

## التحرير الإذاعي والتلفزيوني

يرى بعض الباحثين أن التحرير الصحفي هو نفسه الكتابة الصحفية ونفسه التحرير الإذاعي والتلفزيوني غير أن الدكتور فاروق أبو زيد في كتابه " فن الكتابة الصحفية " أشار الى ان مصطلح فن الكتابة الصحفية اكثر تحديدا ووضوحا من اصطلاح فن التحرير الصحفي والدليل على ذلك كما ذكر ان الباحثين يستخدمون اكثر مصطلح فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون في مجال السعي البصري اكثر من استخدامهم لفن التحرير الإذاعي والتلفزيوني .

ويمكننا تقديم تعريف اجرائي للتحرير الإذاعي والتلفزيوني بأنه : علم وفن صناعة الكلمة والقدرة على صياغتها بطريقة مناسبة وصحيحة لنقل الأحداث والأفكار والخبرات والقضايا والمشاكل الإنسانية إلى الجمهور المتلقي من خلال مادة صحفية سمعية بصرية بلغة سهلة وواضحة وبسيطة باستخدام الإذاعة أو

التلفزيون لجذب المتلقي والتأثير فيه.

وتكمن أهمية التحرير الإذاعي والتلفزيوني فيما يلي:

- التحرير هو علم وفن في آن واحد وهو الركن الهام الذي تركز عليه أي وسيلة إعلامية في عملها وإخراجها وهو كذلك الأساس لنجاح العمل الإعلامي وترقيته عند المتلقي.
- يغطي جوانب الحياة بأسلوب شيق وبسيط لكافة الفئات.
- تشكل أهميته أيضا في مسعاها لزيادة وتكثيف عدد الجماهير.
- جذب أنظار المعننين ودفعهم إلى الإعلان عن سلعهم.
- حلقة وصل بين الحدث أو الأحداث والجمهور أي هو وصل للإعلام بالجمهور.
- طريقة وسائل الإعلام في التعبير عن وجودها وخصوصيتها.
- يشرح ويفسر ويواكب الزمن لتطور المجتمع ونموه.
- مصدر سهل التناول يساعد على الاحساس بالمواكبة.

**خصائص التحرير الإذاعي والتلفزيوني:** يختلف التحرير الصحفي باختلاف النوع المستخدم لمعالجة

الحدث أو الظاهرة أو القضية وليس باستخدام الوسيلة الإعلامية.

ومن أهم الخصائص المميزة للتحرير له نجد ما يلي :

- يتضمن عناصر متعددة منها الكلمة المسموعة والسمعية البصرية والمكتوبة مربوطة بإشارات دلالية وصوت متنوع الأشكال مثل الموسيقى، الخلفيات الموسيقية والألوان.
- باعتباره عملا متكاملًا نجده يعتمد على جملة من الأسس والمفاهيم والقواعد التعبيرية والكتابية.
- يعتبر وسيط اجتماعي يتناول واقع الحياة بكل حقوقها وفروعها ويحيط المجتمع بتدخلاته وعلاقته وتشابكاته وتعقيداته ثم يثيره في رسالة إعلامية في قالب معين.
- يؤثر في الحياة ويتأثر بها في قلب الحدث فاعلا ومنفعلا، فهو بهذا المعنى مؤرخ من نوع متميز.
- التحرير الإذاعي والتلفزيوني أسلوب من أساليب الاتصال بالجماهير التي تضم التحرير الإذاعي والتلفزيوني وهو يستطيع الوصول إلى ذلك عن طريق وسائل الإعلام المختلفة.

- التحرير الإذاعي والتلفزي فن موضوعي يقرر الواقع ويرصده بصدق وأمانة وفن. وفي هذا يقول عبد القادر حمزة "يجب أن يكون الإعلامي حاضر البديهة حاضر الجواب على كل ما يدعى لأن يكتب فيه، وهو في ذلك لا يختار كما يفعل الأديب، بل الحوادث هي التي تختار له كل يوم ألوانا جديدة وتدعوه إلى أن يتجه إليها، وينتهي به الأمر إلى أن تنتسج أفق الأدب والعلم والخبرة عنده فيصبح وكأنه الموسوعة، بينما يكون الأديب بجانبه وكأنه كتاب في فن معين."

- يتعد التحرير الصحفي عن التهويل ويرصد الوقائع كما هي أي ترجمة ما يحدث وإخراجها في وسائل

الإعلام المختلفة.

لديه أهداف معرفية من حيث توصيل المعلومات والخبرات إلى الجمهور.

- يتميز بتأثيره الكبير في الرأي، بمعنى أن الأخبار تكون ذات قوة اكبر في تشكيل الاتجاهات العامة.

- هو فن عملي اجتماعي يهدف إلى التبسيط للجمهور من خلال واقعيته وعموميته .

- التحرير الإعلامي عمل جماعي وليس فردي ويصدر عن مؤسسة إعلامية.

- التحرير الصحفي يشترك طابعه من طابع الوسيلة ودوريتها لأي أن الوسيلة تخرج كل يوم وكل لحظة

ربما وهذا يعني أن الخبر يجب أن يكتب بسرعة فالخبر يوصف بأنه مادة كالبخبز سريع التلف.

- التكرار لكي يصبح التحرير مفهوما خاصة القنوات التلفزيونية والإذاعات تكرر ما تنجزه.

### عناصر التحرير الإذاعي والتلفزي:

تعتبر عناصر التحرير هي الأساس في الإعلام إذ تفسر عناصر معرفية من وقائع وأحداث وآراء وتعليقات وفي صيغ مناسبة وذلك عبر الكلام أو الصوت والصورة وهي بهذا المعنى تخص كل وسائل الاتصال بالجمهور، أو وسائل إعلام الجمهور هكذا يصبح الإعلام بهذا المعنى جسر اتصال بين الأفراد أو الجماعات الذين يملكون وسائل (messages) ومعلومات وآراء يرغبون في إيصالها إلى الجمهور عن طريق وسائل معروفة إعلامية داعمة التطور. تقوم هذه العملية الاتصالية في مجملها على أربع عناصر أساسية لا بد منها للكتابة الصحفية وهي :

- المرسل: (émetteur) وهو الفرد القائل أو من يوجه الرسالة للمتلقي (الصحفي المحرر).

- المتلقي أو الملتقط (récepteur) وهو الذي يتلقى ما يقدمه المرسل ويفهمه ويقبل عليه، وقد لا يفيد فيعرض عنه. وهذا يشمل المستمع والمشاهد.

- إدارة الإعلام أو الاتصال : وتعني الوسيلة الإعلامية التي تفترض القدرة على نقل المعلومات من المرسل إلى المتلقي (جريدة ، مجلة إذاعة تلفزيون، إنترنت...).

- الرسالة (message) : وهي مجموعة من الرموز الشفاهية أو الكتابية التي يصوغها ويحررها المرسل وفق أنواع وأجناس صحفية محددة. وتختلف الرسالة التي تقدم معنى أو مضمون في قالب خاص وكل لغة إعلامية معينة يفهمها الجمهور المتلقي وبها تصبح اللغة الإعلامية أحد أهم أركان الكتابة الصحفية لها مستوياتها وخصائصها.

أهداف التحرير الإذاعي والتلفزي : إذا نظرنا إلى التحرير الصحفي باعتباره عملية فنية وكخطوة من خطوات اصدار الصحيفة يهدف إلى تحقيق :

- جعل النص الصحفي الخبر أو الموضوع يتناسب مع سياسة المحطة الإذاعية والتلفزيونية.

- تحري الأخطاء التي قد ترد في الحقائق والمعلومات (الأرقام، الأسماء، العواصم، مثلا) وتصحيحها. - - جعل النص الصحفي يتناسب مع المدة الزمنية المحددة له.

### التحرير والرسالة الإذاعية

ترتبط فنون التحرير الإذاعي ارتباطا وثيقا بالكلمة المنطوقة، بينما فنون التحرير الأخرى ترتبط بالكلمة المطبوعة. ولقد أصبحت الكتابة المنطوقة أحد ملامح هذا العصر ، ولون جديد من الألوان الإبداعية التي فرضتها طبيعة الراديو والتلفزيون كوسائل اتصال جماهيرية تعتمد على الصوت البشري في التواصل مع الجماهير.

والأمر الذي زاد من أهمية فن التحرير الإذاعي هو الأداء الصوتي، إذ الكتابة الإذاعية لا بد أن تعتمد على الوقفات والسكنات والسكتات باعتبارها تؤدي دور علامات الترقيم في الكلمة المنطوقة، كما تحمل معان ودلالات أشبه ما تكون بوسائل الصحافة المطبوعة في الإخراج الصحفي كالمانشيتات والعناوين الفرعية، كل هذا من خلال صوت إذاعي وتلويحه بما يتلاءم مع معاني الكلمات المنطوقة.

و يعرف معجم مصطلحات الإعلام الكتابة للإذاعة بأنها: "الكتابة باللغة التي يستعملها الناس عادة والتي تتميز بالإيجاز والوضوح، لإثارة اهتمام عامة الناس كما تكتب للحديث، لا للقراءة".

لقد اتبع المذيعون مع بداية ظهور الإذاعة نفس أسلوب الكتابة الصحفية في تقديم الأخبار، لأن معدي النشرات كانوا قد تلقوا الأساس في الصحف. كما استعانوا ببعض الخطباء المفوهين.

وقد اتضح لهم تدريجيا أن أسلوب الكتابة الصحفية وكذلك اتباع الأساليب البلاغية ليست مما يناسب هذه الوسيلة الجماهيرية في بعض المواقف لعدة أسباب:

1- المستمع لا يستطيع استرجاع الخبر مرة ثانية إذا عجز عن إدراك معانيه أو فاتته بعض التفاصيل في المرة الأولى على نحو ما يفعل قراء الصحف

2- كثير من الكلمات التي تبدو ملائمة للكتابة الصحفية تكون ثقيلة على السمع عند قراءاتها.

3- تركيب بعض الجمل قد يؤدي إلى ما يشبه الصفير عند الإصغاء إليها.

4- وجد أن الجمل الطويلة غير مناسبة للإذاعة حيث يضطر المذيع إلى التوقف في منتصفها لانتقاط أنفاسه.

5- اتضح أن العرض القصصي للخبر أفضل من تقديم كل على حدة بترتيب أهميته .

وبناء على هذا قام معدو الأخبار في الإذاعة بتطوير للأسلوب الإذاعي بحيث يناسب هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة ، ولم يتم فرض أسلوب معين من البداية على كتابة الأخبار الإذاعية بل تمت عملية التطوير من خلال التجريب إلى أن الأسلوب الذي لقي قبولا واستحسانا من طرف الجمهور.

كما استحدثت الإذاعة أنماطا وأشكالا جديدة من البرامج التي لا تزال تعيش معنا حتى اليوم ، وبذلك فقد تم إرساء قواعد لأسلوب الكتابة الإذاعية الناجحة.

بينما تكتب الصحف والمجلات للعين ، فإن الأخبار الإذاعية تعد للأذن وهذا الاختلاف هو المفتاح لفهم طبيعة الفن الإذاعي .

وتعد الأذن عضوا أقل تعقيدا سواء بيولوجيا أو نفسيا وهي الحاسة المحبة للموسيقى والشعر، وقدرة الأذن على استيعاب قائمة طويلة من الوقائع محدودة ، بل أنها يمكن أن تسبب مللا وإرباكا للمستمع .

ونتيجة لذلك تحتاج الأذن إلى طريقة أسهل وأكثر مهارة لتقديم المعلومات، فوجدوا أن الأذن تستطيع استيعاب أسلوب الحديث العادي أو الأسلوب القصصي أو الروائي البسيط أكثر من الأسلوب

الصحفي الجاف المثقل بالحقائق. وفي ذلك يقول جيوف هاموند : Geoff Hammond أن كاتب الأخبار يجب أن يكتب كما لو كان يتكلم ، وليس كما لو كان يكتب" وقد سادت تعبيرات وأمثلة ومقولات تشرح وتفسر مهمة الكاتب الإذاعي وأسلوبه في خلق الصورة وبعث الحياة من خلال الكلمة المنطوقة ومنها :

لغة رجل الشارع:

من المتابعة المستمرة للبرامج الإذاعية والتلفزيونية يمكن أن ندرك بوضوح أن اللغة الإذاعية هي أقرب ما تكون إلى اللغة اليومية ولغة رجل الشارع، فهي تبتعد قليلا عن اللغة الفصحى وعن العامية فهي لغة ثلاثة لم يألفها التراث اللغوي التاريخ الممتد للكتابة العربية.

أسلوب الحديث أو المخاطبة أو التحدث:

تعتبر اللغة أساس المضمون الذي تحتويه الرسالة الإذاعية وسلامة اللغة تعد شرطا أساسيا لصياغة أي نص إذاعي، والسؤال الذي لا مفر من مواجهته وهو أي لهجة يجب أن يسود استخدامها؟ الفصحى أم العامية؟

وهنا يرى البعض أن اصطناع الفصحى في الإذاعة يطرد المستمعين الأमीين، لذا على الكاتب الإذاعي أن يعتمد أسلوبا خاصا في الكتابة هو أسلوب الحديث ، أو " المخاطبة ، أو " التحدث" ، وليس أسلوب الكتابة الذي يستخدم للوسائل المطبوعة.

أسلوب التحدث إلى صديق أو شخص يعرفه جيدا:

وهي طريقة قد تعين الكاتب كثيرا وهي أن ينسى كل شيء عن الراديو والميكرفون والجمهور عندما يجلس للكتابة، وأن يتذكر فقط أنه يتحدث إلى صديق أو شخص يعرفه جيدا، وسوف يجد نفسه في هذه الحالة يكتب بطريقة سهلة ومبسطة ومقبولة ومفهومة، مستخدما كلمات يغلب عليها طابع الألفة والمودة والبساطة وعدم التكلف.

يلخص الخبراء خصائص أو طبيعة الأسلوب الإذاعي في كلمات وجيزة وطريفة، فيقولون بأنه "الأسلوب الذي يصلح أن نخاطب به جدة في التسعين من عمرها لا تسمع جيدا تحتاج إلى وضوح وسرعة في الأداء، ونخاطب به طفلا لا يتجاوز عمره الرابعة عشر يحتاج إلى اختيار ألفاظ معينة تتفق مع هذا العمر)، ونخاطب به رجلا ناضجا (من حيث الأفكار)"

لذا يتفق الباحثون في فنون التحرير الإعلامي أن الأسلوب الإذاعي الذي يقوم على الأداء الصوتي ويخاطب الأذن، يختلف عن أسلوب الكتابة الذي يخاطب العين، فهو نمط اتصالي نتوصل به إلى أداء المعلومات والأفكار والتعبير عن المشاعر في أشكال فنية تتفصل عن وسيلة، الإعلام وإنما تصطبغ بصبغتها وتمتاز بمميزاتها.

وتهدف الكتابة للإذاعة الاتصال بالمستمع، وهذا يحتم أن يكون الأسلوب المتبع في الكتابة هو إيصال الأفكار والمعلومات بسرعة واختصار وبطريقة مقنعة حتى يسهل فهمها للمستمع.

وبدون مراعاة بعض الأسس والقواعد تفقد النصوص الإذاعية أهميتها كمضامين تلائم الإذاعة كوسيلة إعلامية و من بينها نجد:

أربعة أسس رئيسية هي:

**البساطة والوضوح:**

يجب أن تكون الكتابة للإذاعة بكلمات وألفاظ بسيطة وواضحة، ليتحقق الفهم السهل للكلمات والجمل والأفكار، ويتحقق الوضوح في النص الإذاعي من خلال استخدام ما يلي:

1. الجمل القصيرة والبسيطة.
2. الكلمات المعتادة والسرد المباشر للأفكار.
3. الابتعاد عن الأساليب اللغوية المعقدة.
4. ضرب الأمثلة واستعمال النماذج.
5. استخدام المعلومات التي يعرفها جيدا ويفهمها فهما وافيا حتى يتمكن من عرضها بوضوح.
6. يجب ألا يستعمل الكاتب أفكارا أو حقائق كثيرة للغاية، علما بأن الكلمات المستخدمة في النص الغرض منها هو نقل المعنى وجو الحديث أو فكرته..

### الدقة والاختصار:

تتطلب صياغة النصوص الإذاعية دقة الصياغة اللغوية واختيار كلمات تعبر عن المعنى المطلوب بألفاظ قليلة وجمل قصيرة بحيث تؤدي رسالتها التبليغية للمستمع، لكي يستوعب المعنى المقصود في يسر وسهولة. فالرسالة في الإذاعة ذات طبيعة خاصة فهي تصاغ بطريقة موجزة تعطي المعنى بسرعة والقاعدة الذهبية هي القول الشائع "ألا" نوجز فنخل وألا نطيل فنمل" ولا يتحقق ذلك إلا بمراعاة ما يلي:

- 1- إذا كانت حقيقة أو فكرة مهمة وجب التذكير.
- 2- تجنب استخدام الجمل الطويلة والمعاني المتشعبة التي تشتت ذهن المستمع وتبعده عن المعنى المقصود. 3- صياغة الجمل المنطوقة في عدد محدد من الكلمات، يستغرق إلقاؤها مدة زمنية محددة، لأن طول الجملة وصعوبتها يؤدي إلى فقد التركيز وعدم القدرة على الفهم والاستيعاب.
- 4- الابتعاد عن استخدام الكلمات المهجورة في اللغة.
- 5- تجنب المصطلحات الصعبة وغيرها من الغريب والشاذ.

### الحيوية:

يجب أن تتسم الكتابة للإذاعة بالحيوية حتى تجذب المستمعين وتحافظ باهتمامهم ولا يتحقق ذلك إلا عن طريق استخدام الكلمات المحددة المصورة التي ترسم المعنى، إلى جانب استخدام البدايات الجديدة مع الأمثلة والصور والحكايات، وكذلك استخدام الكلمات والعبارات والأفكار التي يسهل تلوينها صوتيا.

### التنوع:

توفر التنوع في الكتابة الإذاعية ضرورة إذ يمكن من خلاله الاحتفاظ باهتمام المستمع. ويتحقق التنوع باستعمال الجمل والفقرات أو المسامع ذات الأطوال المختلفة المتفاوتة في القصر والطول مع مراعاة تغيير سرعة الحديث بما يتماشى وترتيب الفقرات.

شروط النص الإذاعي وصفاته:

على الرغم من اختلاف أشكال النصوص الإذاعية وأنواعها، إلا أن هناك شروط وصفات للنص الإذاعي، وهي أشبه بمجموعة من الأساليب والقواعد العامة التي ينبغي توافرها في النص وهي:

### تحديد الهدف من النص:

إن هدف النص الإذاعي أو الغرض منه يعد المنطلق الأول لتحديد الأثر الذي يريد الكاتب أن يحققه في جمهور معين، فقد يكون الهدف هو الترفيه أو إثارة الاهتمام أو التنقيف أو الإرشاد، أو التوجيه لأن تحديد الهدف هو الذي يحدد له المعلومات المطلوبة وأفضل الأساليب للعرض والتناول عبر الإذاعة ومن ثم التأثير العقلي والعاطفي.

### تحديد الجمهور المستهدف:

إن تحديد هدف أي نص إذاعي يتطلب من الكاتب أن يحدد بدقة من هو الجمهور المستهدف الذي يتوجه إليه بالكتابة، وما الذي يريده لهم، أو ما يريده منهم، فقد يكون الجمهور المستهدف هم النساء، أو الأطفال أو العمال، أو الشباب، كما قد يكون جمهورا عاما، فالجمهور الذي نسعى للوصول إليه في كثير من الأحيان يتحكم في تحديد مواصفات البرنامج، ويفرض علينا شكلا معيناً لهذا البرنامج ووقته وأسلوبه ومادته.

### التشويق وإثارة الاهتمام

القاعدة الأساسية أن يكون البرنامج مشوقاً أياً كان الموضوع الذي يعرضه أو يتناوله وفي كل الحالات يكون للكلمة المسموعة أن تحكي وتشرح وتصف بطريقة حية ومسلية ومشوقة. وبفضل التشويق وإثارة الاهتمام أصبحت الإذاعة جهازاً إعلامياً محبوباً للجمهور مألوفاً لديهم ويرتبطون به ويقبلون عليه لليسر والسهولة التي تتمتع بها نصوصه وبرامجه الشائقة المثيرة للاهتمام وأحاديثه الجذابة والمفهومة والمقبولة.

ويجب أن يبدأ النص الإذاعي بإثارة الاهتمام على الفور، ومنذ السطور الأولى وأن يظل مشوقاً وجاذباً ومثيراً للاهتمام حتى ختامه حتى نضمن استمرارية متابعة المستمع المستهدف. يقول جورج هاو: "إن" المشكلة التي تواجه كتاب الأخبار في أسلوب السرد المباشر، هو كيف يمسك الكاتب باهتمام القارئ منذ البداية، كما أن الفقرة الأخيرة يجب أن تكون اسرة له وتثير اهتمامه".

### الخضوع لعامل الوقت:

تخضع برامج الإذاعة خضوعاً كاملاً لعامل الوقت، ليس لأن هذه البرامج ينبغي أن تقدم وتنتهي في مواعيد ثابتة ومنتظمة فقط، ولكن لأن طبيعة ونوع كل برنامج يحتم أن يستغرق تقديمه وقتاً محدداً وسواء أكان البرنامج يومياً أو أسبوعياً أو شهرياً، فهناك برامج تستغرق خمس دقائق، والبرامج التي تستغرق ربع ساعة أو نصف ساعة أو ساعة كاملة وفقاً لطبيعة البرنامج ونوعه والهدف منه، ووفقاً للسياسة التي تنتهجها المحطة ووفقاً لهذين الاعتبارين:

أ- الاعتبار المتعلق بضرورة تقديم البرامج وانتهائها في مواعيد محددة.

ب- الاعتبار الذي يتعلق بأن طبيعة ونوع كل برنامج والغرض منه، يحتم أن يقع البرنامج في مدة زمنية محددة.

فإن النص المكتوب للبرنامج لا بد وأن يخضع لهذين الاعتبارين بكل دقة، بحيث يستغرق البرنامج الوقت المخصص له، دون زيادة أو نقصان؛ لأن هذا من شأنه أن يخل بانتظام وثبات مواعيد تقديم البرامج الأخرى، ويؤثر بالتالي على علاقة المستمع بالمحطة التي تبدو أمامه وكأنها خليط من المواد التي تقدم في أي وقت أو مثل الصحيفة التي لا يعرف أحد موعداً محددة لصدورها.

### مراعاة الذوق والآداب العامة:

هذه الخاصية نابعة من طبيعة الإذاعة كوسيلة تخاطب الأسر وتوجد باستمرار داخل المنازل، دفعت الكثير المحطات الإذاعية إلى وضع لوائح وضوابط تحدد ما يذاع وما لا يذاع للاعتبارات الأخلاقية والأعراف السائدة والسياسة التي تنتهجها المحطة وتختلف من بلد إلى آخر حسب التقاليد والأعراف

السائدة في كل منها. إذ لا يقبل بحال من الأحوال تقديم نص إذاعي ومواد تتضمن جريمة، أو مقامرة، أو ما يتعلق بالفجور والسفور وتناول الخمر أو المواد التي تتعرض للأديان بشكل محرف أو مضلل أو خاطئ.

### التحرير التلفزيوني:

لغويا التلفزيون : مكون من مقطعين télé ومعناه عن بعد و vision ومعناه الرؤية أي هو الرؤية عن بعد.

علمياً: هو طريقة إرسال وإستقبال الصورة والصوت من مكان لآخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والأقمار الصناعية.

تظل الكتابة للصورة الهم الرئيسي و الشغل الشاغل للصحافيين بالتلفزيون. الجميع يعترف بأنها مهارة ليست هينة، و إتقانها و التمكن منها يحتاج عملاً دؤوباً لسنوات.

و رغم تعدد و تنوع طرق بناء الموضوعات الصحافية و إدخالها في السياق الجذاب للمتلقين، فإن عالم الصحافة التلفزيونية يظل محكوماً لحسن الحظ ببعض الخصائص الموحدة التي يساعد الإلمام بها على تسهيل مهمة الصحافيين الجادين في إيصال الحقيقة بصورة مبتكرة من بينهانجد مايلي:

- يخاطب التلفزيون حاستي السمع والبصر وهذا يؤدي إلى الاستحواذ التام على انتباه المتلقي.

- يجمع عناصر الصوت والصورة والحركة المؤثرة في الجمهور.

- يجمع خصائص المسرح والسينما والإذاعة والصحافة.

- يتطلب التفرغ له والتركيز لمتابعته.

- يجذب جميع الفئات العمرية والطبقات والشرائح في المجتمع.

- يعتبر أقرب وسيلة للاتصال المواجهي من خلال استثمار حاستي السمع والبصر.

- يتسم التلفزيون بالأنية والسرعة في نقل الأخبار والأحداث مصورة كما تقع في أي ركن من أركان المعمورة لحظة وقوعها.

- يؤدي التلفزيون دوراً حضارياً وثقافياً في التقريب بين الشعوب والتواصل الإنساني.

- له تأثير نفسي على المشاهد بحكم التراكم الطويل من التعرض له.

- يساعد التلفزيون على عملية التقمص الوجداني وهو القدرة على فهم الحالة الذهنية لشخص آخر.

- له دور في عملية الاتصال السياسي وصنع القرار والتنشئة السياسية للأفراد.

- التنقيف والتعليم والتربية أهم خصائصه.

- التنقيف الجماهيري والتعبئة المعنوية والدينية والسياسية والاقتصادية والرياضية والفنية ويساعد على نقل التراث والثقافة من جيل إلى آخر، وعامل توحيد الأفكار والمشاعر والمواقف بين أفراد الوطن الواحد

- شعبية التلفزيون وانتشاره الواسع حيث يتعرض له غالبية أفراد المجتمع.

- الجاذبية من خلال استعمال الصورة والألوان يصعب مقاومة إغرائها.

- القدرة على تقديم دقائق الأمور بوضوح، وتكبير الأشياء الصغيرة وتحريكها.

- يقدم الشخصيات البارزة إلى المشاهد ويعرفه عليها عن كثب.
- وسيلة مهمة في الإقناع والوصول إلى الأفراد.
- قدرة عالية في مخاطبة الرأي العام والتأثير فيه.
- الاعتماد على الحديث وليس على النصوص.
- التكرار وإعادة تقديم البرامج أكثر من مرة.