستماع إليها في أي وقت.
- 2- من الناحية التحريرية: إثراء الإذاعة بإضافة الفيديو إلى المقالات النصية ذات البعد الإخباري.
- 3- من الناحية الاقتصادية: تسويق المنتجات الصوتية .

* خصائص المواقع الإذاعية العربية على الانترنت:

- 1- من الناحية الاقتصادية: غياب خدمة التسويق ومحدودية الاعتماد على الإعلان الإلكتروني.
- 2- من الناحية التفاعلية: محدودية التطبيقات التفاعلية كغياب المدونات ومنتديات الحوار والدرشة..

• المواقع العربية الأكثر شعبية:

- يهدف قياس جمهور المواقع إلى تحديد أكثر المواقع شعبية وإلى تحديد حجم المستخدمين وأبعاد هذا الاستخدام من عدد الزائرين وعدد الزيارات وعدد الصفحات المشاهدة ومعدل مدة الزيارة .
- هناك مؤسسات مستقلة تقوم بعملية قياس جمهور المواقع مثل ألكسا، وجوجل أناليتيكس.

* التطبيقات الإعلامية للهاتف الجوال في العالم العربي:

- يمكن تفسير محدودية استخدام وسائط الإعلام للهاتف الجوال في الإعلام العربي بالآتي:
- 1- ضعف الاهتمام بالإعلام الجديد.
- 2- الاستثمارات الكبيرة التي يستوجبها الإعلام الجديد.
- 3- ضعف انتشار الشبكات الاتصالية العالية التي توفرها تقنية 3G .

* التلفزيون الجوال كأحد تطبيقات الإعلام الجديد للهاتف الجوال:

- شكل جديد متطور من أشكال التلفزيون المتنقل يحتاج إلى تقنية 3G ، عليه إقبال متزايد من المشتركين على مستوى العالم بمعدل مشاهدة يبلغ 35 دقيقة يوميا.

* خدمة جوال العربية:

- تقدم أربع قنوات إخبارية ، ويمكن تحميل شعارات ورنات وخلفيات منها.

• الإعلام الإذاعي والتلفزيوني العربي (الواقع والتحديات):

- ارتبط تطور ونمو القطاع الإذاعي والتلفزيوني بالنمو السكاني وهناك ما يزيد على 500 محطة تلفزيونية تغطي العالم العربي.
- ارتبط النمو الاقتصادي بالنمو السكان مما زاد من استخدام الوسائل السمعية البصرية.
- الوقت المخصص لمشاهدة التلفزيون في العالم العربي من أعلى المعدلات في العالم.
- من العوامل التي عززت نمو صافي إيرادات الإعلانات التلفزيونية:
- 1- فقدان الدولة في البلدان العربية احتكارها للقطاع السمعي البصري.
- 2- دخول الرأسمال الخاص للقطاع السمعي البصري والذي نافس احتكار الدولة.
- 3- توحيد اللغة ساهم في الوصول الإعلامي للسكان.

المصدر: موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي (www.al-raeed.net/training)

- 4- توجه الجمهور للقنوات الفضائية أفقد القنوات المحلية جمهورها.
- 5- اهتمام الباحثين الإعلاميين العرب بالقنوات الفضائية أكثر من المحلية.
- ولا زالت الإيرادات الإعلانية في المحطات الفضائية في تزايد ونمو.

- انعكاسات انتشار الفضائيات على المحليات والإعلام عن قرب:
- دخول القنوات الفضائية ذات الملكية الخاصة والمرتبطة بنمو المشهد الإعلامي العربي، وعلى عكس القنوات التي تمولها الدولة ستركز القنوات الخاصة على الإعلان لضمان استمراريتها مما سيزيد من إيرادات الإعلانات التلفزيونية. ولا يتوقع نفس النمو للإعلان في القنوات المحلية التي تبث في نطاق محدود، مما سيسبب تراجعاً في مواجهة ومنافسة وسائل الإعلام الشبكية والفضائية التي تغطي العالم بأكمله.