**محاضرات**

**في مقيـــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــاس:**

**مدخل لعلوم الإعلام والاتصال2**

**مخصصة لطلبة السنة الثانية إعلام وإتصال**

**إعــــــــــــــــــــــــــــــــــــــداد الأســـــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــتتاذ:**

**مبــــــــــــارك زودة**

**الإعلام الإذاعي**

* **تمهيد:**

تعد الإذاعة(من خلال انتشار الراديو)أوسع وسائل الاتصال الجماهيري انتشارا حاليا فالإنسان يستمع إلى الراديو أو المذياع ويستفيد من برامجه المختلفة في أي مكان في العالم دون عائق أو حاجز:في البيت،في السيارة،في المكتب،في الطائرة...إلخ

عد اكتشاف العالم **ماركوني** للراديو عام 1906م نقطة تحول رئيسية في وسائل الاتصال الجماهيري.بعد ذلك أنشئت محطات الإرسال الإذاعي بشكل متسارع، حتى أصبح من الصعب أن تجد دولة في العالم تخلو من محطة للإذاعة.وقد كان جهاز الراديو في البداية كبير الحجم وبسيطا ويفتقر إلى دقة الاستقبال، ولكنه تطور بشكل كبير واستطاعت التكنولوجيا أن تخلصه من كل عيوبه وسلبياته،ليصبح صغيرا وقادرا على الاستقبال بوضوح،ورخيصا. ويعد ظهور الترانزيستور ثورة مهمة في مجال الراديو والإذاعة. وقد احتل الراديو، كوسيلة اتصال سمعية،مكان الصدارة بين الوسائل الأخرى المستعملة في عمليات التثقيف والتعليم والترفيه، حتى أصبح في متناول أيدي كل الناس؛في المدينة والقرية،للتعلم وللترفيه ولسماع الأخبار.

* **أولا: تعريف الإذاعة**

1. **لغة:**

الإذاعة اسم مشتق من الفعل " أذاع"، " يذيع"، " إذاعا " وتعني:"الإشاعة"، بمعنى النشر العام، وذيوع ما يقال, حتى أن العرب قديما يصفون الرجل الذي لايكتم السر انه رجل " مذياع "، فيقال: " فلان للأسرار مذياع وللأسباب مضياع ".

1. **إصطلاحا:**

يعرفها **عبد العزيز شرف** : عبارة عن تنظيم مهيكل في شكل وظائف و أدوار، تقوم على بث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي والتثقيفي و الإعلامي، وذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متناثر يتكون من أفراد وجماعات بأجهزة مناسبة. **(عبد العزيز شرف: مدخل إلى وسائل الإعلام)**

وهذا يعني أن الإذاعة عبارة عن مؤسسة تبث مجموعة من البرامج الإعلامية، والتعليمية، والترفيهية، عن طريق جهاز يسمح بإرسالها في آن واحد

كما يعرفها **محمد منير حجاب** بأنها: أوسع وسائل الإتصال انتشارا وأكثرها شعبية، وجمهور عام بجميع مستوياته، فتستطيع الوصول إليه مخترقة حواجز الأمية، والعقبات الجغرافية والقيود السياسية، التي تمنع بعض الرسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها، كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ تام. **(محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي)**

وهذا يعني أن الإذاعة تخاطب جميع أفراد المجتمع ذلك أنها لا تعرف الحدود إذا قارنها ببعض الوسائل الأخرى.

كذلك يعرفها **فضيل دليو** على أنها: ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بامكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع، ومن ثمة فقد شاركت مع التلفزيون خاصة وسائل الإتصال الأخرى في تقريب الثقافات وتكوين رأي عام عالمي تحاول دول الشمال السيطرة عليه. (**فضيل دليو)**

هذا التعريف يركز على الخدمة أو الوظيفة السياسية التي تمارسها الإذاعة.

من التعاريف السابقة نجد أن الإذاعة كجهاز إعلامي تشتمل على:

1. الإذاعة تنظيم مهيكل في شكل وظائف وادوار.
2. الإذاعة أوسع وسائل الإتصال انتشارا وأكثر شعبية وجمهورها عام.
3. تغطي الإذاعة مجالا جغرافيا محدودا ( الإذاعات المحلية، الإذاعة الجهوية، الإذاعة الوطنية، الإذاعة الإقليمية) كما يمكن لها أن تخرج من نطاق الدولة ( الإذاعات الدولية).
4. تقدم الإذاعة خدمات في طبوع متنوعة ( إخبارية، ترفيهية، تثقيفية اجتماعية، سياسية...).

* **ثانيا: - نشأة وتطور الإذاعة في العالم**

لقد جاء ظهور الإذاعة كنتيجة لأبحاث العلماء المستمرة في الكهرباء والمغناطيسية كبداية لثورة الالكترونيات إلى غيرت بل قضت على أنماط الإتصال التقليدية وأحدثت منعرجا كبيرا في حياة الإنسان، ويمكننا إيجاز نشأة وتطور الإذاعة في النقاط التالية:

1. كانت البدايات الأولى لهذا الاختراع عندما جاء **"ماركوني"** باكتشافه في القرن التاسع عشر ( **1894**) واستطاع إرسال أو إشارة إلى مسافة أربعة أمتار، ثم توالت تجاربه لنظام الإرسال والاستقبال إلى ان تمكن في يوم 14 سبتمبر 1901 من التقاط الإشارة اللاسلكية عبر المحيط.
2. إعتمد ماركوني في إنشاء أعماله على ما توصل إليه من سبقه من العلماء من ذلك أنه إستخدم **نظام (سمويل موريس)** لإرسال واستقبال الإشارة التي توصل إليه قبل 45 عاما، كذلك اعتمد **"ماركوني"** على نظرية **"جيمس ماكسويل"** التي ذكر فيها أن موجات الضوء ما هي في الواقع إلا موجات لقوى كهر بائية مغناطيسية.
3. في عام **1886**، أثبتت أبحاث وتجارب العالم الألماني " **هرتز**" صحة نظرية" **ماكسويل**"، كما انه استطاع الوصول لقياس الموجات وسرعتها، وفي الوقت الذي كانت تجري فيه التجارب لإرسال الإشارات باللاسلكي كان علماء آخرون، يقومون بأجراء التجارب على استخدام اللاسلكي لنقل الصوت البشري بدلا من الإشارات اللاسلكية، ومنهم " فليمنغ" والذي ابتكر الصمام الثلاثي" **(مصطفى محمد عيسى فلاتة: الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم)**
4. **في عام 1906** اخترع **"ذي فورست"** مصباح **"الديود"** فاسحا المجال لتطور التلغراف بسرعة و انتقالها إلى المرحلة الراديوفونية **(مرحلة المذياع الهاتفي)،** ثم استمرت الأبحاث في مجال اللاسلكي والبث الإذاعي لتحسين النوعية والمدى حتى بداية العشرينيات.
5. **سنة 1920** ظهرت أول محطة إذاعية في موسكو، وأول برامج يومية مذاعة من محطة "ديترويت نيوز" في الو.م.أ، وكذا أول حملة انتخابية إعلامية عن طريق محطةKDKA، تبعتها في العام الموالي أول محطة إذاعية تجارية **WBZ** في " **ماساشوستس**".
6. إنتقلت الإذاعة إلى أوروبا، إثر التطور الذي حدث في أجهزة الإرسال والاستقبال و كانت بريطانيا أول دولة أوروبية تنشئ محطة إذاعة، حيث قامت **جريدة الديلي ميل** **Daily** **Mail** البريطانية في 15 جوان 1920 بتنظيم برنامج إذاعي من تشلنسفورد.
7. وفي **ديسمبر عام 1922** تم إنشاء **هيئة الإذاعة البريطانية**) لتبث برامجها من لندن يوميا، وسرعان ما انتشرت محطة الإرسال في كل أنحاء بريطانيا، مما دفع الحكومة للتدخل في أوليناير( 1927 م بإنشاء هيئة الإذاعة البريطانية **British Broadcasting Corporation**- **BBC** وتم حل شركة الإذاعة البريطانية، وتعويض حملة أسهمها من الأفراد، وتحويل كل رأسمالها إلى الهيئة الجديدة.
8. وقد توافر لروسيا إمكانيات إرسال الصوت قبل الحرب العالمية الأولى بوقت قصير، وبدأت أولى المحطات تعمل في موسكو سنة **1914** وبعد انتهاء الحرب بدأت في **1922** إذاعة تجريبية، ولكن الإذاعة المنتظمة لم تبدأ في روسيا إلا في أكتوبر **1924**.
9. وإذا انتقلنا إلى **فرنسا** وجدنا أن القطاعين العام والخاص قد قاما بتطوير الإذاعة، وخاصة بعد الحرب العالمية الأولى، حيث قدم **الكولونيل فرييه** في عام **1921** م) برامج إذاعية من برج ايفل في باريس والذي يبلغ ارتفاعه ألف وستة أقدام، ثم ظهرت في عام **1923** ثلاث خدمات إذاعية حكومية وخاصة.
10. في النصف الثاني **من عام 1923** أصبح في **ألمانيا** محطة إذاعة تقدم برامج منتظمة من برلين.
11. في السنة **نفسها1923** دخلت **استراليا** ميدان الإذاعة الصوتية.
12. ما إن انتصفت سنة **1924** حتى كانت هناك محطة راديو على الأقل، في كل دولة من دول العالم المتقدم.
13. في السنة التالية **1925** أصبح في العالم حوالي ستمائة محطة إذاعة.
14. في سنة **1925** ارتفع عدد المحطات إلى أكثر من الضعف بقليل.
15. في سنة **1960** قفز عدد هذه المحطات إلى أكثر من سبعة آلاف وخمسمائة محطة ولا تكاد توجد اليوم منطقة في العالم لا يغطيها برنامج إذاعي منتظم.

* **ثالثا: نشأة وتطور الإذاعة في العالم العربي**

تعد الجزائر ومصر1925 من أوائل الدول العربية التي عرفت الاذاعة.

1. **الجزائر**: عرفت الجزائر الراديو سنة 1925 عندما قام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة لم تتعد قوتها المائة واط، ثم ارتفعت في سنة 1928 إلى ستمائة واط، وبمناسبة مرور مائة سنة على احتلال الجزائر، افتتحت في سنة( 1929) حقيقية بقوة ( 12 ) كيلوات على الموجة المتوسطة، وفي سنة( 1940 م) أقيمت في مدينة قسنطينة محطتان للإرسال قوة الأولى ( 600 ) واط وقوة الثانية( 250 ) واط وكانت المحطة الأولى تذيع برامج باللغة الفرنسية، أما المحطة الثانية فقد كانت تذيع باللغة العربية.
2. **لبنان**: أول محطة راديو عرفها لبنان أنشأتها حكومة الانتداب الفرنسي في 03 سبتمبر 1938م، وذلك للرد على دعاية ألمانيا النازية الموجهة إلى سوريا ولبنان من القسم العربي بردايو برلين. فقد قام"راديوأوريان Radio Orient "، وهو شركة فرنسية، بناء على طلب السلطات الفرنسية.
3. **سوريا**: أنشئت أول محطة إذاعة فيها سنة( 1941).
4. **الأردن**: بدأ الإرسال الإذاعي في الأردن من رام الله في( 24 ) أفريل( 1948).
5. **العراق**: عرف العراقيون الراديو عام( 1936)،
6. **المملكة العربية السعودية** :أنشئت أول محطة للراديو في المملكة العربية السعودية وأذيع أول برنامج تجريبي من إستوديو جدة في18 جوان( 1949) .
7. **الجمهورية اليمنية** فعرفها الشطر الشمالي: في( 1947).
8. بدأ البث الإذاعي في دولة **الكويت** في مطلع عام(1951).
9. **البحرين** عام 1942.
10. عرفت دولة **قطر** البث الإذاعي في 25 جويلية(1968).

* **رابعا: الإذاعة في المغرب العربي**

1. **ليبيا**: يعود تاريخ الإذاعة الصوتية في ليبيا إلى عام( 1939) حين أنشأ المحتلون الإيطاليون لهذا القطر العربي محطة في مدينة طرابلس كانت تذيع بالإيطالية.
2. **تونس**: لم تعرف تونس البث الإذاعي إلا في سنة، 1935
3. **المغرب**: تعرف المغرب البث الإذاعي إلا في سنة 1928.

* **خامسا: خصائص الراديو**

حسبما أشار إليه **عبدا لله زلطة** في كتابه **الكتابة للراديو والتليفزيون** يمكن حصر أهم الخصائص التى يتسم بها الراديو كوسيلة إعلامية فى ما يلى:

1. يتميز الراديو بما يقوم به من دور فعال فى تحرير خيال المستمع وإطلاقه بلا قيود.
2. لا يحتاج سماع الراديو لجهد وعناء ، كما هو الحال بالنسبة لقراءة الصحيفة أو مشاهدة التلفزيون.
3. يعتبر الراديو الوسيلة الوحيدة غير المرئية بين جميع وسائل الإعلام ، لذا يطلق عليه أساتذة وخبراء الإعلام والاتصال "الوسيلة العمياء" "Blind Medium" .
4. يتيح الراديو للمستمعين الأميين الذين لا يقرأون ولا يكتبون فرصة الحصول على الثقافة والمعرفة والمتابعة للأحداث والأنباء والأنشطة التى تقع فى داخل الوطن وخارجه.
5. يعتبر الراديو فنا وجدانيا عاطفيا ، وهى سمة تنبهت لها الحكومات فى العديد من دول العالم لإثارة المشاعر الشعبية الجارفة ، خاصة أثناء الأزمات والحروب ، فتسعى لتعبئة الرأى العام بالأغنى الوطنية والأناشيد الحماسية والنشرات الإخبارية المتلاحقة والتعليقات السياسية الساخنة.
6. يستطيع المستمع القيام بأنشطة مختلفة أثناء سماعه للراديو.
7. يخلق الراديو جوا من الألفة والصداقة بينه وبين مستمعيه ، ومن ثم فإن مستمع الراديو يتوقع دائما ان يستمع من هذا الجهاز لكل ما هو صادق وأمين وواقعى.
8. تبدو الأشياء التى يتم سماعها عبر الراديو وكأنها تحدث الآن ، اى "على الهواء" ، حتى ان العديد من المستمعين يعتقدون أن ما يسمعونه من برامج مسجلة على شرائط إنما هى برامج حية وفورية.
9. الإذاعة ليست تقارير عن أشياء حدثت فى الماضى وإنما تقدم الأحداث فور وقوعها.
10. لا يتطلب الاستماع إلى الراديو سوى استخدام حاسة السمع فقط ، وبذلك ترتاح بقية الحواس لأداء دورها فى وظائف أخرى.
11. الراديو صغير الحجم سهل الحمل يسهل نقله من مكان إلى آخر ، ولا يشغل حيزا كبيرا مما يجعله يؤدى دوره بكفاءة عالية دون أى عناء للمستمع .
12. يمكن باستخدام الصوت إضفاء الحيوية ، والقدرة على إقناع مستمعى النصوص الإعلانية مما يساعد – كما يقول خبراء الإعلام – على تحقيق السمة الشخصية فى العملية البيعية ، إذ يشعر المستمع أن الرسالة الإعلانية قد أعدت له بصفة شخصية ، ويتم ذلك باستخدام بعض الكلمات الموحية مثل : عزيزى المستمع – سيدى – سيدتى ... الخ
13. يحقق الراديو ميزة هامة للمعلنين وكتاب النصوص الإعلانية ، وهى فورية النص الإعلانى ، حيث يمكن الوصول إلى المستمع فى أى مكان وبأسرع وقت ، ويمكن تغير النص الإعلانى فى الدقائق الأخيرة من توقيت الإذاعة ، مما يساعد فى ترويج المواسم البيعية مثل المعارض.

* **سادسا: جماهيرية ووظائف الراديو**

وتعود أسباب جماهيرية الراديو حسبما أوردته **"رحيمة عيساني"** في كتابها **"مدخل إلى الإعلام والاتصال"** في مايلي:

1. إنتشاره الواسع بسبب انخفاض سعره.
2. إتساع نطاق الإرسال الإذاعي مقارنة بالإرسال التلفزيوني.
3. يستطيع الإنسان أن يصغي للراديو وهو يعمل أي شيء آخر.
4. تعدد برامجه ما بين الثقافة والعلم والموسيقى.

ويمكن للإذاعة حسب **"زكي الوردي"** في كتابه **"الاتصالات"** أن تقوم بتأدية الوظائف التالية :

1. المساهمة في نشر العلوم والثقافة بين أفراد المجتمع.
2. معالجة المشكلات الاجتماعية.
3. رفع مستوى الذوق الفني عند الأفراد والمجتمعات.
4. إطلاع أفراد المجتمع على ما حققته الحضارة الإنسانية من إبداعات واكتشافات ومعارف.
5. إيصال الأخبار المحلية والعالمية لأفراد المجتمع وتنوير الرأي العام.
6. تعريف العالم الخارجي بالتطورات والاتجاهات الفكرية والسياسية.
7. الترويح عن نفوس أفراد المجتمع وتسليتهم.

**محاضرة: الإعلام التلفزيوني**

* **تمهيد:**

يعتبر التّلفزيون كأحدث وسيلة إعلامية ذات خصوصيات تكنولوجية متميزة،شقت طريقها بسرعة،اعتمدت في بداياتها على الصحافة والسينما والإذاعة والمسرح واستعارت الكثير من أدوات وأنواع وتقنيات وربما خصائص وسائل تعبيرها، ولكنها وبسرعة أيضا واعتمادا على الدّراسات النظرية والخبرة العملية،استطاعت أن تكشف هويتها وأن توجد لغتها الخاصة،وبالتالي أن تمتلك خصائصها ووسائلها التعبيرية وأنواعها وقيمها الجمالية والفنية الخاصة.

* **أولا: تعريف التّلفزيون**

1. **لغة**:التّلفزيون (Télévision) كلمة مركبة من مقطعين هما:(Télé) ومعناها باليونانية (عن بعد) و(vision) ومعناها باللاتينية (الرؤية)، فترجمته الحرفية بالعربية:"الرؤية عن بعد" وشاع اسمه في العربية بالشاشة الصغيرة،في مقابل الشاشة الكبيرة التي تطلق على السينما،كما تُرجمت كلمة تلفزيون إلى عدة صيغ عربية مستوحاة من بعض الخصائص التي تميزه عن غيره ومنها:الرائي،الإذاعة المرئية ...إلخ **(نور الدين بليل: الإعلام وقضايا الساعة)**
2. **إصطلاحا**:عرفه معجم مصطلحات الإعلام بقوله:"التّلفزيون وسيلة نقل الصورة والصوت في وقت واحد بطريق الدفع الكهربائي،وهي أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بالجماهير عن طريق بث برامج معينة". **(أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الإعلام)**

كما عرّفه **قاموس المصطلحات الإعلامية**:بقوله:"جهاز لنقل الصورة المتحركة(مثل السينما) وعرضها،كما ينقل الراديو الأصوات وهو يتكون من جهاز التقاط كالآلة السينمائية يصور المشاهد المراد تصويرها، ثم ينقلها في الهواء بطريقة لاسلكية فتلتقطها أجهزة الاستقبال فتعكس هذه الصور على لوح من الزجاج" **(محمد فريد محمود عزت: قاموس المصطلحات الإعلامية**)

* **ثانيا: نشأة وتطور التلفزيون في العالم**

1. بدأت فكرة اكتشاف التّلفزيون استنادا إلى القاعدة العلمية نقل الصور بواسطة تيار كهربائي معين،وقد ظهرت البدايات الأولى لهذه الفكرة عند العالم"جوزيف ماي"، حيث اكتشف عنصرا يختص في نقل وتحويل القوة الكهربائية إلى صورة عام 1873 سيل سيلينيوم القمر الذي قام بارز بليوس 1817م. **(عبد الفتاح أبو معال:أثر وسائل الإعلام على الطفل)**
2. وقد بدأ الأساس العلمي للتليفزيون، عندما اخترع العالم الألماني(بول نيبكوف Paul Nipkow أسطوانة تستطيع أن تحول ظل الأشياء إلى نبضات كهربائية، يمكن التقاطها على مسافات بعيدة،فتتكامل وتتجمع لتكون صورة .. وكان هذا الاختراع بمثابة الانطلاقة الأولى، وخطوة هامة إلى الأمام نحو التليفزيون .. إذ أمسك الأمريكيون بخيط البحث، وتولى العالم(تشارلز جنكز Charles Jenkinsعملية تطوير اختراع نيبكوف، ونجح في ذلك عام 1890 نجاحا مبدئيا، جعل الأساس العلمي للتلفيزيون أمرا ممكنا.
3. وقد تمكن زوريكين سنة( 1923 م) من الوصول إلى اختراع له وزنه البالغ في مسيرة التليفزيون الهندسية، وهو جهاز(الايكونو سكوب أي عين كاميرا التليفزيون الالكترونية، وإلى جانبه طور العالم فليوفارنزو ورث) كاميرا التليفزيون الالكترونية، وطور العالم (ألين ب. دومنت صمامات الاستقبال، واختراع أول جهاز استقبال تليفزيوني منزلي.
4. وقد أجريت تجارب على نقل الصور سلكيا، خلال العشرينات أيضا، وأدت هذه التجارب إلى نقل الصورة عبر الأسلاك في سنة1925 ، واستطاع أحد الباحثين أن يرسل صورة تليفزيونية،عبر دائرة مغلقة من واشنطن إلى نيويورك عام1927، وفي العام التالي بدأت شركة جنرال الكتريك بثها التليفزيوني التجريبي ، وفي سنة 1930 بدأت شركة أن.بي.سي NBC بثها في نيويورك.
5. وفي عام 1936 كللت جهود زوريكين بالنجاح ،وقامت شركة R.C.Aبتجربة أول جهاز تصوير الكتروني خاص بالتليفزيون، وفي العام التالي 1937 ابتكر زوريكين جهازا الكترونيا آخر يمكن من عرض الصور التليفزيونية على شاشة واسعة.
6. بدأت التجارب على التليفزيون في عام 1924 بفضل عالم يدعى جون لوجي بيرد John Logie Beard، وبعد ذلك بثلاث سنوات، بدأ هذا المخترع تجاربه على التليفزيون الملون،أما أول إرسال تليفزيوني رسمي فقد قامت به هيئة الإذاعة البريطانية في( 30 سبتمبر 1929 غير أن البرامج التليفزيونية لم تكن منتظمة، وكان إقبال جمهور المشاهدين عليها ضعيفا، مما جعل القائمين على هذه الإذاعة يفكرون في إلغائها في سنة 1934، إلا أن العقبات التقنية، التي حالت دون تقدم الإرسال التليفزيوني.
7. ما لبثت أن زللت ويعتبر يوم( 02 ) نوفمبر 1936 بداية أول إرسال تليفزيوني منتظم في بريطانيا، وكانت مدة الإرسال ثلاث ساعات: من الثانية حتى الرابعة مساء ومن التاسعة حتى العاشرة مساء، وعندما قامت الحرب العالمية الثانية توقف التليفزيون عن البث، ولم يعاودو الإرسال إلا في جوان 1946.
8. البث التليفزيونى المنتظم في فرنسا في 10نوفمبر1935 من برج إيفل وأول نشرة إخبارية أذيعت من التليفزيون الفرنسى كانت في 15 ديسمبر 1949 ولم يصح التليفزيون الفرنسى وسيلة جماهيرية إلا عام 1960، وكانت البداية الرسمية للتلفزيون الملون في ديسمبر 1972م.
9. في الاتحاد السوفييتي: بدأت تجارب البث التليفزيوني في أبريل 1931 ثم حدث بث تليفزيوني في موسكو في 10 مارس 1931) استقبلته مائة شاشة صغيرة جدا لمدة نصف ساعة .. وبدأت المحطات تعمل بانتظام في موسكو ولينينجراد في سنة 1938 ،وفي ألمانيا: قدم التليفزيون في سنة1935 ، وفي كندا بدأت الخدمة التليفزيونية بالفرنسية في مونتريال في 06 سبتمبر 1952 والخدمة الانجليزية في تورونتو بعد ذلك بيومين.
10. **التلفزيون الملون:** في 10أكتوبر 1953 ثبت فيه فعالية تلك الطريقة،وقامت شركة (R.C.A)بعرض طريقة عمل التليفزيون أمام مندوبين عن مختلف شركات ، والجهات الحكومية المختصة، ، وفي مارس 1954بدأ صنع أجهزة التليفزيون الملون ويعتبر عام 1948 هو العام الذى دخل فيه التليفزيون مجال الاستخدام الجماهيرى على نطاق واسع.

* **ثالثا: نشأة وتطور التلفزيون في العالم العربي**

**مصر:** بدأ التلفزيون يصل إلى أجزاء من العالم العربي في الخمسينات من القرن الماضي؛حيث بدأت أول تجربة تليفزيونية في مصرفي 03 ماي 1951، وقد أجرت شركة فرنسية لصناعة الراديو والتليفزيون، في محطة إرسال بالقاهرة، ثم أقيم معرض في القاهرة للراديو والتليفزيون في سنة 1953 مما أتاح لزواره فرصة مشاهدة جهاز التليفزيون، ولكن الإرسال التليفزيوني المنتظم لم يبدأ إلا بعد ذلك التاريخ بعدة سنوات؛ ففي أوت 1959 بدأ بناء مبنى التليفزيون المصري في القاهرة وقامت شركة التليفزيون الأمريكية R.C.A بإنشاء شبكة التليفزيون، وبدأ إرساله المنتظم في مساء( 21 ) جويلية( 1960 م)، في تمام الساعة السابعة مساء ولمدة( 05 ) ساعات يوميا، عرفت سوريا التليفزيون لأول مرة في 21 جوان1960، وفي السنة نفسها التي عرفته مصر، فقد كانت مصر وسوريا في وحدة منذ فيفري 1958.

**العراق:** عرف العراق البث التليفزيوني مبكرا سنة 1956 .

**المملكة العربية السعودية :** و بدأ تليفزيون المملكة العربية السعودية البث في 17 جويلية 1965 من محطتين إحداهما في الرياض والثانية في جدة.

**الجمهورية اليمنية:** بدأ الإرسال التليفزيوني في التليفزيون في اليمن في 26 سبتمبر 1975 .

**البحرين :** بدأ الإرسال التليفزيوني الملون في البحرين في 09 سبتمبر 1973بواسطة الشركة الدولية للراديو والتليفزيون.

**قطر:** بدأ التليفزيون القطري بثه في 15 أوت 1970.

**الإمارات**: في دولة الإمارات في 06أوت 1969 في إمارة أبو ظبي بالأبيض والأسود، وقد تحول هذا البث إلى بث ملون في 04جانفي 1974.

**عمان** : عرفت سلطنة عمان التليفزيون في نوفمبر 1974

* **رابعا: نشأة وتطورالتلفزيون في المغرب العربي**

**المغرب** : بدأ التليفزيون في المغرب تجاريا سنة( 1954 م) في كل من الرباط والدار البيضاء، لكنه ما لبث أن توقف عن الإرسال لأسباب مالية، وقد اشترت الحكومة المغربية معدات هاتين المحطتين واستأنفت الإرسال في مارس من سنة 1962.

**الجزائر** : أنشئت أول محطة تليفزيونية في الجزائر في مدينة الجزائر العاصمة سنة1956 ، أي بعد قيام الثورة الجزائرية بسنتين، وفي سنة 1960 م بدأت تنقل برامج تليفزيون باريس إلى أن تم تحرير البلاد سنة 1962 .

**تونس** : عرفت تونس التليفزيون في أول جانفي 1966 حين بدأت المحطة المقامة بإجراء تجاربها الأولى، ولكن الافتتاح الرسمي للبث المعتد تم في 31 ماي1966 .

**ليبيا**: وبدأ التليفزيون الليبي في 24 ديسمبر 1968 ، أي قبل ثورة الفاتح من سبتمبر بأقل من عام، وكان لهذا التليفزيون محطتان للبث، واحدة في طرابلس والأخرى في بنغاري.

* **خامسا: خصائص التّلفزيون**

يعد التّلفزيون أحد أهم وسائل الاتصال الجماهيري التي اخترعها الإنسان في العصر الحديث، فقد تفرد بعد مزايا جعلته يقف في صدارة وسائل الإعلام الأخرى من صحافة، وإذاعة، وكتاب، ولعل أهم ميزتين تفرد بهما عن غيره، هما: الصورة المرئية الجذابة، والاستجابة الفورية للأحداث، وهما ميزتان حققتا له ذلك الانتشار الواسع وتلك القدرة الفائقة على التأثير في جمهوره،فهو لا يتوقف في كل لحظة من لحظات الإرسال عن عملية ضخ مستمرة لسيل متدفق من المعلومات، والآراء، والقيم الأخلاقية فلم يعد بهذا مجرد جهاز،بل أضحى عقلية جديدة لها آثارها الواضحة على السّلوكات الاجتماعية والثّقافية والاقتصادية، فالتّلفزيون كما يري-كازنوف- قوة تفرض نفسها على شخصيتنا.

إلى جانب هاتين الميزتين،توفر التّلفزيون كوسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري على عدد من الخصائص والمزايا،من حيث الفاعلية،ومعالجة المضمون،والتنوع في حجم وطبيعة اتجاهات البرامج التي يقدمها والقضايا التي يعالجها ليجذب إليه الجماهير، والشرائح الاجتماعية على اختلاف مستوياتها التعليمية،واهتماماتها ورغباتها وأذواقها، ويمكن تلخيص هذه الخصائص في النقاط التالية: **(جون ميرل ورالف لويتشايني: الإعلام وسيلة ورسالة)**

1. التّلفزيون وسيلة سمعية بصرية،فهو بذلك يجذب إليه أحد أهم حواس التّعلم لدى الإنسان، ألا وهما السمع والبصر،وقد أكدت بعض البحوث العلمية في مجال خصائص الفيزيولوجية البشرية أن(88%)من المعلومات التي يحصّلها الإنسان مصدرها حاستي: السمع(13%)، والبصر(75%)، ولنا أن نقدر حجم الدور الذي يلعبه التّلفزيون في مجالات الاتصال المختلفة.
2. إن قدرة التّلفزيون على المزج بين الصورة والصوت، أمكن من تقديم المعلومات والأفكار والسّلوكات في صورة حية واقعية قريبة من مدارك المشاهد، وتعد الصورة الحية أحسن الوسائل إقناعا، خاصة وأنها لغة عالمية تفهمها كل الشعوب،وقد ساعد هذا على توسيع رقعة الاتصال والتخاطب وتبادل الأفكار والقيم الاجتماعية
3. كما يمتاز التّلفزيون بتنوّع أساليب عرض برامجه التي تثير اهتمام مشاهديه وهو وسيلة جامعة، توفرت لها خلاصة إمكانات وسائل الإعلام جميعها.
4. يعتبر التّلفزيون أسرع وسائل الاتصال الجماهيري، ويتفوق على الصحافة،حيث يكفي قطع الإرسال في حالة وجود إعلان عن نبأ هام ليصل في اللحظة نفسها إلى أنحاء العالم.
5. اكتسب التّلفزيون ميزة الصدق لاعتماده على الصورة التي تخالف الكلمة المسموعة أو المقروءة في أنها وسيلة إقناعية تضفي الصدق(ولا يعني ذلك أن الصورة دائما صادقة، فقد استخدمت للتضليل والتشهير من خلال عمليات فنيّة معينة) والثقة على ما يقدمه من برامج ومضامين إعلامية وعلمية.. فأوجد له مشاهدا أكثر استعدادا لتصديق ما يراه على شاشته التي تعرض المضامين المختلفة في أساليب وصيغ فنية جذابة.
6. لا تتطلب مشاهدة التّلفزيون من المشاهد استعدادات سابقة كالخروج من البيت والتردد على دور السينما، وقاعات العرض المسرحي مثلا،حيث أن التّلفزيون يعمل على نقل المشهد إلى المنزل، ولا يسبب للمشاهد أي عناء، سوى الضغط على زر التحكم.
7. للتلفزيون آثاره الإيجابية في نضج شخصية وتنوع ميول الأفراد ورغباتهم من خلال ما تعرضه برامجه من معلومات وخبرات وخلاصة تجارب الآخرين في كافة المجالات، وذلك بما تضيفه هذه المعلومات والخبرات إلى شخصية الأطفال خصوصا،والكبار بشكل عام من مكتسبات فنية وثقافية وعلمية تساعد على النمو الشخصي الانفعالي والعقلي والعاطفي، ونمو القدرات الذاتية.كما أنه يزيد في تنوع الميولات والرغبات الشخصية بما يُطلع عليه مشاهديه من رغبات وميولات وتجارب وخبرات الآخرين بأشكال وصيَغ فنية متعددة.
8. إن قدرة التّلفزيون بما لديه من طاقات فنية وجهود بشرية وآلية، وتقنيات علمية متطورة على تحويل المجردات إلى محسوسات تجعله في سلّم الوسائل الإعلامية الهامة في تيسير الفهم والاستيعاب خاصة بالنسبة للأطفال الذين تنقصهم القدرة الكاملة على فهم بعض المعاني المجردة بسبب ما يعوزهم من نمو عقلي وجسمي وانفعالي وخبرات وقدرات تؤهلهم لفهمها واستيعابها كما هو الأمر عند الكبار.
9. يعتبر التّلفزيون وسيلة تقنية متطورة تساعد على مواجهة المشكلات التعليمية والتّربوية،فهو وسيلة تربوية ناجحة،ووسيط جيّد في مساعدة الطلاب على اكتساب مهارات علمية وإبداعية.

* **سادسا: سلبيات التلفزيون:**

رغم كل هذه الخصائص الإيجابية للتلفزيون، والتي من شأنها أن تجعله في مصف الريادة الإعلامية الاتصالية بين باقي وسائل الاتصال الجماهيري، إلاّ أنّ له من السلبيات والنقائص ما تجعل منه وسيلة ضعيفة في تحقيق أهدافه المتوخاة، ومن بينها ما يلي: **(إبراهيم الحيدر: دور التّلفزيون في حياة الطفل المعاصر)**

1. تعمل محطات البث التّلفزيوني في مجال زمني ومكاني محدود،فلا يمكنها إيصال بثها إلى أماكن ذات مساحات شاسعة،كما هي إمكانية الوسائل الإعلامية الأخرى،مثل:الصحافة،كما أنه يعرض برامجه في وقت محدد لا يتيح للمشاهد فرصة المشاهدة والاستيعاب مرة أخرى،كما أنه لا يتيح له أيّ فرصة لانتقاء أجزاء من برامجه أو استرجاع المواد التي شاهدها،فإن بُثَّ برنامجان مهمّان على قناتين مختلفتين في وقت واحد،لا يجد المشاهد بُدا من التضحية بأحد البرنامجين.
2. يعتمد التّلفزيون على مواد وأجهزة وأدوات فنّية وتكنولوجية وإلكترونية ذات كلفة عالية ليستطيع القيام بدوره الفعّال.ويتأثر البث التّلفزيوني بعوامل الجو التي تتسبب في اضطراب الصوت والصورة أو كليهما مما يشوش على وصول رسائل برامجه.
3. يشارك التّلفزيون في تطوير صفة السلبية،التي قد تصل إلى درجة الكسل واللامبالاة بعامل الوقت،والتي تؤدي بدورها إلى الشرود الذهني،وقد يتعدّى ذلك إلى اضطراب في أوقات الفراغ والتسلية والنوم ونظام الحياة اليومي بصورة عامة، ويرى بعض علماء النفس أن العكوف الزائد على شاشة التّلفزيون لا يساعد على إضعاف السّلوك الجماعي فحسب،بل يعمل على تنمية السّلوك الفردي ويشجع على الانسحاب من عالم الواقع والإدمان على مشاهدة برامجه.وقد كتب في هذا المجال الدكتور حسن سعفان، يقول:"إن التّلفزيون يشجع السلبية،لأن المشاهدة لا تتطلب أي جهد وتقدم الأفكار جاهزة وقد يتعود المشاهد على ذلك، فيتكاسل حتى عن مجرد التفكير أو النقد لما يرى ويسمع.
4. يدفع التّلفزيون إلى العزوف عن المطالعة والقراءة الحرّة،لأن الإنسان يسلك دائما الطريق السهل، فالمشهد(صورة وصوتا وحركة)، يقتحم البيوت رغما عنا،بينما المشاهدون في حالة من الاسترخاء والتلقي، وهنا لبّ المشكلة بحيث يأتي التأثير سهلا،فيسلك إلى العقول والنفوس ويسري في حياة الأشخاص خاصة مع تكرار الفكرة مرات ومرات،وبأشكال مختلفة إلى أن تتسمم الأفكار،وتعتل النفوس،والمثل الصيني يقول:"صورة واحدة تعادل عشرة آلاف كلمة"، وصدق من قال:"فعل واحد في ألف كقول ألف لواحد".

* **سابعا: وظائف التلفزيون**

إن الوظائف التي يقوم بها التّلفزيون أكثر اتساعا وأكثر تنوعا من تلك الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام الجماهيري الأخرى مجتمعة، ويمتلك التّلفزيون مجالا ومدى أوسع وأغنى من الوسائل لتصوير العالم وتقويمه،ولعل أهم الوظائف التي يضطلع بها التّلفزيون هي:

**(1)الوظيفة الإعلامية:** أضحى الإعلام في عصرنا الحالي حاجة إنسانية لا غنى عنه على اعتبار أنه عملية:"جمع وتخزين ومعالجة ونشر الأنباء والبيانات والصور والحقائق والرسائل والآراء والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والقومية والدولية والتصرف تجاهها عن علم ومعرفة، والوصول إلى وضع يُمَكِّن من اتخاذ القرارات السليمة".

والتّلفزيون ينقل للمشاهد المعلومات المختلفة لاسيما النفعية منها، والمرتبطة بظروف الحياة اليومية مثل: الأخبار الاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية، والعلمية، وهو ما يسمح للفرد بتجديد أفكاره، ومعارفه،ومن ثمة يصبح أكثر ارتباطا بمجتمعه الذي ينتمي إليه من خلال معرفة جميع الأشياء التي تحدث حوله،وفي هذا الصدد يقول هنري كاسيرو "إن التّلفزيون له دور في نقل الأخبار وانسياب الأنباء والمعلومات لا مثيل له"، "وإن تأثير التّلفزيون في مجال الإعلام ونشر المعلومات مفيد،أي أنّ التّلفزيون لديه إمكانات فعّالة ومؤثرة في توعية أكبر عدد ممكن من المشاهدين بحقائق وأبعاد كثيرة من المشكلات الموجودة في المجتمع؛ كما أنّه يقدم للإنسان معلومات قد لا تتوفر له في حياته العادية،وقد تلعب هذه المعلومات دورا إيجابيا أو سلبيا في عملية التكيّيف الاجتماعي فالتّلفزيون بهذا،أحد أهمّ وأكمل وسائل الاتصال،حيث يُظهر الأحداث والواقع بشكل مشاهد،وبكل ما تتضمنه من مؤثرات صوتية. **(بوريتسكي: الصحافة التّلفزيونية،ترجمة:أديب خضور)**

**(2)الوظيفة التثقيفية:** إن التّلفزيون وهو يحمل هذا السيل المتدفق من المعلومات عن العالم إلى بيوت جمهوره يوميا وباستمرار،ودون انقطاع... يشرك المشاهد ويربطه بالسياق العام للتطور التاريخي، كما يربطه بالأحداث البارزة العلمية والتقنية،وبالثورة التكنولوجية.

ثم إنّ التّقدم السريع لجهاز التّلفزيون جعله يسيطر بنفوذه حتى أصبح يعدّ أحد العناصر الثّقافية،إذ أنّه يسعى إلى تنمية ثقافة المشاهد من خلال ما يعرضه من أشرطة علمية،وأفلام وثائقية، تساهم في نشر الثقافات المختلفة،وتجعل من القيم الثّقافية صياغة علمية متاحة لأكبر عدد ممكن من الناس،لأنه فيما يعرضه يراعي المستوى الثقافي للمشاهد.ولو أن هذا ليس على إطلاقه، فكم من البرامج التي تنزل بمستواها إلى حدّ يجر معه ثقافة المشاهد إلى المستويات الدنيا من الثقافات المعتلة والسقيمة.

**(3)الوظيفة التّربوية والتعليمية:**عدّ التّلفزيون وسيلة تربوية وتعليمية قائمة بذاتها،حيث أنّه أظهر قدرة وفعالية في تكوين الاتجاهات،وتعليم مواد الدّراسة وتلقين المهارات المختلفة في تدريب المعلّمين ونقل المعارف للتلاميذ، فهو بهذا يدعّم المنهاج الدراسي بما يعرضه من تجارب علمية، وهو وسيلة ناجحة في: **(عبد اللطيف حسين فرج:ماذا يريد التربويون من الإعلاميين)**

* تعليم اللغة بالجمع بين صوت الكلمة، وصورة حروفها الملفوظة.
* عرض وتقديم الدّراسات التاريخية والجغرافية بوسائل تعتمد الديكور والملابس والحوار التاريخي وتعطي نماذج للبيئات الجغرافية.
* تقديم أساسيات وقواعد العلوم التطبيقية بشكل ديناميكي، يعرض التجربة العلمية صورة متحركة أصلية وصوتا طبيعيا وتغييرات مُشاهَدة.
* متابعة الأحداث العلمية، أكثر من الكتب التي لا تستطيع أن تجاري التغيرات الطارئة،فطباعتها مكلفة،وتغييرها السنوي باهظ التكاليف

ويقوم التّلفزيون في الوقت نفسه بتوجيه المشاهد نحو سلوكيات اجتماعية إيجابية، ترسّخ مفهوم العادات الاجتماعية السليمة، والأخلاق الحميدة، وتعزز الجسر الاجتماعي بين مختلف الفئات وتقدم السّلوكات المنظّمة للعلاقات المبنية على أساس الاحترام والمعقولية في التعامل، وتُكسب الأدوار التّربوية الإيجابية على المستوى الاجتماعي والأخلاقي والسّلوكي. فالتّلفزيون بهذا أصبح مساعدا هاما لمؤسسات التربية والتعليم في المجتمعات ولم يَعدْ مجرد مُلحق هامشي يعمل على الترفيه أو الإعلام.

**(4)الوظيفة الاجتماعية والنفسية:** يتّفق علماء الاجتماع وعلماء علم النفس الاجتماعي على أنّ التّلفزيون يلعب دورا مهما وأساسيا في التنشئة الاجتماعية، وتغيير السّلوك الاجتماعي،لأنه يرتبط بالحياة البيئية،فيُكسب المشاهد المواقف والقيم والتقاليد والمعايير الاجتماعية.

ثمّ إنّ عملية اكتساب المواقف والمهارات عملية مستمرة،وهي إلى حدّ بعيد غير إرادية وتضمّ كلاّ من الإحساس الباطني،والإدراك الذّهني،كما يشمل التعلّم عن طريق مطابقة النفس والتقليد، ومن هذا الطريق يكتسب المشاهد مبادئ وقيما وسلوكات جديدة تضاف إلى مبادئه وقيمه وسلوكاته السّابقة. إنّ التحوّل الشعوري الذي يحدثه التّلفزيون-في هذا الإطار-في نظرة المشاهد إلى القيم والمبادئ والممارسات...لا يحدث في برهة زمنية قصيرة، وإنما من خلال تراكم التأثيرات وتكرار الآراء والممارسات من برنامج إلى آخر. ويعمّق التّلفزيون الانتماء الاجتماعي بين المشاهدين ومجتمعهم الذي يعيشون فيه، كما ينمّي الحوار الاجتماعي الذي تذوب من خلاله الفوارق الاجتماعية.

**(5)الوظيفة الترفيهية:** إنّ هذه الوظيفة لا تقل أهمية عن سابقاتها،لأنها تشاركها في غاياتها وهي وظيفة تثقيفية وتعليمية وتربوية وإعلامية في آن واحد، ولكن في قالب طريف ومستتر وغير مباشر وليس صحيحا أن مواد الترفيه لا تنطوي على أيّة قيمة اجتماعية أو سياسية أو ثقافية أو تربوية تعليمية، وبالمقابل فالترفيه الذي يخرج على نطاق القيم والمبادئ لا يُعدّ ترفيها، بل أصبح لعبا بالمشاعر والأحاسيس، وضربا للقيم والمبادئ والأخلاق، وخروجا عن دائرة البناء والتجديد إلى دائرة الهدم والمغالطة،واللهو الممقوت.

**وكالات الأنباء**

* **تمهيد:**

تعتبر وكالات الأنباء العالمية من المصادر الإعلامية الهامة التي تعتمد عليها وسائل الإتصال والإعلام الجماهيرية بشكل أساسي للحصول على المواد الإعلامية المختلفة وخاصة آخر الأنباء عما يجري حولنا من أحداث في العالم العاصف دائم التغير. وتدخل هذه الوكالات في إطار التبادل الإعلامي الدولي كجزءٍ من سياسات القوة  التي تعتمد عليها الدول الكبرى والدول المتقدمة في العالم لتحقيق جزء هام من سياساتها الخارجية والدفاع عن مصالحها الحيوية في أنحاء العالم المختلفة، وتعتبر فرنسا المهد الذي رأت فيه النور أول وكالة أنباء في العالم عام 1845.

* **أولا: وكالات الأنباء في فرنسا**

في عام 1840م كتب **أنوريه دي بلزاك** في مجلة باريسية مقالة قال فيها: "أن الجمهور يمكنه التصديق بأنه يوجد صحف كثيرة، ولكن في الحقيقة لا توجد إلا صحيفة واحدة، فللسيد **هافاس** مراسلين في العالم بأسره، وتصله الصحف من البلدان المختلفة في الكون، وهو الأول .... لأن كل صحف باريس امتنعت، لأسباب اقتصادية عن العمل لحسابها. بسبب المصاريف، ولكن المصاريف التي يتحملها السيد **هافاس** أكبر، وله الآن الاحتكار. وكل الصحف التي امتنعت في الماضي عن ترجمة الصحف الأجنبية، وعن اعتماد المراسلين، تتلقى اليوم المساعدة من السيد **هافاس** الذي يزودها بالأخبار الأجنبية في ساعة محددة لقاء مبلغ شهري .... وتقوم كل صحيفة بصبغ تلك الأخبار التي يرسلها إليها السيد **هافاس** باللون الأبيض أو الأزرق أو الأخضر أو الأحمر...." **(رولان كايرول: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية. ترجمة: مرشلي محمد)**

يعتبر **شارل هافاس** اليهودي الفرنسي، أول من أطلق اسم وكالة الأنباء على الوكالة التي حملت اسمه أي **وكالة هافاس**، في باريس عام 1845م، وكانت أول وكالة تمارس تجارة الأخبار والإعلانات في العالم، حيث استفاد **هافاس** من الخبرة التي تكونت منذ القرن السادس عشر لدى الصرافين في مراسلاتهم، واستفاد خاصة من الحادثة التي سمحت لأسرة **روتشيلد** التي كانت تمارس المراسلة مع الصرافين أن تصبح من الأسر الثرية عندما علمت بخبر انتصار إنكلترا في معركة واترلو قبل حكومة ملك إنكلترا بثمان ساعات، واستفاد **هافاس** من الموقع الهام لمكتبه الذي افتتحه عام 1832، وسط العاصمة الفرنسية باريس بالقرب من مركز البريد، وبورصة باريس التجارية، والمحكمة، ومقرات الصحف الباريسية.

منذ عام 1857م أخذت **وكالة هافاس** تتمتع بشهرة واسعة، تتناسب وشعارها (المعرفة الجيدة والسريعة)، واستعملت **وكالة هافاس** كل الوسائل المتاحة آنذاك لتأدية عملها. من استخدام الحمام الزاجل في الاتصالات اليومية بين باريس ولندن وبروكسل. إلى استخدام التلغراف الذي أخترع عام 1837، ووضع في الخدمة العامة أمام الاتصالات الخاصة، اعتبارا من عام 1850 عبر الكابل البحري الذي امتد تحت مياه بحر المانش عام 1851، وتحت المحيط الأطلسي عام 1866، واستخدمت كذلك التيليسكربتور من عام 1880. وكانت **وكالة الأنباء الفرنسية** وريثة **وكالة هافاس** أول من استخدم الراديو تيليسكربتور في العالم عام 1950.

وعندما عانت **وكالة هافاس** من أزمة مالية حادة، أثناء الأزمة الاقتصادية العالمية، في ثلاثينات القرن العشرين، قامت الحكومة الفرنسية بالتدخل لمساعدتها مادياً، ولما انهزمت فرنسا أمام ألمانيا النازية مع بداية الحرب العالمية الثانية، وقعت **وكالة هافاس** تحت السيطرة الألمانية، وحكومة **فيشي** الفرنسية التابعة لألمانيا، وأصبحت بذلك تابعة للديوان الفرنسي للإعلام، خاضعة لرقابة الدولة الفرنسية وجماعة تجارية ألمانية اعتبارا من خريف 1940، في ذلك الوقت الذي اتخذت فيه الحكومة الفرنسية الحرة من لندن مقراً لها تقود منه المقاومة ضد النازية، وليتحول بذلك مكتب **وكالة هافاس** في لندن وبعض مكاتبها الأخرى في العالم إلى أداة من أدوات كفاح حكومة فرنسا الحرة والحكومة المؤقتة في الجزائر ضد الاحتلال النازي (كانت الجزائر آنذاك تحت الاحتلال الفرنسي).

بعد هزيمة النازيين وتحرير فرنسا من احتلالهم عام 1944، صدر مرسوم عن الحكومة الفرنسية بتاريخ 30/9/1944 يقضي بإنشاء **وكالة الأنباء الفرنسية** "AGENCE FRANCE PRESSE (AFP)"، كوريثة لما تبقى من **وكالة هافاس**، تتمتع من الناحية القانونية باستقلال كمؤسسة عامة مستقلة مالياً، مع إمكانية حصولها على إعانات مالية من الحكومة الفرنسية.

في عام 1954 ترأس AFP  **جان ماران**، وكان يعمل فيها آنذاك حوالي 2000 موظف و700 صحفي، ولها 18 مكتب في فرنسا، و 92 مكتباً في الخارج، ومراسلين في 157 دولة. وكانت توزع حوالي 5 آلاف كلمة يومياً، إضافة لمصالحها في 138 دولة، و12400 مشتركاً بين صحيفة ومحطة إذاعية ومحطة تلفزيونية. و447 مشتركاً خاصاً.

توزع AFP أنباءها باللغات الفرنسية والإنكليزية والإسبانية والألمانية والعربية والبرتغالية. إضافة لامتلاكها لمراكز استماع للإذاعات الأجنبية، وخاصة إذاعة موسكو وبعض الدول الشرقية، والشرق الأوسط والشرق الأقصى. ومركزاها في ليما وسينغافورة اللذان يرسلان الأنباء الهامة مباشرة لمشتركيها في أمريكا اللاتينية وقارة آسيا دون الحاجة لإرسالها عبر باريس. وحققت أعمال AFP عام 1967 مبلغ 89,811,600 فرنك فرنسي، في الوقت الذي كانت فيه ميزانيتها لذلك العام 50 مليون فرنك فرنسي فقط **(رولان كايرول: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية. ترجمة: مرشلي محمد**).

حسب مصادر AFP فإنها تنقل الأنباء بصدق وموضوعية، وتتسم بطابع استقلالي. ولكن المتابعة الموضوعية لما تنشره AFP يظهر لنا بوضوح أنها وسيلة من وسائل السياسة الخارجية الفرنسية، من خلال تركيزها في نقل الأخبار على الأولويات التي تراها مناسبة لها، بما يتناسب والمواقف الفرنسية. ومما يساعد AFP  على الانتشار الواسع في العالم الخبرة الطويلة التي تتمتع بها، والمناخ السياسي العام في فرنسا، وإمكانياتها المادية والتقنية وقدرات السياسة الخارجية الفرنسية، إضافة لدعم الحكومة الفرنسية لها.

* **ثانيا: وكالات الأنباء في المملكة المتحدة**

في عام 1851م افتتح **جوليونس رويتر** اليهودي الألماني الذي اكتسب الجنسية  الإنكليزية عام 1857، وتعلم في باريس عند **شارل هافاس**، مكتباً للأنباء في لندن كشركة تجارية عادية، وسرعان ما تحول هذا المكتب إلى وكالة للأنباء ووسيلة هامة من وسائل السياسة الخارجية البريطانية، الأمر الذي ظهر جلياً واضحاً إبان الحرب العالمية الثانية.

واستفاد **رويتر** من مد الكابل البحري بين دوفر وكالي، ليوفر عامل السرعة في إرسال واستقبال الأنباء. ومن ثم حصل على موافقة سرية أثناء الحرب الأمريكية لمد كابل بحري عبر المحيط الأطلسي ربط بين مينائي كروك و كروكابين على ساحل ايرلندا. وسير سفناً سريعة أبحرت بمحاذاة السفن الأمريكية لتلتقط محافظ الأخبار الجاهزة منها وإيصالها لمراكز التلغراف التابعة له موفراً بذلك حوالي ثمان ساعات عن الطرق المألوفة آنذاك. وأطلق على هذه الطريقة اسم "التلغراف الناقص"، وهي الفكرة التي استفادت منها الصحافة الأمريكية عندما أنشأت كبريات الصحف في نيويورك أول وكالة للأنباء اتفقت مع سفن الركاب المتوجهة عبر المحيط الأطلسي لالتقاط الأخبار الواردة من أوروبا عام 1848 بسرعة أكثر من انتظارها في نيويورك.

منذ العام 1941 أصبحت **وكالة رويتر** للأنباء مؤسسة مستقلة "تروست" وفق المفهوم البريطاني. وضم هذا التروست: نيوزبيبر بروبيتورز أسوسيشن، وشركة الصحف اللندنية، وشركة الصحافة، وشركة الصحافة الجهوية، وشركة الصحافة الأسترالية، وصحافة نيوزيلندة، وتعاونية الصحف الأسترالية والنيوزيلندية. ومعنى ذلك أن **وكالة رويتر** كانت ملكاً غير قابل للتجزئة لعموم الصحف في المملكة المتحدة، باستثناء الصحافة الشيوعية غير الممثلة في تلك الشركات.

وعمل في الوكالة حوالي ألفي موظف و500 صحفي، وكان لها 75 مكتباً في 69 دولة. ووزعت حوالي 1,3 مليون كلمة في اليوم على 6500 مشتركاً و4770 صحيفة في 120 بلداً في العالم. وكانت تملك أكثر مراكز الرصد الإذاعي في العالم، وأوسع خط للتيليسكربتور في العالم، يبلغ طوله 990,700 كلم حتى عام 1967 بامتياز استخدام نافذ لمدة خمسين عاماً. ومنذ عام 1961 استخدمت الكابل البحري الممتد تحت مياه المحيط الأطلسي: لندن ونيويورك (**محمد علي العويني: الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق)**

وتعرضت **وكالة رويتر** أثناء الحرب العالمية الثانية لأزمة مالية حادة، مما دعى الحكومة البريطانية لتقديم بعض المساعدات لها، إلا أنها سرعان ما استغنت عن تلك المساعدات، ويقول الرسميون في **وكالة رويترز**، أن وكالتهم هي مؤسسة تمثل الصحافة البريطانية أساساً، وأنها تتوخى الموضوعية والدقة في أخبارها. ولكن تحليل مضمون موادها الإعلامية يبين أنها وسيلة من الوسائل الفعالة للسياسة الخارجية البريطانية، وأنها كسائر وسائل الإتصال والإعلام الجماهيرية البريطانية تستخدم أساليب غاية في الدقة لإخفاء نواياها الحقيقية، الأمر الذي يساعدها للقول "أنها تعمل بموضوعية".

* **ثالثا: وكالات الأنباء في ألمانيا**

أفتتح اليهودي الألماني **برنارد وولف** الذي تتلمذ في باريس على يد **شارل هافاس**، مكتباً صحفياً له في برلين أطلق عليه اسمه عام 1849. ومن ثم أنشأ الخط التلغرافي للدولة البروسية الذي ربط بين برلين وأكس لاشبال. وبقيت **وكالة وولف** للأنباء أكبر وكالة أنباء في أوروبا حتى هزيمة ألمانيا النازية على أيدي الحلفاء **(رولان كايرول: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية. ترجمة: مرشلي محمد. ود. محمد علي العويني: الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق)**

كانت هذه الوكالة واحدة من أكثر الوسائل فعالية من بين وسائل تنفيذ السياسة الخارجية الألمانية، وخاصة أثناء العهد النازي في ألمانيا، حيث أثبتت تفوقها حتى على وكالة معلمه **هافاس** الفرنسية. وانتهت هذه الوكالة بهزيمة ألمانيا النازية، لتحل محلها وكالة الصحافة الألمانية  DPA التي تأسست عام 1949 في هامبورغ كشركة تعاونية يملكها ناشري الصحف ومحطات البث الإذاعي، على قاعدة وكالة الأنباء DENA في المنطقة الخاضعة للولايات المتحدة الأمريكية من ألمانيا، ووكالة الأنباء DPD في المنطقة الخاضعة لبريطانيا، ووكالة الأنباء SUEDENA في المنطقة الخاضعة لفرنسا، وافتتحت 46 مكتباً لها في ألمانيا و70 مكتباً في الدول الأجنبية، وتحصل DPA من مراسليها في ألمانيا ومختلف العواصم العالمية يومياً على 200 ألف كلمة توزع منها الثلث على مشتركيها عبر شبكتها الإلكترونية للتوزيع، لتصبح بذلك وسيلة من وسائل تنفيذ السياسة الخارجية لألمانيا الاتحادية، وفق الدور المسموح لها به في السياسة الدولية.

بعد انهيار الاتحاد السوفييتي، وحلف وارسو، والمنظومة الاشتراكية، وهدم جدار برلين الشهير، وانضمام الأراضي الشرقية التي كانت تعرف بجمهورية ألمانيا الديمقراطية إلى ألمانيا الاتحادية في مطلع تسعينات القرن العشرين، جرت محاولة فاشلة خلال صيف 1990 لدمج وكالة الأنباء DPA مع منافستها وكالة أنباء جمهورية ألمانيا الديمقراطية "(ADN) DEUTSCHE NACHRICHTENDIENST ALLGEMEINE".

في عام 1992 سلم مجلس الوصاية وكالة الأنباء ADN **لبولكو هوفمان** صاحب Effectenspiegel A G  في دوسلدورف، والذي يملك أيضاً القسم الأكبر من رأس مال وكالة "DEUTSCHER DEPESCHEH - DIENST" لتصبح بذلك وكالة الأنباء الألمانية  DPA، ووكالة ADN، ووكالة "DDP "DEUTSCHE DEPESCHEN - DIENST من وسائل تنفيذ السياسة الخارجية لألمانيا الاتحادية. إلى جانب وكالات الأنباء الدينية EPD و KNA و VWD.

* **رابعا: الولايات المتحدة الأمريكية**

كونت بعض الصحف الأمريكية عام 1848 في نيويورك جمعية أطلقت عليها اسم جمعية "أخبار الميناء  Harbour News Association"،  لتستفيد من خدماتها الإخبارية. وفي عام 1856 تبدل اسم هذه الجمعية إلى "New York Associated Press" وتبع ذلك قيام عدد من وكالات الأنباء الصغيرة في أنحاء مختلفة من الولايات المتحدة الأمريكية. وكان الهدف من إقامة تلك الوكالات، الاقتصاد في نفقات الحصول على الأنباء، وأدى اتجاه هذه الوكالات نحو التركيز في نشاطاتها إلى نشوء الاحتكارات الإعلامية داخل السوق الأمريكية.

يشترك في عضوية مجلس إدارة AP عدد من ممثلي الصحف والإذاعات الأمريكية، طبقاً لإسهاماتهم المالية، ويتكون مجلس الإدارة من 18 عضواً يتم انتخابهم مرة كل ثلاث سنوات، ويعين هذا المجلس المدير العام للوكالة. وتعمل الوكالة بشكل مستقل معتمدة في مواردها المالية على اشتراكات المشتركين فيها، وكان لها 34 مكتباً رئيسياً دائماً، ومئات المكاتب الصغيرة، وكانت تملك 600 ألف كم من خطوط التلغراف عبر أكثر من 100 دولة في العالم، وبلغ عدد موظفيها 7500 موظفاً. وتشكلت الوكالة أساساً على شكل جمعية تعاونية دون أهداف معلنة، وبلغ عدد المشتركين فيها 1778 صحيفة ومجلة أمريكية، و2042 محطة إذاعية وتلفزيونية. وكانت توزع في اليوم أكثر من 3 ملايين كلمة، على 8500 مشترك في العالم، وفي عام 1958 اندمجت كلاً من:

**وكالة United Press Association :** التي تأسست عام 1907 نتيجة لاندماج عدد من وكالات الأنباء الأمريكية المحلية، ولم تشترك هذه الوكالة منذ تأسيسها في الاحتكار الدولي للأنباء مفضلة العمل بحرية داخل سوق الأنباء العالمية، كجمعية تعاونية (شركة تجارية).

**وكالة International News Service :** التي تأسست عام 1909 وكانت عضواً في الاحتكار الدولي للأنباء،وشكلتا مع بعضهما بعد الدمج وكالة يونيتيد بريس إنترناشيونال  UPI. كمؤسسة تجارية عادية، لها 148 مكتباً في الولايات المتحدة الأمريكية، و100 مكتباً موزعة في مختلف دول العالم. وبلغ عدد موظفيها حوالي 10 آلاف موظفاً دائماً. ووزعت أكثر من 4 ملايين كلمة يومياً إلى 114 دولة في أنحاء العالم بـ 48 لغة. إضافة لامتلاكها قناة خاصة لتوزيع الصور الفوتوغرافية (أونيفاكس) تعمل على مدار الساعة. وبلغ عدد المشتركين فيها 3609 صحف، و2325 محطة إذاعية، و 528 محطة تلفزيونية، و622 مشتركاً خاصاً **(رولان كايرول: الصحافة المكتوبة والسمعية والبصرية. ترجمة: مرشلي محمد).**

تعتبر وكالات الأنباء الأمريكية أداةً فعالة من أدوات تنفيذ السياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية، بفضل الانتشار العالمي الواسع الذي تتمتع به، ولاعتماد الكثير من وسائل الإعلام الجماهيرية في شتى أنحاء العالم عليهم كمصدر لتلقي الأخبار العالمية. وهو ما أثبتته دراسات تحليل المضمون الإعلامي التي تناولت خدمات تلك الوكالات، حيث تبين أنها تعرض مختلف الموضوعات وفقاً لمفهوم السياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية، والأولويات التي تطرحها تلك السياسة، ومن خلال متابعتها لتطورات الأحداث من خلال الخبر والتعليق، واستخدام المصطلحات  **(محمد علي العويني: الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق)**

من المعروف أن وكالات الأنباء العالمية توزع أخبارها وفقاً لأولويات سياستها الإعلامية الخاصة، فإذا كان هناك خبراً عاجلاً وضعت في مقدمته عبارة  Snap أو Urgent التي ترتبط بالأصوات العالية التي تحدثها أجراس أجهزة استقبال الأخبار، بقصد التنبيه لأهمية الخبر، وأثبتت دراسات تحليل المضمون أن هذا التوزيع كان مطابقاً للسياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية في أكثر الحالات المدروسة.

وهذا يعني أن وكالات الأنباء العالمية الأمريكية تعتبر أداة من أدوات تنفيذ السياسة الخارجية الأمريكية، وتعكس الأدوات الأخرى التي تعتمد عليها السياسة الخارجية الأمريكية، إضافة لتمتع وكالات الأنباء بخصائص إضافية منها تعدد المصادر التي تستقي منها الأخبار، ومنافستها لغيرها من وكالات الأنباء العالمية في الحصول على الأخبار، وتوزيعها لتلك الأخبار على مشتركيها قبل حصول الوكالات المنافسة على تلك الأخبار. وهو ما يعرف في عالم الصحافة بالسبق الصحفي. إضافة لتمتع وكالات الأنباء الأمريكية بقدرات مالية وتكنولوجية هائلة، وكوادر مؤهلة كفوءة تجعل منها أكثر قدرة على التنافس من وكالات الأنباء العالمية في دول العالم الأخرى.

* **خامسا: في الفيدرالية الروسية**

أنشأ النظام الجديد في روسيا بعد استيلاء البلاشفة على السلطة عام 1917م وكالة التلغراف الروسية التي باشرت عملها ابتداء من عام 1918، وبعد قيام الاتحاد السوفييتي تغير اسمها إلى الوكالة التلغرافية للاتحاد السوفييتي TASS وكانت تابعة لمجلس الوزراء في الاتحاد السوفييتي السابق ويديرها أحد أعضاء المكتب السياسي للحزب الشيوعي السوفييتي، وكانت تجمع الأخبار في 60 دولة، وتوزعها على المشتركين في 40 دولة، إضافة لاحتكارها تجميع وتوزيع الأخبار داخل جمهوريات الاتحاد السوفييتي السابق، باعتبارها المصدر الوحيد والإلزامي لجميع الصحف السوفييتية. وكان يعمل في هذه الوكالة حوالي 1500 موظف، ومقرها موسكو، وكانت توزع حوالي 1500 كلمة في اليوم كلها نصوص رسمية وشبه رسمية.

بعد انهيار الاتحاد السوفييتي تحولت هذه الوكالة إلى وكالة ITAR TASS وتحولت فروعها في الجمهوريات السوفييتية السابقة إلى وكالات أنباء وطنية للجمهوريات المستقلة، وفي عام 1961 أنشأت الحكومة السوفييتية **وكالة نوفوستي** الصحفية، لإنتاج المواد الإعلامية التي تعكس أوجه الحياة في الاتحاد السوفييتي السابق، وتعد هذه الوكالة مكملة **لوكالة تاس** في الإعلام السوفييتي، الذي عمل في إطار السياسة السوفييتية الداخلية والخارجية.

وقد سارت وسائل الإتصال والإعلام الجماهيرية السوفييتية، في إطار النظام الشيوعي السوفييتي الذي استخدم الدعاية كوسيلة من الوسائل الأساسية لتحقيق أهدافه، من خلال الإقناع وغسل الأدمغة، والتلقين الإيديولوجي، والتركيز على وجهة النظر السوفييتية فقط، وإهمال كل وجهات النظر الأخرى. خاضعة تماماً لسيطرة الحزب الشيوعي السوفييتي، ولا سيما لجنته المركزية، ومكتبه السياسي.

لم تعرف وسائل الإتصال والإعلام الجماهيرية السوفييتية طيلة فترة حياتها السبق الصحفي، كما هي الحال في وسائل الإتصال والإعلام الجماهيرية في غرب أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية والدول السائرة على النمط الغربي. وكثيراً ما كانت تحدث أحداث جسيمة في الاتحاد السوفييتي نفسه وفي دول العالم الأخرى دون أن تنقلها وسائل الإتصال والإعلام الجماهيرية السوفييتية بناءً على تقدير السلطات السوفييتية. ولهذا كان المواطن السوفييتي ملماً بمسائل من نوع خاص يحصل عليها بناءً على حسابات السلطة السوفييتية وحدها، ولا يعرف الكثير مما يدور حوله من شؤون العالم.

وبهذا كانت **تاس** و**نوفوستي** أداة طيعة من أدوات دعاية السياسة الخارجية السوفييتية، حتى أن الكثير من الدول غير الشيوعية كانت تتجنب الاعتماد على **وكالة تاس**، وأن بعض تلك الدول اشتركت في **وكالة تاس** مجاملة للاتحاد السوفييتي كقوة عظمى آنذاك. وكانت تنشر حيزاً ضئيلاً جداً من الأخبار التي يوزعها الإعلام السوفييتي، وخاصة تلك التي تمس بشكل مباشر الاتحاد السوفييتي السابق وحلفائه المقربين. واقتصر اعتمادها على ما توزعه وكالات الأنباء الغربية فقط.