

الإعلام الزراعي

الجزء العملي

الفصل الأول

مفهوم التدريب الإذاعي

مفهوم التدريب :

المفهوم اللغوي للتدريب : فى المعجم الوجيز : درب فلاناً على الشيء وعليه وفيه أى عوده ومرنه وتدريب فلان أى تعود وتمرن .

المفهوم الإصطلاحى للتدريب : التدريب هو تنمية مهارات وخبرات وقدرات الكوادر البشرية العاملة فى مجال الإعلام (سوزان القليني : ٢٠٠٦ : ١١) .
التدريب هو نشاط منظم مستمر يركز على الفرد لتحقيق تغير فى معارفه ومهاراته وقدراته الفنية لمقابلة احتياجات محددة فى الوضع الراهن والمستقبلي فى ضوء متطلبات العمل الذى يقوم به وتطلعاته المستقبلية لدوره فى المجتمع .

وهو وسيلة علمية عملية تهدف إلى رفع كفاءة العنصر البشري من خلال صقل قدراته وتنمية مهاراته وتغيير اتجاهاته وتزويده بالمعلومات لضمان تحقيق التوازن الحقيقى المنشود بين الأهداف التدريبية من ناحية والنتائج التدريبية المحققة من ناحية أخرى (عامر : ١٩٩٧ : ٥٩) .

أنواع التدريب :

يوجد رأيان يبينان أنواع وأشكال التدريب الإعلامي وهما :

أولاً : رأى يرى أن التدريب الإعلامي يمكن تقسيمه إلى عدة أنواع هي (١) :

* التدريب العملى أثناء الدراسة النظامية الأكاديمية فى المؤسسات

الإعلامية لبعض الوقت وفق التخصص المطلوب .

* التدريب التأهيلي للمبتدئين قبل تولي العمل لكي يتعرفوا على طبيعة

العمل الذى سيلتحقون به .

* التدريب التنشيطى ويستخدم لتحديث المعلومات لمواكبة كل ما هو

مستحدث ومتطور فى مجال العمل .

* التدريب التأهيلي للمناصب الأعلى قبل توليها .

* التدريب التخصصى ويعنى تدريب مجموعة من العاملين على أداء

عمل معين مرتبط بعملهم الأسمى بهدف إكسابهم مهارات فنية جديدة أو

رفع مستوى أدائهم .

* التدريب لتغيير التأهيل لبعض العاملين لتولى أعمال جديدة .

ثانياً : رأى آخر يرى أن التدريب الإعلامي يأخذ عدة أشكال هي (١) :

(١) فوزية فهميم، تأهيل الكوادر الإعلامية، ورقة بحث مقدمة لندوة الإعلام الإسلامى بين تحديات الواقع

وظموحات المستقبل، القاهرة، مؤسسة اقرأ الخيرية، مايو ١٩٩٢ .

(١) التدريب الأكاديمي :

ويتم هذا النوع من التدريب فى المؤسسات التعليمية الأكاديمية ككليات الإعلام الحكومية والخاصة أو أقسام الإعلام فى الجامعات الإقليمية أو أكاديميات الإعلام المختلفة فى إطار برنامجها الدراسي سواء بمدرسين من الداخل أو من الخارج .

(٢) التدريب فى البيئة الإعلامية :

ويقصد به التدريب الذى يتم داخل المؤسسات الإعلامية من خلال المشاهدة والاطلاع والملاحظة لخطوات العمل المختلفة داخل هذه المؤسسات وليس ضرورياً فى هذا النوع من أنواع التدريب أن يقوم المتدرب بإنتاج إعلامي حيث تحل الملاحظة والمشاهدة والمعاشية محل الإنتاج الفعلى وتزيد من معارف المتدرب ومداركه نحو خطوات العمل الإعلامى .

(٣) تدريب الدورات :

ويتم من خلال دورات تدريبية متخصصة فى مجال معين من مجالات العمل الإعلامى مما يساعد المتدرب على اكتساب معارف وخبرات ومهارات جديدة حيث يقوم هذا النوع من التدريب على قيام المتدرب فى أغلب الأحيان بإنتاج إعلامي بسيط فى مجال التخصص .

(١) سوزان القليني ، التدريب والإنتاج الإعلامى ، سلسلة التدريب الإعلامى ، القاهرة ، دار الإيمان للطباعة ، ٢٠٠٥ - ٢٠٠٦ ، ص ١١ - ١٢ .

(٤) التدريب الدورى :

وهذا النوع من التدريب تختص به المؤسسات الإعلامية لتنمية مهارات وقدرات العاملين بها بشكل دورى للتدريب على كل ما هو جديد ومستحدث فى مجال التكنولوجيا أو للإطلاع على أحدث ما وصل إليه التخصص فى المجال المهنى وتهتم المؤسسات الأكاديمية بالأنواع الثلاثة الأولى للتدريب لرفع كفاءة وقدرات طلابها ليستطيعوا أن ينافسوا فى سوق العمل الإعلامى. وكانت المؤسسات الإعلامية تقوم عادة بإعداد ثلاث أنواع من الدورات التدريبية هي^(١) :

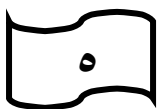
(١) الدورات التحريرية :

فى الإذاعتين المسموعة والمرئية، والصحافة، مثل دورات متخصصة للمحررين فى شؤون الأخبار، وقد يأخذ ذلك صورة التدريب العملى، أو التدريب أثناء ممارسة العمل - كما سبق ذكره - ويقوم به عادة الرؤساء المباشرين فى كل تخصص، أو الموظفون القدامى نوى الخبرة وقد يقوم به خبراء متخصصون .

(٢) الدورات الفنية :

فى الإذاعتين المسموعة والمرئية والصحافة أيضاً، بحيث تقوم بتأهيل مستخدميها داخل المؤسسات ذاتها، أو من خارجها من قبل بائع

^(١) محمد فريد عزت ، إدارة المؤسسات الإعلامية ، القاهرة ، العربي للنشر والتوزيع ، ١٩٩٤ ،



***** تدريبات إذاعية *****

التكنولوجيا، للتعامل مع الماكينات، والمعدات الإلكترونية، أو لتدريبهم على مهارات فنية مثل التصوير، والتحميض والطبع والإخراج.. إلخ.

(٣) الدورات الإدارية :

فى الإذاعتين المسموعة والمرئية والصحف، بحيث تقوم بتدريب مستخدميها على الشؤون المالية، والإدارية، والتنظيمية والتخطيطية، والبرامج القيادية والإشرافية والمكتبية وغيرها..

أهمية التدريب :

التدريب هام وضرورى لتنشيط العمل فى المؤسسات الإعلامية وهو يساهم مساهمة فعالة فى رفع قدرة وفعالية هذه المؤسسات ، وعن طريق التدريب يمكن تحقيق الآتى :

* خفض الوقت المخصص لتعليم الإعلاميين الجدد فيما لو تدربوا من خلال ممارسة العمل بشرط الاستعانة بالمدرين والمهرة ومنهج تدريبي متكامل لتحقيق المهارات المطلوبة وبالتالي مزيد من الإنتاجية فى العمل .

* رفع كفاءة الإعلاميين القدامى وتحديث معارفهم وتنشيطهم وتحفيزهم على العمل .

* تنمية روح الانتماء للمؤسسات الإعلامية عن طريق تبادل الآراء حول مشكل العمل والمشاركة فى وضع الحلول لهذه المشاكل .

* تبادل الآراء بين المتدربين والرؤساء فى قاعات التدريب يخلق جواً من التآلف بينهم ويوفر الروح الأسرية والاجتماعية .

***** تدريبات إداعية *****

* تبادل الخبرات عن طريق تبادل الزيارات بين المؤسسات الإعلامية فى الداخل والخارج واكتساب الخبرات الجديدة عن طريق المنح الدراسية فى الخارج .

* توفير تعلم اللغات الأجنبية وبرامج الكمبيوتر وخلافه .

* اكتساب المهارات التى تؤهل المناصب الأعلى .

* وأخيراً ليس أخراً فإن التدريب المستمر يوفر للإعلامى الثقة بالنفس والاطمئنان إلى مستوى أدائه .

تحديد الاحتياجات التدريبية :

وتحديد الاحتياجات التدريبية لأى مؤسسة من المؤسسات الإعلامية يتطلب الآتى :

* دراسة أهداف وسياسات المؤسسة قصيرة الأجل وطويلة الأجل ومواردها المتاحة والظروف المحيطة الداخلية والخارجية .

* وضع بيان تفصيلى بالإجراءات اللازمة لتحقيق الأهداف من خلال الموارد البشرية والمادية المتاحة مع الأخذ فى الاعتبار الجهد الجسمانى والعبء النفسى للوظيفة والمناخ الاجتماعى المحيط .

* تحديد الهيكل التنظيمى للمؤسسة الذى يميزها عن غيرها من المؤسسات ومدى وضوح خصائص هذا التنظيم لدى أفراد المؤسسة لأن المناخ السائد فى المؤسسة من الممكن أن يشكل أحد العوامل الأساسية التى تؤدى إلى نجاح أو فشل البرنامج التدريبى، وعادة يقاس هذا الوضوح

***** تدريبات إذاعية *****

عن طريق الاستقصاء والمقابلة الشخصية كما يمكن شرح الهيكل التنظيمي عن طريق الندوات والمؤتمرات .

* تحليل الوظيفة بهدف تحديد مكونات البرنامج التدريبي وهذا يتطلب تجميع البيانات الخاصة بالوظيفة والمواصفات المطلوبة لشاغل الوظيفة والمهارات والمؤهلات التي يجب أن تتوفر لديه مع التركيز على معدلات الأداء المطلوبة والأعمال التي يجب أن يؤديها وطريقة الأداء .

* تحليل القوى العاملة لتحديد الحالات التي هي في حاجة إلى تدريب وأى نوع من التدريب هي في حاجة إليه ولتحديد ما إذا كان العاملون ذوى الأداء المنخفض سوف يحققوا أداء أفضل من خلال التدريب أو من الأفضل نقلهم إلى وظائف أخرى أكثر ملاءمة لهم بعد معرفة أسباب انخفاض الأداء ومدى إمكانية التغلب عليها عن طريق التدريب .

أهداف التدريب الإعلامي (١) :

يعمل التدريب الإعلامي على تحقيق مجموعة من الأهداف المتكاملة يمكن بلورتها فيما يلي :

الهدف الأول :

هو تنمية مهارات وقدرات الكوادر الإعلامية من مختلف التخصصات وتمكينهم من استغلال الطاقات والقدرات المتاحة لديهم .

(١) عبد الحليم عامر ، التعليم والتدريب فى اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، مجلة الفن الإذاعى ، العدد



الهدف الثاني :

تزويد الكوادر الإعلامية فى كافة مجالات العمل الإعلامى بالمعارف والمعلومات اللازمة للارتفاع بمستوى أدائهم لأعمالهم .

الهدف الثالث :

تطوير اتجاهات الكوادر الإعلامية فى شتى مواقع العمل الإعلامى نحو صالح أداء العمل وتحقيق أهدافه .

وهذه الأهداف تأتى فى إطار الأهداف العامة للتدريب كما اتفق عليها العلماء والباحثون وهى على التوالى :

* هدف المهارة .

* هدف المعرفة .

* هدف الاتجاه .

عناصر التدريب الإعلامى :

وتتمثل العناصر الأساسية لمنظومة التدريب فيما يلى (١) :

١- أهداف العملية التدريبية :

وترتكز أساساً على هدف تنمية الموارد البشرية، وتتلخص فى :

* تنمية المهارات .

* زيادة المعلومات .

* صقل القدرات .

* تغيير الاتجاهات أو تعديلها أو التأكيد على صحتها .

(١) عبد الحليم عامر ، مرجع سابق ، ص ص ٥٩ - ٦٠ .

***** تدريبات إذاعية *****

٢- مدخلات العملية التدريبية:

وتتكون من ثلاثة عناصر أساسية:

أ- مدخلات بشرية:

المتدربون، المدربون، والعناصر البشرية المساعدة من مشرفين وإداريين .

ب- مدخلات مادية:

الأموال، المعدات، المعينات والأجهزة التدريبية، المباني .

ج- مدخلات معنوية :

النظريات، البحوث، الدراسات، النظم والإجراءات، الحقائق والمشكلات .

٣- العمليات الخاصة بالتنفيذ :

أ- عمليات تحضيرية: أهداف البرامج التدريبية، البرامج التدريبية الإمكانات

اللازمة، تحديد مستوى الأداء المتوقع .

ب- عمليات تنفيذية : نقل المهارات، نقل المعارف، نقل الخبرات، تغيير

الاتجاهات .

ج- عمليات تكميلية : متابعة التدريب، تقييم الأداء التدريبي والبرامج

التدريبية .

٤- مخرجات العمليات التدريبية :

أ- مخرجات إنسانية : متدربون ذو خصائص ومهارات وقيم واتجاهات

ومعارف جديدة .

ب- مخرجات مادية : ارتفاع معدل الأداء وتحسين طرق العمل، وزيادة

الإنتاجية، زيادة الأرباح .

٥- رجع الصدى :

ويتمثل فى تقييم عائد العملية التدريبية ومقارنة مخرجاتها بالأهداف المحددة مسبقاً للعملية التدريبية بما يفيد فى تطوير العملية التدريبية بصفة مستمرة .

الأساليب التدريبية :

ولابد من اختيار الأسلوب التدريبى المناسب لنوع التدريب المطلوب التركيز عليه، فمثلاً إذا كان الهدف من التدريب هو إكساب الدارس مهارة يدوية فلا يمكن أن يتأتى ذلك بدون أن يحصل على تدريب عملى ميدانى تطبيقى يمارس فيه العمل تحت إشراف المدرب وبالتالي لن يكفى هنا أسلوب المحاضرة النظرية على سبيل المثال، وأساليب التدريب متنوعة وهى مفيدة فى جميع البرامج التدريبية وهى كالاتى :

- * المحاضرة النظرية .
- * المحاضرة النقاشية .
- * المناقشة الجماعية .
- * شحذ الفكر أو ما يطلق عليه Brain Storming .
- * الندوة .
- * تقمص الأدوار لحل المواقف .
- * الشرح العملى والتطبيقى .
- * الزيارات الميدانية للمواقع .

تحديد الأهداف التدريبية :

ولابد من تحديد الأهداف التي يتوخاها البرنامج التدريبي قبل البدء فى تنفيذه ثم تحدد الإجراءات والمحتوى والطرق المناسبة للوصول إلى هذه الأهداف وفى النهاية يقاس الأداء وتقيم النتائج فى ضوء الأهداف التي حددت من قبل، والهدف هنا يعنى التغيير المنشود فى المتدرب أو السلوك الأداى المستهدف من المتدرب بعد استكمال التدريب سواء كان هذا السلوك مرئياً أو مدركاً، كما أن النص على أهداف البرنامج التدريبي تعنى الإشارة إلى صفات يمكن قياسها وملاحظتها فى المتخرجين من هذا البرنامج حتى يمكن تحديد ما إذا كان البرنامج قد حدد أهدافه أم أخفق فى ذلك، وهذا يعنى أن فى غيبة الأهداف المحددة تحديداً واضحاً يصعب تقييم المنهج أو البرنامج التدريبي كما لن تكون هناك أسس لاختيار المواد المناسبة والمحتوى وطرق التدريب وأدواته .

تقييم نتائج التدريب :

لا شك أن الهدف النهائى لأى برنامج تدريبي هو تحسين الأداء عملياً بمعنى أن تطبق عند العودة إلى العمل المعارف والمهارات والاتجاهات التي اكتسبت أثناء التدريب بشرط أن يتوفر الجو الملائم لهذا التطبيق . فقد تكون هناك عوامل تعوق دون تحويل التعليم المكتسب عن طريق التدريب إلى سلوك مثل الافتقار إلى القيادة الصالحة غير الواعية بأهمية التدريب، وقد يتمثل العائق فى عدم توفر الإمكانيات المادية أو الأجهزة اللازمة التي يطبق بها المتدرب ما تعلمه، وقد يكون العائق أيضاً فى بعد برامج التدريب عن واقع

***** تدريبات إذاعية *****

العمل الفعلى كالتريز على المناهج النظرية وإغفال التطبيق أو عدم مراعاة التدرج المنطقى للمنهج، ومثل هذه المعوقات وغيرها قد تجعل عائد التدريب معدوماً بالإضافة إلى الأثر النفسى السئ الناتج عن الشعور بالقدرة على إفادة العمل فى ظروف غير مشجعة أو غير مساعدة.

معوقات التدريب :

ولكى يؤتى التدريب الإعلامى ثماره المرجوة فى تشكيل الرسالة الإعلامية وفى بناء وتأهيل رجل الإعلام الواعى المستتير لابد من تحديد الاحتياجات التدريبية على المدى الطويل لخطة إعلامية طويلة الأجل فغالباً ما تبنى سياسة التدريب على أساس مواجهة الاحتياجات العاجلة التى يتطلبها العمل الإعلامى، ولابد من النظر إلى التدريب على أنه نشاط من الدرجة الأولى مكمل لخطط وأهداف المؤسسة الإعلامية تعد له المراكز التدريبية وتجهز بالإمكانات والمعينات التدريبية اللازمة التى تجعل من العملية التدريبية واقعاً ملموساً.

والتدريب لابد أن يكون شرطاً أساسياً عند التعيين للإعلاميين الجدد ولا يسمح لأى منهم بممارسة العمل قبل اجتياز الدورات التدريبية التأهيلية اللازمة، كما يجب ربط الترقى فى العمل بالتدريب واجتياز الدورات التدريبية اللازمة لشغل الوظائف الأعلى، فعلى سبيل المثال هناك وظيفة "مساعد مخرج" فى كل من الإذاعة والتلفزيون، فلكى يرتقى إلى وظيفة "مخرج" لابد أن يجتاز الدورة التدريبية الخاصة بالإخراج فى معهد الإذاعة والتلفزيون، علماً بأنه لى يعمل مخرجاً مساعداً لابد أن يكون قد اجتاز الدورة التأهيلية للإذاعيين عند بدء

التعيين ثم دورة مساعدى الإخراج قبل السماح له بممارسة العمل "كمساعد مخرج" وهكذا .

التدريب الإعلامى فى اتحاد الإذاعة والتليفزيون (١) :

فالتدريب الإعلامى بدأ مع بداية ممارسة العمل الإعلامى الإذاعى، منذ إنشاء الإذاعة المصرية فى ٣١ مايو ١٩٣٤، ولكن ليس فى شكل تعليم منهجى وتدريب عملي منتظم وإنما كان التدريب بالممارسة حيث علم الإذاعيون المصريون الرواد أنفسهم ثم قاموا بتعليم وتدريب الأجيال الجديدة من الإذاعيين، وهو ما يطلق عليه التدريب من خلال العمل On Job Learning .

وبعد قيام ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ والتي بدأ معها العمل فى كافة المجالات لوضع أسس النهضة المصرية.

وكان الإعلام من المجالات التى حظيت باهتمام خاص ومبكر لأهمية دوره فى دعم جهود الثورة وتجسيد مبادئها وأهدافها.. وكان أيضاً إنشاء أول معهد للتدريب الإعلامى وهو معهد التدريب الإذاعى فى عام ١٩٥٣، وبداية التدريب الإعلامى العلمى والعملى المنتظم، ومع الاتجاه نحو تدعيم البنية الإعلامية ومواكبة تكنولوجيا الاتصال الحديثة كان إنشاء معهد التدريب الهندسى عام ١٩٥٨ تحقيقاً لهذا الهدف، ثم إنشاء معهد التدريب التليفزيونى عام ١٩٦١ ليواكب من البداية مرحلة بدء الإعلام التليفزيونى وتأهيل الكوادر

(١) عبد الحليم عامر ، مرجع سابق ، ص ٦٤ .

***** تدريبات إذاعية *****

الإعلامية التي تنهض برسالته، ومع التوسع فى الأنشطة الإعلامية المتخصصة المدعمة للإعلام الإذاعى والتلفزيونى، وتزايد حجم الأعمال الإدارية مع تزايد الأنشطة والخدمات الإعلامية الجديدة، كان إنشاء معهد التدريب الإدارى عام ١٩٦٢ .

ثم جاء توحيد معاهد التدريب فى جهة مركزية واحدة مواكباً لتطور الإعلام الإذاعى والمسموع والمرئى بإنشاء اتحاد الإذاعة والتلفزيون عام ١٩٧٠ كجهاز موحد له شخصيته الاعتبارية (هيئة عامة ثم هيئة قومية) يتولى شئون الإعلام الإذاعى المسموع والمرئى فى جمهورية مصر العربية، وما تبعه من بدء تنظيم العمل الإعلامى على أسس جديدة تقوم على مبدأ "المركزية فى التخطيط واللامركزية فى التنفيذ" على مستوى العمل الإعلامى ككل وعلى مستوى كافة الأنشطة الإعلامية وفى هذا الإطار أنشئ "معهد الإذاعة والتلفزيون" فى ١٥/٦/١٩٧١ ليكون الجهة المركزية الرئيسية المعنية بشئون التدريب الإعلامى فى اتحاد الإذاعة والتلفزيون، والتي تضم كافة معاهد التدريب القائمة فى ذلك الوقت، وما ينشأ منها فيما بعد، وقد جاء هذا التطور ليمثل نقطة تحول رئيسية فى نشاط التدريب الإعلامى بالاتحاد، حيث أصبح يعمل وفقاً لسياسة تدريبية عامة، وخطط علمية ومرحلية تكفل تلبية كافة الاحتياجات التدريبية لتنمية وتأهيل الكوادر الإعلامية بالاتحاد فى مختلف الأنشطة والتخصصات .

مجالات وأنشطة التدريب الإعلامى فى اتحاد الإذاعة والتلفزيون :

*** التدريب الإذاعى : معهد التدريب الإذاعى .**

*******تدريبات إذاعية*******

* **التدريب التلفزيونى** : معهد التدريب التلفزيونى •

* **التدريب الإدارى** : معهد التدريب الإدارى •

* **التدريب فى مجال نظم المعلومات** : معمل نظم المعلومات والحاسبات الآلية •

* **التدريب فى مجال اللغات** : معمل اللغة العربية، معمل اللغات الأجنبية الحية •

* **التدريب الهندسى** : معهد التدريب الهندسى •

* **تدريب الإعلاميين الأفارقة**: معهد تدريب الأفارقة •

* **التدريب فى الخارج** : فى العديد من الهيئات الإذاعية والمؤسسات الإعلامية فى دول العالم المختلفة •

ويقوم معهد الإذاعة والتلفزيون بشعبه الثلاث بعقد دورات وندوات وحلقات

نقاشية فى شتى المجالات الإعلامية ليس فقط للعاملين فيه بل يمتد إلى

الإعلاميين فى الدول العربية والإسلامية والأفريقية فى المجالات الآتية :

الدورات العامة:

* إعداد العاملين الجدد أو حديثى العهد بالعمل الإعلامى فى الإذاعة

والتلفزيون عند بدء تعيينهم أو عملهم فى دورات عامة برامجية فى مختلف

الفنون الإذاعية المسموعة والمرئية •

***** تدريبات إذاعية *****

دورات متخصصة مثل :

* دورات فى اللغة العربية والإلقاء •

* إعداد وكتابة السيناريو •

* إخراج وإنتاج البرامج الإذاعية والتليفزيونية •

* الأخبار والبرامج الإخبارية الإذاعية والتليفزيونية •

* التصوير السينمائى والتليفزيونى والفيديو •

* التخطيط الإعلامى •

* نظم وتكنولوجيا المعلومات •

* الإذاعات الإقليمية •

* الإعلام العلمى والتكنولوجى •

* برامج الأطفال •

* إدارة الأزمات والكوارث •

* الشئون المالية والإدارية •

* لغات وأنظمة الحاسب الآلى •

* الرسوم المتحركة والخدع والمؤثرات •

***** تدريبات إذاعية *****

وغير ذلك من الفنون الإذاعية بمختلف تخصصاتها، وقام معهد الإذاعة والتلفزيون إيماناً منه بأهمية إجادة اللغة العربية واللغات الأجنبية بتدريب : * ٨٠٠ متدرباً على اللغة العربية والإلقاء لزيادة مهاراتهم اللغوية وإتقانها، بالإضافة إلى ٨٨٥ متدرباً على اللغات الأجنبية الحية الإنجليزية والفرنسية، الألمانية فى المراكز المتخصصة فى هذا المجال وهى :

أ- المجلس الثقافى البريطانى .

ب- الجامعة الأمريكية .

ج- المركز الثقافى الفرنسى .

د- معهد جوته الألمانى .

هـ- جامعة القاهرة .

و- جامعة عين شمس .

ز- معهد القوات المسلحة للغات .

ح- المعهد البريطانى الدولى .

معمل نظم المعلومات :

ولكى تساير العملية التدريبية المستحدثات فى تكنولوجيا العصر بعد التوسع فى استخدام الحاسبات الآلية فى كافة نواحي الحياة، بل امتد ليشترك فى إخراج البرامج وتحسين الصورة على الشاشة المرئية؛ فقد أنشأ الاتحاد معملاً

***** تدريبات إذاعية *****

لنظم المعلومات ليتدرّب فيه العاملون في الاتحاد في مختلف التخصصات التي أصبح للحاسب الآلي دور فيه وأقبل الإعلاميون في الاتحاد على الالتحاق بالدورات التي تعدّ خصيصاً لكل تخصص .

إنشاء معمل للغات :

ولقد توجّه اهتمام الاتحاد بتعليم اللغات سواء العربية أو الأجنبية أن بدأ في اتخاذ الإجراءات لإنشاء معملين :

* معمل للغة العربية .

* معمل للغات الأجنبية .

لجنة تنمية الكوادر الإعلامية :

وليس أدل على اهتمام اتحاد الإذاعة والتلفزيون من إنشاء لجنة تنمية الكوادر الإعلامية منبثقة من مجلس الأمناء باتحاد الإذاعة والتلفزيون تضم خيرة رجال الإعلام والجامعات ورواد العمل الإعلامي لرسم سياسات تنمية الكوادر الإعلامية في الاتحاد وتنسيق متكامل مع معهد الإذاعة والتلفزيون في منظومة هدفها تنمية مهارات العاملين بالاتحاد وتزويدهم بكل ما هو جديد في العمل الإعلامي .

وأصبح التطوير والتوسع ضرورة ملحة وهامة لنشاط التدريب في الاتحاد وخاصة ونحن على أعتاب القرن الواحد والعشرين بما يحمله من متغيرات متلاحقة وسريعة في آن واحد ومع إيماننا بأن الإعلام هو لغة القرن المقبل . وقد تطلب الأمر التخطيط لإقامة مركز تعليمي تدريبي بحثي متكامل على غرار ما هو معمول به في الدول المتقدمة ولهذا فإنه قد تم البدء في الإعداد

***** تدريبات إذاعية *****

لإقامة مركز للدراسات الإذاعية والإعلامية فى مدينة الإنتاج الإعلامى بمدينة
٦ أكتوبر يضم :

- * شعبة للتدريب الإذاعى .
- * شعبة للتدريب التليفزيونى .
- * شعبة للتدريب الإدارى .
- * شعبة للتدريب الهندسى .

بحيث يكون متكاملأ أكاديمياً وتدريبياً وبحثياً يقدم خدمات تدريبية تعليمية
وبحثة وفقاً لأحدث النظم والأساليب للإعلاميين المصريين وللإعلاميين فى
الدول العربية والإسلامية والأفريقية وبما يفى بكافة المتغيرات والتطورات
الحديثة ويؤهل الإعلاميين للتعامل معها ومع ما يستجد من أحداث وتطورات
بأقصى كفاءة وفعالية فى الأداء .

وبالإضافة إلى قاعات التدريب وقاعات البحث سيلحق بهذا المركز
استوديوهات إذاعية وتليفزيونية للتدريب العملى والتطبيقى ومعمل للغات
والترجمة ومعمل للحاسبات الآلية والجرافيك .

الفصل الثاني

الحوار الإذاعي والتلفزيوني (١)

كيف تجرى حواراً إذاعياً أو حواراً تلفزيونياً ؟
قبل الإجابة عن هذا التساؤل لابد من إعطاء خلفية نظرية عن هذا الشكل من الأشكال الإذاعية المهمة .

يعد الحوار من أهم الأشكال البرمجية الإذاعية لماذا ؟
* لأنه الأساس فى الحصول على البيانات والمعلومات والحقائق الكافية عن موضوع أو قضية معينة .

* لأنه أساس العمل الإذاعي ، والتفوق فيه والتميز ليس بالأمر اليسير ، فهو يحتاج إلى استعداد شخصى وسمات شخصية وإلى خبرة وإلى معلومات كافية وخلفية ثقافية معرفية قوية إضافة إلى معرفة كاملة بأسس وقواعد بناءه وإجراءات تنفيذه (حسن أحمد : ٢٠٠٠ : ١٠١) .

والحوار الإذاعي هو التواصل مع الآخر من كل الشخصيات والأنماط الاجتماعية بكل مستوياتها من حيث درجة الثقافة والعلم والتجربة الإنسانية

(١) وجدى الحكيم ، فن الحوار الإذاعي والتلفزيوني ، <http://www.egyptradio.tv/magazine/fan.html>

***** تدريبات إذاعية *****

والمهنية بمختلف درجاتها وصولا إلى المعلومة والخبر الجديد الذى ينتظره دائما المتلقى مستمعا كان أو مشاهدا.

من هذا المنطلق يصبح الحوار هو التواصل مع الطرف الآخر من المستضافين لمختلف البرامج الإذاعية وغالبيتهم ممن لا يمتنون مواجهة الميكروفون والكاميرا ويشعرون برهبة وخوف إنسانى طبيعى من التحدث عبر هذا الجهاز الهائل الانتشار الميكروفون والكاميرا ويصبح من أولويات ومسئوليات المحاور امتصاص لحظات هذه الرهبة والخوف وتحويلها إلى لحظات من الود والتواصل بكل الحميمية واللباقة من حامل الميكروفون مقدم البرنامج بما يحقق له إثارة الشخصية المستضافة من تآلف مع هذا الجهاز واسترسال موضوعى للحوار .. وهذه الرهبة من الأمور العادية فى حياة المحاورين الذين تشغلهم أمورا وتخصصات أخرى فى الحياة اليومية ليس من بينها التحدث أو الحوار فى هذه القضايا الكبيرة إذاعيا وتليفزيونيا.

والحوار فى برامج المنوعات من عناصرها الرئيسية بل غالبا ما يتصدر غالبية نوعياتها وفقراتها حتى أن بعض الإذاعات وقنوات التليفزيون تعتبره فى حد ذاته من برامج المنوعات رغم عدم اشتماله فى غالبية الأحيان على سائر الفقرات والمقومات التى تجعل منه أو تدخل به إلى عداد برامج المنوعات وهذا يعنى أن الحوار أصبح شكلا عصريا من أشكال برامج المنوعات على أن تتوفر فيه خصوصية وطبيعة المنوعات التى تتطرق دائما من حرية وشخصية المحاور فيها واستيعابه لطبيعتها الخاصة التى لا ترتبط بنفس ما ترتبط به سائر الحوارات فى كل برامج الإذاعة والتليفزيون الأخرى بمعنى أن المحاور

***** تدريبات إذاعية *****

ينطلق أساساً من الغوص فى الجانب الإنسانى للمحاور وصولاً إلى الجانب الموضوعى للحوار الذى سيتصدى له وينقله إلى المستمعين .. الطرافة فى استهلال الحوار مقبولة ومطلوبة من كل المتصددين لهذه النوعية من مقدمى برامج المنوعات خصوصاً وأن غالبية الضيوف فى هذه الحوارات ممن لا يحترفون التحدث أمام الميكرفون أو أمام الكاميرا وهو ما يتسبب فى أغلب الأحيان فى حدوث نوع من الرهبة فى مواجهة التسجيلات الإذاعية والتليفزيونية كما سبق أن أوضحنا وهو ما ينعكس بالسلب فى كثير من الأحيان على مستوى اللقاءات وهو ما يلقى بالضرورة التبعة على المقدم أو المحاور لأن القاعدة الإذاعية هى أن المحاور من المحاور فإذا كان الأخير على درجة كبيرة من التمكن الموضوعى والثقافى والأدائى أمام الميكرفون أو الكاميرا فإنه يستطيع بكل سهولة باستهلاله الطريف امتصاص متاعب وصول الضيف المحاور إلى إتمام التسجيل بكل الظروف المحيطة بالإجراءات الأمنية المشددة لدخول الإذاعة والتليفزيون وانتظار الضيف أحيانا لساعات نتيجة الأعطال الطارئة بالاستوديوهات أو زحف حجوزات الأستوديو من البرامج السابقة على موعد التسجيل.

كل هذه العوامل لا تسهم فى تقديم حوار موضوعى يصل بكل الصدق المأمول إلى المتلقى مستمعا أو مشاهدا وهو ما يلقى العيب على مقدم البرنامج من المحاورين فى امتصاص كل هذه الأسباب والمعوقات وصولا إلى أفضل مستوى من الحوار الإذاعى والتليفزيونى الذى من المفروض أن تنتظره الجماهير من المقدم المحاور الذى ينوب عنهم ويحمل أفكارهم جميعا إلى

***** تدريبات إذاعية *****

الضيف المحاور الذى لا يمثل نفسه فى الحوار لكن يمثل الجهاز الذى يعبر عن فكر وأراء الملايين من المستمعين والمشاهدين.

ومن هنا تتضح مدى خطورة الحوار فى المنوعات حيث تتلاشى هذه الخطورة فى سائر البرامج الإذاعية الأخرى التى ترتبط بالموضوعية المطلقة لتخصص الضيف للإجابة على أسئلة محددة دينياً ورياضياً وسياسياً لا تحتل بطبيعتها أية مقدمات طريفة وغير متوقعة كما هو الحال فى برامج المنوعات التى تتعدد فيها ألوان الحوار حسب موضوع ومضمون كل منها وهو ما سنلتقى معه فى أعداد قادمة.

أولاً .. الحوار المنفرد :

وهو الحوار التقليدى الذى ينفرد فيه المحاور من مقدمى البرامج بالضيف للحصول على المادة المطلوبة لبرنامجهم مستخدماً فى ذلك كل المرغبات والمشهيات لتسهيل مهمة المحاور والوصول إلى أعماقه الإنسانية دون افتعال أو تعمد إحراجه أو استنطاقه بما لا يرغب ويريد فليس من مهمة المحاور الإذاعى أو التليفزيونى إحداث توتر نفسى للضيف يأخذه بعيداً عن الموضوعية المبتغاة من استضافته واختياره للتصدى لكل التساؤلات المطلوب إجابة عنها .. وما تشاهده وتسمعه من برامج تفتعل وتتعمد إحراج الضيف بأسئلة مباشرة وشديدة الخصوصية تحت مسميات الصراحة هى فى النهاية نوعية من برامج الإثارة التى يصعب استمرارها لإحجام غالبية الضيوف من المشاهير وأصحاب الجماهيرية والشعبية القبول بها حفاظاً على مكانتهم

***** تدريبات إذاعية *****

وصورتهم العامة ورغم هذا يستطيع المحاور المتمكن أن يلف ويدور بكل اللباقة حول الموضوعات مثار الأحاديث والتساؤلات بما لا يسبب إحراجاً للضيف وفي نفس الوقت يخرج منه بإجابات فى مجموعها ترد على كل التساؤلات وعلامات الاستفهام.

ومقدم برامج المنوعات من المحاورين مطالب بنقل كل الثقة فى حوارهِ أمام الميكروفون إلى المحاور من الضيوف هذه الثقة والتمكن معدية بطريقة أو بأخرى للضيف سواء بالتمكن فى الحديث أو الإيقاع المطلوب لنوعية الحوار الذى تفرضه وتقتضيه طبيعة البرنامج فإذا كان البرنامج من برامج السهرة الطويلة فلا مانع من الإيقاع الهادئ الذى يتيح فرصة استرسال واستعادة الذكريات لضيوف هذه النوعية التى يخصص لها برامج يصل توقيتها إلى أكثر من نصف ساعة .. أما إذا كان الحوار فى البرامج القصيرة فلا بد أن يكون الإيقاع سريعاً بحكم ضيق الوقت والتركيز الشديد فى الأسئلة لإجابات سريعة وموضوعية فى حدود التوقيت الذى لا يتعدى دقائق معدودة لا تحتتمل التطويل أو التكرار فى الحوار وسواء كان الحوار طويلاً أو قصيراً فمسئولية المحاور واحدة من حيث الإلمام بتفاصيل الشخصية المحاورّة والموضوع الذى يتطرق إليه بكل التفاصيل التى تتصل من قريب أو بعيد بموضوع الحوار.

ثانياً : الحوار الثلاثى :

هو شكل من أشكال الحوار فى برامج المنوعات حيث المقدم يستضيف اثنين من المحاورين تتطابق أو تتناقض وجهتى نظريهما فى العديد من

***** تدريبات إذاعية *****

الموضوعات المطروحة للنقاش وهو ما يلقي مسئولية خاصة على المحاور من ضرورة الحياد وإتاحة الفرصة كاملة لكل طرف من طرفى الحوار فى توقيت موحد لكل إجابة مراعيًا تحقيق الاسترسال فى الحوار المزدوج للضيفين هذا إلى جانب الرؤية الواضحة المسبقة للمقدم فى إعداد الأسئلة إعداداً ذهنياً حتى ولو لجأ إلى إعدادها على أوراق فى مرحلة التجميع والتحضير لكن عليه أن يحرقها قبل البدء حتى لا يرتبط بها بالتقاط نقاطها من ورقة الإعداد لتضيع عليه المتابعة الدقيقة فى الحوار الذى يمكن أن يفجر العديد من الأسئلة الموضوعية التى ما كان يخطر على بال المقدم الوصول إليها لأن الإصرار على وجود ورقة الأسئلة وقت التسجيل يعيدنا إلى زمن السؤال والجواب الذى كان معمولاً به فى بدايات ظهور الإذاعات زمن الرقابة المشددة .. وهو ما يتعارض تماما مع زمن الحوار الإذاعى والتلفزيونى المسترسل من واقع ما يفجره المحاور من قضايا ينطلق منها الضيف للرد بوحى فكره وآرائه التى يمكن أن يتفجر منها العديد من الأسئلة التى غالباً تثرى الحوار بموضوعية قد لا تتحقق فى واقع الأمر من خلال ما سبق إعداده.

اليقظة الشديدة من جانب المحاور بكل ما يصدر من الضيف هى المحققة لأفضل مستوى حوارى يثير متابعة المستمعين والمشاهدين ويؤكد تواجد المقدم أو المحاور لدى المتلقين ويضع اسمه على خريطة أسماء المشاهير ممن لهم بصمة فى عالم الحوار.

وإذا كانت هذه اليقظة مطلوبة وضرورية فى الحوار المنفرد فإنها مطلوبة بدرجات مضاعفة فى الحوار الثلاثى الذى يجب أن يكون المتصدى له مسلحاً

بكل الثقة والموضوعية واللباقة فى مواجهة ضيفين لهما من الشأن الفنى الكثير والذى يجب أن يتحقق بنفس المستوى للمقدم عصب الحوار فى هذا اللون.

ثالثا : الحوار الجماهيرى :

يمكن القول عن هذا اللون من الحوار أنه أصبح سمة حوار العصر الحديث مع انتشار القنوات الفضائية وإتاحة فرص تقديمه تحت مسمى برامج التوك شو أو البرامج الجماهيرية ونلمس من خلال ما نشاهده فى هذه النوعية ضرورة وجود المحاور النجم المتمكن من مواجهة الجماهير سواءً بحضورها وتواجدها فى الأستوديو للتسجيل أو عند المشاهدين عبر الشاشة والمستمعين فى حالة برامج الإذاعة .

وهذه النوعية ليست حديثة كما يتصور البعض وليست وليدة الإرسال التلفزيونى عبر القنوات الفضائية لكنها نوعية سبق تواجدها فى العديد من البرامج الإذاعية على مدى سنوات الإرسال الإذاعى قبل دخول التلفزيون وقنواته إلى ساحة الإعلام العربى .. فقد حفل تاريخ البرامج الإذاعية بالكثير من هذه النوعية التى تعتمد على محاور غاية فى التمكن فى الحوار والثقافة العامة والقدرة على مواجهة الجماهير داخل أستوديو أو مسرح يجعل هذه النوعية من البرامج التى لا يتصدى لها إلا من يملك القدرة على التعامل والوقوف أمام الجماهير لإجراء حوار قد يكون منفرداً لكنه يعتمد تفجير العديد من الجوانب الغربية والنوادر الشيقة من جانب الضيف بكل الطرافة التى

تتجاوب معها جماهير الحاضرين وتتفاعل معها بالتصفيق والضحك والاستحسان بما يحقق وصولاً لمادتها بكل الحيوية إلى جماهير المستمعين عبر الراديو والشاشة وهو ما يسمى بعدوى انتقال الانفعال إلى المتلقين الذى يستمعون للأغنية المسجلة داخل أستوديو بأذن والمسجلة من حفل تتجاوب فيه الجماهير بأذن أخرى رغم أنها نفس الأغنية حيث الحيوية التى تتحقق بالتواجد الجماهيرى الذى له شروط للحضور تتمثل فى الجاذبية الشديدة والمتعة التى يعيشها المتلقى خلال تسجيل حلقات البرنامج مع نوعيات منقاة من الضيوف والموضوعات والطروحات التى تسهم فى قضائه وقتا يعادل فى متعته متعة حضوره مسرحية و فيلم سينمائى .. ولكى تتحقق هذه المتعة من البرامج الجماهيرية لابد من ضرورة الاختيار الدقيق من جانب المقدم أو المحاور فى هذه النوعية للشخصيات التى تمثل فرسانا ونجوما لهذه الحلقات بكل ما يتوافر فيها من عناصر الجاذبية والطرافة والمفاجأة فى اكتشاف حقيقة جوانبها المختلفة ثقافيا وفكريا وبأسلوبها الفطرى المؤثر إلى درجة كبيرة فى تجاوب جماهير المستمعين والمشاهدين .. بحضور ويقظة المقدم وبإعداده المسبق الجيد فى اختيار واكتشاف كل شخصية حتى لو اقتضى الأمر منه التفرغ للجلوس معها ساعات طويلة وأيام للإطلاع على كل ما خفى من مضمونها واختيار أفضلها للطرح أمام جماهير الحاضرين .. وشرط هام فى نوعية مقدم البرامج الجماهيرية يجب الالتزام به بكل دقة وهو التأكد من قدرته والتمكن والحضور ذهنى فى إدارة هذا الحوار أمام الجماهير فليس كل مقدم بقادر على التعامل مع الجماهير بالحياء الفطرى فى تعاملاتنا فكثيراً من مقدمى البرامج فى الحوار المنفرد .. لا يفترجون من هذه النوعية لعدم قدرتهم

***** تدريبات إذاعية *****

على التركيز فى الحوار فى حضور الجماهير وهو ما ينأى بهم بعيدا عن هذه النوعية التى قد تسحب ممارستهم لها جزءا كبيرا من القدرة فى السيطرة على جماهير الحاضرين المختلفة أهوائهم ومشاربهم ومستوياتهم الثقافية ويتسببون فى أحيان كثيرة فى إحداث ضوضاء وإزعاج يؤثر على المحاور وضيوفه على المسرح.

ومن أمثلة هذه النوعية من البرامج العديد من الأسماء داخل مصر من أمثال جرب حظك للرائد الإعلامى طاهر أبو زيد، ولو كنت مكانى لكامل يوسف، والغلط فين، والكثير من الأسماء التى تصدت لهذه النوعية فى العديد من الإذاعات العربية .. ويظل من الضرورى الاهتمام بعمل دورات تدريبية خاصة للراغبين من مقدمى ومقدمات البرامج للتصدى لهذه النوعية الهامة التى نجد منها القليل النادر فى الإذاعات والقنوات العربية رغم أهميتها وضرورة بعثها على الوجود فى زمن تشتد فيه وتمتد ساعات الإرسال لبرامج المنوعات التى تتيح بإمكانيات مقدميها من المدربين على فنون الحوار الفرصة لإيجاد هذه البرامج التى تحظى بأكبر فرص متابعة جماهيرية فى كل البلاد العربية الزاخرة بالموهب القادرة على تقديم حوارات جماهيرية إذا ما أتيحت لها الفرص للنهوض بهذه النوعية من الحوارات الجماهيرية بكل الموضوعية والطرافة وأسلوب الثقافة المنوعة.

رابعاً : حوار المداخلات :

من السمات الرئيسية لعصرنا الحديث عصر ثورة الاتصالات والأقمار الاصطناعية بقنواتها المرئية والمسموعة ومداها الذي يجمع أطراف المعمورة من أقصاها إلى أديانها في القرية الصغيرة التي كانت في السابق كوكباً مترامياً الأطراف بين القارات والمحيطات فتلاشت المسافات بين الشعوب وأصبحت الرؤية واضحة بكل حدث سياسي أو اجتماعي أو فني أو رياضي في نفس يوم ولحظة وقوعه ونشطت وتتنوعت القنوات الفضائية السابحة في السماء تنقل كل التفاصيل والأخبار وأصبح ما كان يسمى بالسبق الإعلامي قاصراً على من سيكون الأول في إذاعة ونقل الخبر أما التفاصيل فواحدة ومكررة بين كل القنوات التلفزيونية والإذاعية.

هذه الثورة الكبيرة في الاتصالات أوجدت بالضرورة لونا جديداً من الحوار تحت مسمى التداخلات سواء عبر التلفزيون أو الشاشة عن طريق الأقمار وقنواتها الصاعدة والهابطة وأصبح حوار التداخلات من ضرورات ما يقدم للمشاهد حتى في نشرات الأخبار التي أصبح الحوار من المتداخلين لمزيد من تفاصيلها يجري بين المذيع والمتداخل من واقع الحدث والخبر .. والحوار في التداخلات السياسية في نشرات الأخبار أو البرامج السياسية محدد بمضمون الخبر الذي يدور حوله الحوار للرد على تساؤلات عديدة تدور في أذهان المتلقين وتبحث عن إجابة شافية يحاول الحصول عليها المحاور المذيع للنشرة لكن في حدود الخطوط العامة لسياسة كل بلد بالنسبة للحوار بكل

***** تدريبات إذاعية *****

مراعاة للمحاذير الخاصة فى التصدى لطرح تفاصيلها ضمن الخط الإعلامى الملتزم تجاه نوعية تداعيات الخبر وأبعاده.

ولو توقفنا عند هذه النوعية من برامج المنوعات نجد أنها تعرضت فى الفترات الماضية إلى تجاوزات كثيرة أحيانا غير أخلاقية من جانب غير الملتزمين من المتلقين بمسئولية ما يقال ويذاع عبر أجهزة الإعلام مسموعة كانت أو مرئية وهو ما اقتضى فرض احتياطات خاصة للتأكد من موضوعية المتحدث الذى غالبا ما يكون من جماهير المستمعين من المشاركين فى التداخلات عبر التليفون

وأصبح لزاما على مقدمى هذه النوعية من حوار المداخلات فى المنوعات وضع الضوابط والخطوط الحمراء لمجريات الحوار والمداخلة واليقظة التامة لاحتواء الحوار بكل اللباقة والخبرة الإعلامية فى إنهاء الحوار دون إحراج أو هجوم على المتدخل حفاظاً على استمرار العلاقة مع سائر جماهير المتلقين الذين غالبا ما يتعاطفون معه حتى وإن أخطأ إذا ما أسئ إليه فى الرد والمواجهة عبر الشاشة والميكرفون .. من أجل هذا ومنعا من انتشار التجاوزات فى هذه النوعية رؤى ضرورة تحديد المضمون المطلوب من المتلقين المشاركين بالتداخلات عبر التليفون بأرائهم بالحلول فى حالة عرض المشاكل أو الإضافة بالمزيد من المعلومات المفصلة بما تم اختياره للعرض فى حلقات البرنامج .

***** تدريبات إذاعية *****

ولابد من التأكيد على ضرورة اختيار النوعية القادرة على إجراء هذا الحوار فى المستوى المتميز والمؤهل ثقافياً وأدبياً وفنياً من مقدمى البرامج ممن تمرسوا طويلاً على إجراء مختلف الحوارات بكل أنواعها واستوعبوا الكثير من المواقف المماثلة فى حواراتهم مع مختلف الضيوف من الرموز الفنية والأدبية وعلى مقدرة من الاحتواء السريع للموقف سواء بالاعتذار الرقيق للخروج عن الموضوع أو بإبداء بعض الآراء لكبار ومشاهير ونجوم المجال الذى يدور حوله الحوار بالتداخل الجماهيرى .. وترك الموضوعات المفتوحة للحوار فى هذه النوعية مخاطرة كبيرة لها الكثير من السلبيات حتى أن بعض البرامج التى تفتح نافذة للحوار الحر أصبحت اليوم تلتزم بموضوع معين ومحدد ويترك فيه الحوار للمتداخلين فى حدوده ودون الخروج عنه مع تحديد التوقيت والإيجاز قدر الإمكان من كل متداخل حفاظاً على إيقاع ووقت البرنامج وإذا حدث التجاوز يكون ذلك بالقطع أو الاعتذار لحلول موعد الفاصل والنقلات الإعلانية والإعلامية.

وعليه لا يمكن تجاهل هذا اللون الذى أصبح مهماً ومطلوباً ومرغوباً فيه من جانب المتلقين الذين أصبحوا يرون أن أجهزة الإعلام ليست ملكاً لآراء وأفكار العاملين بها لكن الجماهير التى أصبحت تتمتع بمساحات كبيرة من حرية التعبير أصبح من حقها المشاركة بالرأى والتعليق على كل الموضوعات المطروحة للنقاش وهو ما يقتضى فى المقابل ضرورة التوفيق فى الاختيار لنوعية المحاور من مقدمى البرامج من المستوى الذى يتحقق من خلاله حواراً موضوعياً متبادلاً بين المتداخل من المستمعين والمشاهدين وبين المحاور من

***** تدريبات إذاعية *****

أجهزة الإعلام التي غالباً ما تكون متهمه بالتحيز لموقف ما سواء حكومياً أو إعلامياً أو اجتماعياً أو فنياً أو أدبياً.

وهنا لابد وأن يكون المحاور حسب القول الشائع من العيار الثقيل في حصيلة المعلومات العامة في كل المجالات ومن المستوعبين لأدبيات الحوار الاجتماعي وتقاليد وحدود حرياته في عدم الإساءة للآخرين أو اللجوء إلى إطلاق الاتهام والتآلف إلى أبعد حد مع المتداخل بكل السيطرة على أعصابه وعدم انفلاتها بما يتيح انفلاتاً وانفعالاً أشد من الطرف الآخر وهو ما يسبب حرجاً للبرنامج والقناة أو الموجة الإذاعية المسئولة عن عدم إيصال ما يجرح أخلاقيات الأسرة من ألفاظ ومضامين غير مسئولة من أشخاص يستغلون تداخلاتهم التليفونية على الهواء في غير ما يقتضيه العمل الإعلامي من تعمد الإساءة إلى الأفراد والهيئات والحكومات والرؤساء أحياناً بأسلوب يخلو من المسؤولية التي تتحملها في النهاية القناة أو الموجة الإذاعية وعلى المحاور في هذا الموقف التصدي للانفلات تذرعا بالأقوال الشهيرة والحكم والمأثورات الاجتماعية التي تتناسب والموقف مع المتداخل الشارد عن الموضوع بكل الحرص على مشاعره ومشاعر سائر المتلقين من المشاهدين والمستمعين بحكم أنه في موقف المسيطر على الأمور على الهواء نيابة عن كل مسئولى الجهاز الذى يقدم برنامجه من خلاله ويتحمل مسئولية حمايته وحماية مشاهديه ومستمعيه من أى انفلات يجرح مشاعرهم مستخدماً في تحقيق هذا الهدف كل أساليب اللباقة والود في إنهاء الحوار بالاعتذار عن انقطاع الخط

***** تدريبات إذاعية *****

أو بسبب ضيق الوقت أو حلول مكالمة أخرى طال انتظارها على الخط أو لعدم وضوح الصوت ووجود تقطيع.

المهم لابد من مواجهة الموقف بأى من الأسباب الكثيرة التى تؤدى فى النهاية التى تجنب الكثير من المشاكل الطارئة على الهواء فى هذه النوعية التى لها من المشاكل ما يفوق أحياناً ما تحققه من نجاح جماهيرى لحيوية وأهمية المشاركة والحوار المتبادل بين المقدمين والمتلقين ممن يحرصون على إتمام مداخلاتهم وتحملهم للمصاريف الباهظة فى مكالمتهم التليفونية من أقطار بعيدة هذا إلى جانب المشاكل لكن من جانب آخر فإن هذه النوعية من حوار المداخلات تثرى البرنامج فى كثير من الأحيان بآراء وأفكار وقراءات تتيح فرصة حوار متجدد داخل البرنامج وحبذا لو تم طرح بعض الآراء الواردة على جماهير المشاهدين كنوع من تحقيق حوار جماهيرى . جماهيرى عبر الشاشة أو الميكروفون يعطى للمحاور فرصة التواجد والربط بين الآراء مع الحرص على نسبة كل رأى إلى صاحبه وصولاً إلى نوع من الحميمية مع جماهير المتلقين الذين يصبحون مع مرور الأيام هم أسرة البرنامج الكبيرة التى تستعد للقاءه أسبوعياً أو شهرياً بكل ما لديها من جديد وطريف مما يسهم فى زيادة رقعة المساحة الجماهيرية وهو الهدف المنشود والمستهدف تحقيقه من هذه النوعية من البرامج التى لم تعد تخلو منها شاشة قناة تليفزيونية أو موجة إذاعية.

ونخلص من كل ما تقدم إلى أن المسئولية الكاملة فى هذه النوعية من البرامج تقع على المحاور المتصدى لتقديم البرامج الذى يمسك بزمام الأمور بدءاً من

***** تدريبات إذاعية *****

مرحلة الإعداد الجيد لمضمون النقاش فى الحلقة والتسلح بكل جوانب الموضوع من قضايا وآراء شهيرة وقصص وحكايات وطرائف على درجة كبيرة من الأهمية للتناول والعرض مع الأخذ فى الاعتبار المحاذير واحتمالات المفاجآت غير المتوقعة أثناء عرض البرنامج على الهواء مباشرة وكل السلبيات التى أشرنا لها من أجل تحقيق أعلى وأفضل مستوى يستقطب ويشد إليه كل نوعيات المتلقين صغاراً وشباباً وشابات .. هم دائماً جماهير المشاهدين والمستمعين المستهدفين بالخدمة الإعلامية.

خامسا : الندوات :

الحوار فى هذه النوعية من أهم الحوارات التى أصبحت من المواد الرئيسية فى غالبية الإذاعات وشاشات التليفزيون أرضى وفضائى بحكم المرحلة ومقتضياتها من المناقشات الدائمة لعديد من القضايا السياسية والأزمات الفنية والأدبية فى الساحة العربية بعد أن تغير المناخ الإعلامى فى العالم فى زمن السماوات المفتوحة بقنواتها الفضائية وموجاتها الإذاعية عبر الأقمار الاصطناعية التى تنقل كل المتغيرات لحظة بلحظة من كل أنحاء العالم وما يترتب على هذا من إطلاق حريات التعبير التى كانت حبيسة نطاق الإعلام المحلى فى كل بلد .. وهو الأمر الذى أصبحت فيه المشكلات المحلية لدى سائر الشعوب التى جمعها موجات الإعلام المرئى والمسموع فى قرية صغيرة.

***** تدريبات إذاعية *****

وأصبح المواطن فى كل مكان يتناقش ويبدى رأيه بكل حرية فى كل القضايا والأزمات المطروحة داخليا وخارجيا مع وجود مختلف الشخصيات السياسية والأدبية والفنية من المشاركين فى برامج الندوات التى تثير كل المتلقين للدخول بآرائهم فى سير الحوار بين الأطراف مع سهولة المداخلات التليفزيونية فى عصرنا الحديث.

فالمحاور فى هذه النوعية من الندوات الحوارية يواجه بجهتين فى آن واحد فى إجراء الحوار الأولى الشخصيات المتخصصة من ضيوف البرنامج من أعلى مستوى من التمكن بمادتها فى كل مجال من المجالات والثانية المتدخلين بالرأى من جماهير المتلقين عبر التليفون وهو ما يضع المحاور أمام تحد شديد فى مواجهة الأطراف المشاركة أمامه والمسلحة بكل الوثائق والمستندات والدراسات الخاصة بموضوع الندوة والتى تتطلب عنصراً واعياً يدير المناقشات ويقود الحوار المتبادل بين الأطراف بكل المقدرة واللباقة والموضوعية فى إدارة الندوة والحفاظ على مستوى سخونة المناقشات بكل الحيادية والرؤية الواضحة لأبعاد الآراء والمضامين التى تنطرق إليها الندوة.

ومن هنا يصبح المحاور فى هذه النوعية من المستوى العالى من حيث التدريب والممارسة والتأهل الثقافى والفنى للقيام بهذا الدور الذى يفوق بكثير الحوارات المنفردة والثلاثية والجماهيرية بنوعية وخصوصية المناقشات التى تصدر عن الأطراف المشاركة وهى بالضرورة من أعلى مستويات الشخصيات المتخصصة فى مجالها والتمكنة من مادتها مما يتطلب من المحاور ضرورة المعرفة المسبقة والإعداد الجيد لكل الملامح والمعلومات التى تنثور حولها

***** تدريبات إذاعية *****

التساؤلات فى أذهان وعقول المستمعين والمشاهدين وبلورتها بكل حرفية وبلاغة الطرح بين الأطراف بما يتيح الفرصة الكاملة لكل واحد من المشاركين لإبداء رأيه بكل حرية ودون مقاطعة أثناء استرسال أى من أطراف الندوة إلا فى حدود خروجه على الموضوع المطروح أو عدم التزامه الموضوعية والتناول واستعمال تعبيرات غير مسموح بها.

على هذه الصورة يصبح الالتزام باختيار محاور الندوة ممن تتوفر لهم القدرة على التفاوض مع أكثر من طرف بكل التمكن فى إدارة الحوار بكل الموضوعية التى يسبقها إعداداً جيداً للوقوف على تفاصيل وخفيات الأشخاص المشاركة إلى جانب الدراسة المستفيضة المسبقة أيضاً لأبعاد وحدود الموضوع الذى سيدور حوله الحوار والمناقشات فى الندوة.

إذن لابد من حصر الاختيار فى هذه النوعية من الحوارات فى المقدمين أصحاب الخبرة الطويلة فى الممارسة العملية لسنوات من المتدربين على المواجهة وحسن التصرف بكل اللباقة والثقافة والوعى الإعلامى الذى يتحقق لهم بطول الخبرة والممارسة الطويلة التى تحقق تأهيلاً خاصاً بكل الثقة فى التصدى للقيام بدور المحاور فى الندوات التى تخصص لها مساحات كبيرة من فترات الإرسال ولها من المشاهدين والمشجعين ما يفوق مساحة سائر البرامج إذاعياً وتليفزيونياً ووصولها دائماً يثير جدلاً واسعاً حول ما انتهت إليه المناقشات وما أسفرت عنه الآراء فى العديد من القضايا التى أصبحت تشغل مساحة كبيرة من اهتمامات المتلقين خصوصاً تلك التى تتصل بحياتهم اليومية وأزماتها.

وهناك رأى آخر يقسم الحوار الإذاعي إلى ثلاثة أنواع وفقاً لطبيعة الموضوع

المراد إجراء الحوار حوله :

حوار المعلومة : والهدف من إجراء هذا الحوار هو الحصول على معلومات كافية حول موضوع أو قضية معينة ، أى أن الهدف الأساسي من الحوار هو الحصول على المعلومة التي تشبع احتياجات المتلقى وتزيد من خلفيته المعرفية حول الموضوع المطروح .. وعادة ما يتم إجراء مثل هذا الحوار مع المتخصصين والمسؤولين الذين لديهم من المعلومات ما يمكنهم من إضافة أبعاد معرفية قوية لموضوع الحوار .

حوار الرأي : والهدف منه هو الحصول على وجهة نظر وآراء بعض المسؤولين أو المتخصصين أو حتى الإنسان العادى حول قضية معينة أو موضوع معين يشغل الرأي العام ، وحوار الرأي بصفة خاصة قد يسهم فى تشكيل الرأي العام لا سيما إذا كانت شخصية الضيف تتميز بمصداقية شديدة لدى المتلقى وإذا ما كانت الآراء الواردة مقترنة بالحجج والبراهين المنطقية التي تنفذ إلى العقل مباشرة .

حوار الشخصية : والهدف من إجراء هذا الحوار هو الكشف عن جوانب شخصية معينة وتقديمها للمتلقى من جوانبها المختلفة ، وفى مثل هذا الحوار يتم إعادة تقديم المتميزين فى المجالات المختلفة للتعرف على الجوانب الشخصية التي أثرت فيهم وأهلتهم لمثل هذا التميز كى يكونوا قدوة لغيرهم ، وربما أيضا استضافة مرتكبي الجرائم للتعرف على حياتهم الشخصية وجوانبها المختلفة بما فيها من ظروف غير سوية أدت إلى طريق الجريمة .. والجوانب الشخصية التي يتم كشفها فى لحوار فى كلا الجانبين عادة ما تستحوذ على

انتباه المتلقى لما فيها من جوانب ومواقف إنسانية ٠ (حسن أحمد : ٢٠٠٠ : ١٠١)

أهداف الحوار :

نستخلص من التعرف على النوعيات الثلاثة للحوار الإذاعي أن الهدف الأساسي للحوار الإذاعي إما إعطاء المتلقى معلومات وبيانات حول موضوع معين أو آراء حول قضية محددة أو الكشف عن شخصية ما ، وهذا التقسيم ليس تقسيماً مطلقاً بمعنى أن حوار المعلومة لا يجب أن يتعرض لجوانب الشخصية ... فالواقع العملي يؤكد أنه من الصعب الفصل المطلق بين هذه النوعيات وكذلك حوار الرأي قد يحتوى على معلومات أو جوانب شخصية وأيضاً حوار الشخصية قد يحتوى على بعض الآراء ٠

وهكذا نجد ثمة تداخل بين هذه النوعيات الثلاث للحوار الإذاعي ، ولكن يبقى الهدف الأساسي من إجراء الحوار هو الفيصل ، فإذا كان الهدف الأساسي من الحوار هو الحصول على المعلومة فهذا يعني أن التركيز الأكبر فى الحوار سوف يكون للحصول على المعلومات وبالتالي فالمساحة الزمنية الأكبر للحوار تكون للمعلومات .. فهذا الحوار علمياً هو حوار معلومات حتى أو تضمن فى جزء منه بعض الآراء أو الجوانب الشخصية وهذا ينطبق أيضاً على حوار الرأي وحوار الشخصية (حسن أحمد : ٢٠٠٠ : ١٠٢) ٠

ويقول روبرت ماك ليش: إن الهدف من الحوار هو تزويد المستمع بالحقائق والآراء والمعلومات حول موضوع معين من خلال كلمات الضيف ، بحيث يخرج المستمع فى النهاية بتصوّر ما حول صحة ما يقوله الضيف وبناء على ذلك فإن آراء المذيع المحاور تكون غير ذات موضوع ، وغير مطلوبة ،

***** تدريبات إذاعية *****

ومن ثم لا ينبغي أبدا أن يستدرج للإجابة عن سؤال قد يطرحه الضيف " . (مرعى : ٢٠٠١ : ١٠٨) .

* الإعداد للحوار الإذاعي :

يعتبر الإعداد للحوار الإذاعي خطوة لتقديم حوار جيد وثرى وجذاب ويعكس بشكل كبير ما يود المتلقى أن يعرفه من مضمون الحوار ، بالإضافة إلى تلاقي العديد من الأخطاء التي يمكن أن تقع في حالة عدم الإعداد الجيد .
والإعداد الجيد للحوار ينقسم إلى خمس مراحل :

* اختيار موضوع الحوار .

* البحث الميداني .

* وضع أسئلة محورية أو نقاط محورية للموضوع .

* اختيار شخصية الضيف .

* تصميم الحوار .

وسوف نستعرض فيما يلي بعض من التفاصيل حول هذه المراحل :

أولاً : اختيار الموضوع :

هناك العديد من الموضوعات التي يمكن أن تكون مجالاً للحوار وينبع اختيار الموضوع الجيد للحوار من جوانب عدة أولها مدى أهمية هذا الموضوع فوق الإذاعة المسموعة والمرئية وقت ثمين يجب أن يستغل فيما يفيد وبالتالي ينبع من اختيار الموضوع الجيد من مدى أهميته لجمهور المتلقين ، والجانب الثاني ينبع من الإجابة على تساؤل هام ماذا أود أن أقدم من خلال هذا الموضوع بمعنى ما الهدف من إجراء هذا الحوار حول هذا الموضوع .. لا بد أن يسأل المعد نفسه مرات ومرات لأن تحديد الهدف يؤثر تأثيراً كبيراً على نوعية المعلومات التي سيقوم بجمعها ، كما يؤثر على مجرى ومضمون

***** تدريبات إداعية *****

الحوار ذاته ن فالموضوع الواحد قد يتضمن أكثر من جانب قد يحتاج المعالجة فى حوار واحد أو أكثر من حوار ، معنى هذا أن التفكير فى الموضوع الواحد قد يكون له أكثر من هدف وبالتالي فمعالجة هذا الجانب فى الحوار تختلف عن معالجة جانب آخر من الحوار وفقاً للهدف المحدد .

باختصار شديد فإن إدراك مدى أهمية الموضوع وفائدته ووضوح الهدف منه دافع قوى لتقديره بالإضافة إلى عوامل أخرى مثل مدى حالة الموضوع ومدى انتشاره جماهيرياً ومدى جديته ومدى استهلاكه إعلامياً وغير ذلك من العوامل التى تختلف من حوار لآخر (حسن أحمد حسن : ٢٠٠٠ : ١٠٢) .

وتتلخص علاقة المذيع المحاور بموضوع الحوار فى كلمة واحدة هي المعرفة بدقائق هذا الموضوع والحقيقة أن هناك فهما خاطئاً مؤداه أن المعرفة بالموضوع تقف عند حد القراءة فيه فقط إن القراءة مهمة ، ولكنها تظل مصدراً واحداً من مصادر عديدة للمعرفة إذا يمكن اكتساب المعرفة عن موضوع معين من خلال المشاهدة والملاحظة ، وإعمال الفكرة ، والاتصال المباشر بالآخرين ، والقيام بتدوين المعلومات على كل حال يتعين على المذيع المحاور أن يكون على علم واسع بالموضوع الذى يحاور ضيفه فيه لأن هذا العلم يمكنه من إدارة الحوار إدارة ناجحة كما يمكنه من إعداد الأسئلة الملائمة التى تغطي الجوانب المختلفة لموضوع الحوار هذا العلم أيضا يجعل المذيع يتفاعل مع ضيفه ويمكنه من إضفاء نوع من الإثارة والتشويق ، مما يتيح الفرصة له للبروز والتألق وأخيراً فإن العالم بدقائق موضوع الحوار يجنب المذيع أن يظهر أمام جمهوره بمظهر الجاهل فيفقد مصداقيته. (مرعى : ٢٠٠١ : ١٠٩) .

* ثانيا : البحث الميداني :

المقصود هنا البحث في كافة الاتجاهات وجمع أكبر كم من المعلومات حول موضوع الحوار ومعرفة التفاصيل الدقيقة لجوانب الموضوع بقدر الإمكان ، بالإضافة إلى جمع معلومات كافية عن الضيف ، ولاشك أن جمع هذه المعلومات يشكل فائدة كبيرة تنعكس على مدى ثراء الحوار وقوته فهذه المعلومات من ناحية تؤدي إلى التحديد الدقيق للجانب الذي سيتم تناوله في الموضوع أو القضية التي أعالجها ، ومن ناحية أخرى تؤدي إلى تحديد النقاط الأساسية المحورية التي سيدور حولها الحوار وهناك فائدة أخرى هامة تنعكس بشكل أو بآخر على مدى ثراء مضمون الحوار فلا شك أن جمع بيانات كافية عن الموضوع تؤدي إلى قوة الإذاعي المحاور وظهوره بمظهر مشرف وقوى أمام الضيف بما يؤدي إلى استنفاد كل كل قوى الضيف العقلية كي يكون الحوار أكثر ثراءً وقوةً ولا شك أن العكس صحيح

وتتعدد مصادر جمع المعلومات ويمكن حصر غالبيتها في التالي :

*الاطلاع على ما كتب حول الموضوع في الصحف والمجلات والكتب المختلفة .

*زيارة المكتبات المتخصصة ومراكز البحوث والجامعات الخاصة عن معالجة الموضوعات العلمية .

*المقابلة الشخصية مع كل من له علاقة بالموضوع والحصول على المعلومات الميدانية اللازمة منه .

*الزيارات الميدانية للأماكن التي ترتبط بالموضوع ومقابلة الناس المحيطين بها لاستكمال الجوانب المختلفة للموضوع .

***** تدريبات إذاعية *****

*الاستماع أوالمشاهدة لما سبق إنتاجه إذاعيا حول الموضوع إذا توافر ذلك وعموما فإن المعلومات الوفيرة التي سيحصل عليها الإذاعي من خلال البحث الميداني لن يستخدمها بالكامل فى البرنامج ولكن بشكل مؤكد سوف يستفيد منها بشكل مباشر أو غير مباشر بالإضافة إلى أن ما لا يتم الاستفادة منه جزئيا من معلومات سيتم الاستفادة منه فى البرامج القادمة ، ولذلك لابد من كل إذاعي أن يقوم بتكوين مكتبة خاصة به فى منزله بالإضافة إلى عمل أرشيف معلومات يتم فيه تجميع المعلومات الخاصة بالموضوعات المختلفة وتبويبها للرجوع إليها مرة أخرى عند الحاجة وقد بدأت أجهزة الإذاعة والتلفزيون فى بلادنا بعمل شبكة متطورة للمعلومات على أجهزة الكمبيوتر بجهاز المعلومات ودعم اتخاذ القرار فى مجلس الوزراء ودار الكتب المصرية وغير ذلك من مصادر المعلومات والبيانات المختلفة فى البلاد (حسن أحمد حسن :

٠(١٠٣ : ٢٠٠٠

ثالثا : وضع أسئلة محورية أو نقاط محورية للموضوع :

لاشك أن مراحل البحث الميداني للموضوع سوف تقود الإذاعي مباشرة لوضع يده على أهم النقاط الأساسية للموضوع والتي ستكون المحور الأساسي للحوار

والتساؤل فى هذا الجانب والذي يثار دائما .. هل من الأفضل أن نضع أسئلة محورية تكون أساساً للحوار أم أنه من الأفضل وضع بعض النقاط الأساسية للتذكرة يتم ترجمتها إلى أسئلة فورية أثناء إجراء الحوار . نجد أنه هناك اختلاف فى وجهات النظر حول هذا الجانب ، فبعض الآراء ترى ضرورة وضع أسئلة أساسية تسبق إجراء الحوار والبعض الآخر يرى أنه يجب فقط

***** تدريبات إذاعية *****

وضع نقاط أساسية تعطي مجالا أفضل لإجراء الحوار تكون عنواناً للمحاور أو الإذاعي لتذكرة بأهم النقاط التي يجب أن يدور الحوار حولها والواقع أن لكلا الجانبين مزاياه وعيوبه :

الأسلوب الاول : وهو وضع أسئلة محورية مسبقا .. قد يؤدي إلى عدم تلقائية وحيوية أداء المذيع لأن التركيز سوف ينصب على السؤال الأول ثم السؤال الثاني الذي يليه وهكذا إلى انتهاء الأسئلة وعيب آخر هو أن الإذاعي قد ينصرف عن المضمون الذي يقوله الضيف نظراً لتركيزه في الأسئلة فقط مما قد يوقعه في بعض المواقف الحرجة ، فقد يسأل سؤالاً سبق الإجابة عليه ولم ينتبه إلى هذه الإجابة ، وقد يجيب الضيف على السؤال بإجابة بعيدة عن السؤال وتحتاج متابعة من المذيع ولكنه منصرف عن الإجابة لتركيزه في الأسئلة ولكن هذا الأسلوب في وضع الأسئلة مسبقاً قد يكون مفيداً لبعض الوقت خاصة لحديث العهد بالعمل الإذاعي ، فالخبرة هنا محدودة وقد يكون هناك بعض الارتباك أو عدم القدرة على الصياغة الجيدة للأسئلة بشكل فوري أمام الضيف .

أما الأسلوب الثاني : وهو وضع نقاط محورية تكون أساساً للحوار الإذاعي فإنه يتلافى عيوب الأسلوب السابق ، وهو الأفضل على كل حال ، فهذا الأسلوب يتيح حرية الحركة للإذاعي في المتابعة الدقيقة لما يقوله الضيف ، كما أنه يتمي ويقدر كبير من التلقائية والحيوية في الآراء رغم احتياجه إلى بعض الخبرة والممارسة العملية ولكن بالتدريب يمكن التقدم على هذا الأسلوب خاصة لحديث العهد بالعمل الإذاعي (المسموع - المرئي) والوصول إلى نتائج أفضل بكثير (حسن أحمد حسن : ٢٠٠٠ : ١٠٤) . تتمثل وظيفة الأسئلة في

***** تدريبات إبداعية *****

الحصول على المعلومات والآراء وكافة الاستجابات الضرورية، لتحقيق الهدف الأساسي للحوار ولا يعني ذلك اختفاء اللمحة الفنية والقيمة الجمالية للحوار ككل ، فمضمون السؤال ، وأسلوب توجيهه ، وكذلك ملاءمته للسياق العام فى الحوار ، وما يحققه السؤال من تفاعل ظاهر بين المذيع والضيف ، كل هذه أمور تمثل جوانب إبداعية لا تخلو من لمحات فنية وقيم جمالية تجذب انتباه المستمعين.

وهناك معايير على المذيع أن يضعها فى اعتباره عند صياغته للأسئلة :

* أن تكون دقيقة ومحددة .

* أن ترتبط بموضوع الحوار وتغطي جوانبه.

* أن تتناسب مع تخصص الضيف.

* ألا يكون السؤال مركبا يضم أكثر من سؤال فى صيغة واحد

* ألا يكون السؤال موحيا

* تجنب الأسئلة المغلقة بقدر الإمكان (مرعى : ٢٠٠١ : ١١٠) .

رابعا : اختيار شخصية الضيف :

إن اختيار شخصية الضيف عامل هام من عوامل نجاح الحوار وجودته والاختيار الجيد ينبع من اختيار الضيف المناسب لموضوع الحوار والذى يستطيع بحكم تخصصه أو مسئوليته أو معرفته أن يدلوه بدلوه فى موضوع الحوار ، فلا تأتي مثلا بأستاذ فى الأدب العربى كي يتحدث عن خطورة المبيدات ، أن تأتي بأستاذ فى التسويق الزراعي كي يحدثنا عن القانون الجنائي .. وعادة ما يتم اختيار ضيوف الحوار من النوعيات التالية :

(أ) **المسئولين** : فهم بحكم مسئوليتهم لديهم ما يقولونه فى موضوعات تتصل بعملهم .

(ب) **المختصين** : وهم بحكم تخصصهم العلمى والمعرفى يستطيعون إثراء البرامج الحوارية فيما يتصل بموضوعات تخصصهم .

(ج) **الشخصيات المعروفة** : سواء إيجابية أو سلبية ، فلهيهم عادة ما يقولون من معلومات وآراء تتصل بمجالات عملهم أو مجالات معرفة الناس بهم فالأدباء والفنانون ولاعبو الكرة المشهورين ورجال السياسة يعدون عوامل جذب للمتلقى خاصة إذا كان موضوع الحوار جيداً ومثيراً .. وبصفة أخص إذا كان الحوار (حوار شخصية) يكشف عن بعض جوانب حياتهم الشخصية وتقدمها كقدوة للشباب (حسن أحمد حسن : ٢٠٠٠ : ١٠٤) .

(د) **أفراد من الجمهور العادى** : يتم اشراكهم فى برامج الحوار أحياناً بهدف تقديم تجربتهم الشخصية فى موضوع أو مشروع معين أو لإعطاء معلومات وبيانات عن قضية أو لأخذ آرائهم تجاه قضية معينة مثارة جماهيرياً أو غير ذلك مما قد يكون هاماتاً أو مفيداً للمتلقى (حسن أحمد : ٢٠٠٠ : ١٠٥) .

وهناك مجموعة من العوامل فيما يتعلق بالضيف تجعل المذيع ينتج حواراً

جيداً أهم هذه العوامل :

*اختيار الضيف المناسب للموضوع المناسب .

* معرفة السيرة الذاتية للضيف التي تشمل ثقافته ، وضعه الاجتماعى ، تخصصه وخبراته ، أفكاره وآراءه ، عاداته وهواياته ، بعض جوانب حياته الشخصية .

***** تدريبات إذاعية *****

* الاهتمام بالضيف، وأن تكون علاقة التفاعل بين المذيع والضيف نابغة من الاحترام المتبادل.

* المتابعة اليقظة لما يدلى به الضيف من حقائق وآراء ومعلومات.

* التركيز علي تخصص الضيف ، آرائه وأفكاره، خبراته ، لأن المستمعين يهتمون بما يقوله الضيف وليس بالضيف في حد ذاته(مرعى : ٢٠٠١ : ١٠٩) .

خامسا : تصميم الحوار :

يتكون الحوار عادة من مقدمة بسيطة ومختصرة يعرض فيها الإذاعي لأهمية موضوع الحوار الذى سيتناوله ويقدم فيها الضيف ومؤهلاته ثم يأتي بعد ذلك جسم الحوار وهو الخاص بأسئلة الإذاعي وإجابات الضيف حول الموضوع .. ثم تأتي إلى النهاية وهذه النهاية قد يكون لها أكثر من شكل فمن الممكن أن ننهي الحوار بسؤال قوى وإجابة (معلومات ثرية وهامة مثلاً) ومن الممكن أن نكون النهاية خاتمة بسيطة ومختصرة نعرض فيها الفكرة الأساسية التى تم طرحها فى الحوار ثم شكر الضيف وهذا يتوقف على طبيعة الحوار وموضوعه والمدة الزمنية له (حسن أحمد حسن : ٢٠٠٠ : ١٠٥).

أسئلة الحوار : ونصل هنا إلى جزء هام يتوقف عليه ثراء وجودة الحوار .. وهو الجزء الخاص بالأسئلة وكيفية صياغة الأسئلة وما يجب أن نتجنبه ونتلافاه فى هذه الصياغة وما يجب أن نضعه بالاعتبار حين نسأل .. أى أثناء أداء السؤال نفسه ويمكن عرض أو استعراض هذه الجوانب فى النقاط الأساسية التالية :

* يجب أن تكون الأسئلة واضحة ومحددة ويفهم المقصود منها مباشرة .. وهذا يعني اختيار الكلمات البسيطة والمحددة واضحة المعنى لتكوين السؤال

***** تدريبات إذاعية *****

حتى يكون واضحاً تماماً ويصل هذا الوضوح وبنفس القدر إلى الضيف ... ويمكن أن نقرر أن المسؤولية تقع على الإذاعي بالدرجة الأولى إذا ما سأل سؤال فاستوقفه الضيف للاستفسار عمار يريد تحديداً أو أنه لم يفهم المقصود من السؤال .. فالعيب هنا ليس من الضيف بل أنه من الإذاعي وفى طريقة صياغته للأسئلة .

* يجب على الإذاعي أن يضع فى اعتباره حين صياغة الأسئلة (الجمهور المستهدف) .. وهذا يعني أنه يجب اختيار الكلمات البسيطة المعبرة عما يريد وفى نفس الوقت يفهمها جمهور المستقبلين بنفس درجة وضوح استقبال ضيف البرنامج لها .

إذا كانت الأسئلة تحتوى على المصطلحات العلمية التى لا بد من ذكرها - فلا بد للإذاعي من توضيح لمعنى هذه المصطلحات حتى يفهما جمهور المتلقين ، أيضا إذا كانت إجابة الضيف تحتوى على مصطلحات علمية غير مفهومة فيجب على الإذاعي أن يستوقف الضيف لتوضيح معنى هذه المصطلحات .

* يجب على الإذاعي تجنب الاختصارات المخلة لصياغة الأسئلة كذلك يجب عليه تجنب الإطالة المخلة للصياغة ، على سبيل المثال إذا سألت الضيف عن المؤتمرات العلمية التى حضرها فتحدث الضيف عن أربعة مؤتمرات علمية حضرها أخيراً بشئ من التفصيل .

السؤال التالي قد يكون عن توصيات المؤتمر الأول الذى حضره .. لا يجب أن تكون الصياغة هنا مثلا " ما هى توصيات المؤتمر الأول الذى حضرته " إنما يجب ذكر شئ من التفصيل فى صياغة السؤال عن هذا المؤتمر - لأن الضيف تحدث بعده عن المؤتمر الثانى ثم الثالث ثم الرابع فالاختصار هنا

***** تدريبات إذاعية *****

مخل .. أما إذا كان السؤال عن توصيات المؤتمر الأخير فهذا السؤال المختصر يؤدي المعنى المطلوب .. والإطالة فى الصياغة هنا تكون مخلة وغير مرغوبة .

* يجب على الإذاعي طرح السؤال الذى يستطيع الضيف الإجابة عليه فى إطار تخصصه ومعرفته دون التعمد لإحراج الضيف بسؤاله حول موضوعات خارج نطاق اهتمامه وتخصصه .. والنتيجة المتوقعة إذا ما حدث ذلك هو اعتذار الضيف عن الإجابة وشعوره بالضيق أو أن يجيب الضيف إجابات ضعيفة أو خاطئة .

* يجب طرح الأسئلة التوضيحية وأسئلة المتابعة والأسئلة التحديدية : والمقصود بذلك أن بعض إجابات الضيوف قد تكون غامضة فتحتاج إلى سؤال توضيحي لتوضيح المعنى المراد توصيله .. وقد تكون بعض الإجابات ناقصة كأن يذكر الضيف أن هناك نقطتين أساسيتين فى هذا الأمر ثم يذكر تفصيلا نقطة واحدة ، وهذا يحتاج إلى سؤال متابعة من الإذاعي حول النقطة الثانية .. وقد تكون بعض إجابات الضيف غير محددة كأن نسأل عن توصيات المؤتمر فيتحدث الضيف بشكل عام وهذا الأمر يحتاج من الإذاعي إلى أسئلة تحددية لتحديد المطلوب من الإجابة بدقة (حسن أحمد : ٢٠٠٠ : ١٠٦) .

* يجب على الإذاعي أيضا تجنب الأسئلة المغلقة وهى تلك الأسئلة التى تحتمل الإجابة ب (لا أو نعم) والإقلال منها بقدر الاستطاعة خاصة فى حوارات الرأى لاعطاء الفرصة للضيف للتعبير عن آرائه ووجهات نظره بشئ من التعمق ولانسياب المعلومات التى تريد توصيلها للمتلقى بسلاسة دون حصره فى أسئلة مغلقة للإجابات.

***** تدريبات إداعية *****

* يجب على الإداعى أيضا تجنب الأسئلة شبة المغلقة وهى تلك الأسئلة التى يحدد فيها الإداعى بديلين أو أكثر أمام الضيف للاختيار فيما بينهما. كمثال : أن أسأل مدير النادى : إذا خسر النادى هذه المباراة .. هل ستقبل أعضاء الجهاز الفنى ام تكتفى بخصم عدة أيام من راتبهم .. هنا أضع أمام الضيف بديلين للأختبار فيما بينهما وهنا يمكن أن أعيد صياغة السؤال بحيث يكون مضمونة ماذا ستفعل من الجهاز الفنى فى حالة خسارة المباراة واترك له حرية الإجابة.

* يجب على الإداعى أيضا تجنب الأسئلة الساذجة .. على سبيل المثال (مع أحد بائعى الفاكهة يدور هذا الحوار أنت بتبيع فاكهة ؟ أو من داخل أحد المستشفيات نلتقى مع أحد المرضى ونسأل " هل أنت مريض " وكثيرا ما نسمع مثل هذه النماذج التى تتم عن أسئلة غاية فى الساذجة على الإداعى تجنيها.

* يجب على الإداعى تجنب الأسئلة التى لا حدود فى إجابتها كأن مثلا أسأل عن إنجازات الحكومة فى العشر سنوات الماضية ... أو عن خطة المحافظة فى السنة القادمة مثل هذه الأسئلة تحتاج إلى عدد من الحوارات للإجابة عليه لأن الحديث حول موضوعها يطول ويطول والاختصار فيها لا شبع حاجات المتلقى.

* على الإداعى تجنب الأسئلة المركبة والسؤال المركب هو السؤال الذى يحتوى واقعيا على سؤالين أو أكثر .. والواقع الإداعى الفعلى يؤكد أن مثل هذه الصياغة خاطئة لأن الضيف غالبا سيجيب على جزء من السؤال ولا يجيب على الجزء الآخر.

***** تدريبات إذاعية *****

* يجب على الإذاعي تجنب الأسئلة الإيحائية وهي تلك الأسئلة التي تضع في صياغتها الإجابة على لسان الضيف وعلى سبيل المثال " كل المثقفين في مصر بيقرأو جريدة الأهرام يا ترى أنت بتقرأ إيه ؟

* يجب على الإذاعي التخلص من لوازم الأسئلة وهي عادة منتشرة بين عدد من الإذاعيين هذه اللوازم مثل " طب - فى الواقع - فى الحقيقة - طب لو سألتك " وهكذا (حسن أحمد حسن : ٢٠٠٠ : ١٠٧) .

* يجب عدم التعليق على حديث الضيف أو الاختلاف أو الاتفاق معه فهناك من التعليقات التي نستمتع إليها من بعض الإذاعيين ولا مجال لها في الحوار مثل يا سلام .. مش معقول ، هي دي الإجابة التي كنت منتظرها وغير ذلك كثير . أيضا تجد الإذاعيين في محاولة لفرض الذات يتداخلون في آراء الضيف ويختلفون معه في بعض الآراء أن يتفوقوا بالإذاعي يجب أن يحتفظ بهدوئه وثباته حتى إلى نهاية الحوار حتى لو اختلف في الرأي مع الضيف .

* على الإذاعي إعطاء اهتمام كبير للضيف وأثناء التسجيل يذكرها الضيف هي ما يسعى الإذاعي لتعريف المتلقى بها . فالضيف هو المتخصص وهو محور الاهتمام لذلك يجب عدم التعليق أو الاختلاف أو الاتفاق بل إجراء الحوار بموضوعية وحيادية .

* على الإذاعي إعطاء اهتمام كبير للضيف قبل وأثناء التسجيل والجلوس بثبات وتقليل كم الحركة أثناء التسجيل إلى اقل قدر ممكن فعدم الاهتمام بالضيف والانشغال عنه أثناء التسجيل بالنظر إلى أشياء أخرى (أوراق - أحد المساعدين) قد يشتت انتباه الضيف ويسبب له بعض الضيق فتتأثر بذلك الرسالة ، كذلك الحركة الكثيرة أثناء التسجيل تسبب نفس الضيق وتشتت

***** تدريبات إذاعية *****

الانتباه ، لذلك يجب إعطاء اهتمام كبير للضيف وإشعاره بهذا الاهتمام من خلال الاتصال شبه الدائم بالعين .

* يجب على الإذاعي التعامل بذكاء ودبلوماسية مع الضيف فى بعض المواقف مثل مقاطعة الضيف بأدب ولباقة إذا ما خرج عن موضوع الحوار .. وعدم النظر شبه الدائم فى نهاية البرنامج إلى ساعة الأستوديو أو ساعة اليد لتنبه الضيف بقرب انتهاء البرنامج .. ويمكن الاستعاضة عن ذلك بإشارة متفق عليها مع الضيف أو الانتهاء من البرنامج بلباقة ودبلوماسية .

هذه هى أهم الجوانب التى يجب وضعها فى الاعتبار عند صياغة الأسئلة وعند أداء الأسئلة وعند أداء الحوار بالكامل : يبقى فى النهاية أن نذكر انه يجب على الإذاعي أن يراعى المنطقية فى ترتيب الأسئلة بحيث يؤدى كل سؤال بإجابته إلى السؤال التالي بسلامة ومنطقية ، أيضا يجب أن يتذكر الإذاعي دائما الجوانب الهندسية وأهمية إجراء اختبار قبلى وبعدى للصوت للتأكد من جودته كذلك كاميرات التصوير .

إن إجراء حوار إذاعي (مسموع أو مرئي) جيد وثرى ليس بالأمر السهل وليس صعبا بعيد المنال .. أنه يحتاج إلى استعداد شخصى ، وسمات شخصية ، وجهد كبير يجب أن يبذل وعمل دؤوب ، وفكر ومعرفة كاملة بأسس تنفيذ الحوار (حسن أحمد : ٢٠٠٠ : ١٠٨) .

الإدارة الفعالة للحوار :

تقوم الإدارة الفعالة للحوار الإذاعي على مبدئين أساسيين مهمين :
* **تجنب التجريد** : أحد الجوانب الأساسية فى الحوار والتي تؤثر على أسلوب كل محاور ، هو سلم التجريد وتشير هذه العبارة إلى حقيقة مفادها أن ثمة

***** تدريبات إداعية *****

تعبيرات متعددة متاحة عادة لتطلق علي الظاهرة الواحدة بعض هذه التعبيرات يكون دقيقا محددًا وبعضها الآخر يكون عاما وغير محدد وعلي سبيل المثال عندما نقول طعام - فاكهة - تفاحة ، فإن كلمة تفاحة كلمة محددة ودقيقة ، المقصود منها فاكهة التفاح ، ولكنها في نفس الوقت طعام لأنها تؤكل ، وعلي ذلك فالكلمات الثلاث صحيحة، ولكن كلمة طعام هي علي أعلى مستوى سلم التجريد ، تليها في المستوى كلمة فاكهة، ثم تأتي كلمة تفاحة في أدنى مستوى من سلم التجريد وهي محددة المعني تماما.

في الحوار نجد بعض المتحاور معهم يميلون في حديثهم إلى مستوى عال من سلم التجريد ، بمعني أنهم يميلون تلقائيا إلى استخدام تعبيرات عامة غامضة غير محددة بدلا من التعبيرات الدقيقة الواضحة المحددة ، علي المذيع المحاور أن يجذب مثل أولئك الضيوف إلى أسفل سلم التجريد كلما كان ذلك ممكنا وملائماً .

* **تجنب الانحياز** :المبدأ الأساسي المهم الثاني في الإدارة الفعالة للحوار أن يكون المذيع المحاور محايدا نلاحظ أحيانا عند إدارة حوار مع ضيف حول موضوع مثير للجدل أو يحظي بأهمية كبيرة أن يميل المذيع للقبول - بدون تساؤل - بآراء الضيف فيوافق عليها وذلك خطأ كبير فالمذيع كأنسان له آراؤه الخاصة به وهو حر في أن يوافق أو لا يوافق علي عبارة ما أما كمحاور مسئول فإن عليه التزاما أن يوجه المزيد من الأسئلة للخروج من الضيف نفسه بالأدلة الواقعية التي جعلته ينتهي إلى ما وصل إليه من نتائج ببساطة علي المذيع المحاور ألا يسمح لمعتقداته الشخصية أن تحول دون توجيه المزيد من الأسئلة للخروج من الضيف نفسه بالأدلة الواقعية التي جعلته ينتهي إلى ما

وصل إليه من نتائج ببساطة على المذيع المحاور ألا يسمح لمعتقداته الشخصية أن تحول دون توجيه المزيد من الأسئلة حول الآراء والأقوال التي تصدر عن الضيف ، ولا تكون مدعمة بالأدلة المادية . (مرعى : ٢٠٠١ : ١١١) .

ما يجب فعله، وما يجب تجنب فعله في إدارة الحوار الإذاعي :

١- الإعداد للحوار :

(أ) ابحث في خلفية الضيف بعناية ، منجزاته اتجاهاته، معتقداته، الوظائف التي تقلدها ، وضعه الاجتماعي : ومن بين أهم مراجع المعلومات عن المشاهير والموضوعات العالمية المهمة :

*المرجع العالمي المعروف who`s who (في السياسة والتعليم والطب والعلوم وغير ذلك من المجالات) .

*الكتاب السنوى الأوروبى the europa year book

*بنوك المعلومات التي يتم تحديثها باستمرار فى الشبكات الإذاعية الكبرى.

أما إذا كان الضيف لا يحظى بشهرة عالمية تؤهله لأن يدرج فى موسوعات عالمية كبرى فإنه يمكن للإذاعي أن يحصل على معلومات عنه من أرشيف الصحف الوطنية والمكثبات العامة، ومن الضيف نفسه فى اللقاء أو اللقاءات التمهيدية التي تتم معه قبل إجراء الحوار.

إن البحث فى خلفية الضيف، لا يقل أهمية عن بقية العوامل الأخرى ، فهما بلغ أسلوب المذيع المحاور من براعة، ومهما تمتع بشخصية قوية وحضور مؤثر ، ومهما تمتع بشخصية قوية وحضور مؤثر ، ومهما كانت بلاغته وسلاسة عرضه، فإن ذلك كله لا يعوض نقص المعلومات عن الضيف.

(ب) تأكد أن الموضوع الذي سيطرح للمناقشة يحظى باهتمام الناس : بالرغم من أن ضيفا بليد الحس يمكنه أن يصيب أكثر الموضوعات إثارة بالسأم، إلا أن ثمة فائدة من استمرار الحوار مع مثل هذا الضيف، إذا كان الموضوع نفسه مهما أو مثيرا للاهتمام. على المذيع المبتدىء فى مجال الحوار ألا يعول كثيرا على الضيوف المتاحين الجاهزين فالحوارات مع ذوى القربي والمعارف ، نادرا ما تثير اهتمام الآخرين ، إن طاقة خاصة تتولد حينما يجرى المذيع حوارا مع أناس غرباء عنه ، وتتضاعف القوة والتأثير ، عندما يكون الحوار مع أناس من أصحاب الإنجازات الكبرى (مرعى : ٢٠٠١ : ١١٢) .

(ج) اختصر بقدر الإمكان النقاط المطلوب إلقاء الضوء عليها، حتي يتسني مناقشتها بعمق فى الحوار : من الأفضل طرح عدد ملائم من النقاط ليتسني التعامل معها بعمق وذلك طبعا حسب المدة المحددة لكل حوار، ذلك لأن الحوارات التي تثير أقل قدر من الاهتمام هي تلك التي لا تتعمق فى الموضوعات المطروحة وتكتفي بمس القشور، مما يصيب الحوار بالسطحية.

(د) لا تسلّم قائمة أسئلتك للضيف مقدما ، إلا إذا كنت ستفقد حوارا مهما برفضك تسليم الأسئلة : قد يطلب منك بعض الضيوف من ذوى النزعة العدوانية، أو من السياسيين وكبار المسئولين، موافاتهم بأسئلة الحوار مقدما ، والحقيقة أن ذلك تصرف سيئ ، لأن التلقائية تتعدم إذا قام الضيوف بإجراء بروفات على إجاباتهم عن الأسئلة قبل إجراء الحوار.

الحوار الجيد يتطلب فقط ، أن تحيط ضيفك علما بالخطوط العامة المطلوب تغطيتها في الحوار ، وبالنسبة للضيوف المعتادين على الحوارات الإذاعية،

***** تدريبات إداعية *****

فلا بأس من أن تكشف لهم عن سؤالك الأول لبعث الطمأنينة في نفوسهم وإزالة ما قد يكون موجوداً من توتر.

كذلك إذا كنت ستسال ضيفك عن تجاربه غير العادية، وعن الأمور المثيرة والطريفة في حياته، فإن إحاطته بذلك مقدماً يفيد في منحه فرصة للتفكير والتذكر إذ أن معظم الضيوف بصابون بالارتباك حينما توجه إليهم أسئلة من هذا النوع بشكل مفاجئ ولذلك فإن بعض التنويه المسبق، قد يجعل من إجابة الضيف الفقرة الأكثر جاذبية من غيرها في الحوار.

(هـ) ضع نقاطاً للمقدمة وللختام :

إن كتابة المقدمة والنهاية، أو كتابة خطوط عريضة لكل منهما تتيح لك وأنت على الهواء (أو حتى خلال التسجيل) التركيز على صلب الحوار وفي معظم الأحوال يجب أن يتضمن الختام تلخيصاً للمعلومات الأكثر أهمية والتي يكشف عنها الحوار، وذلك بطبيعة الحال لا يتأني كتابته مقدماً ، ولذلك فإن ختامك المكتوب سلفاً ، يجب أن يكون قابلاً لأن تضيف إليه هذا التلخيص ارتجالاً.

(و) خطط لبعض الأسئلة لتدفع بالحوار في البداية، ولسد أي فجوات فجائية :

ليس هناك أكثر إيلاًماً للمحاور من معاناته في البحث عن السؤال خلال إجراء الحوار ، لذلك فإن التخطيط لبعض الأسئلة مقدماً يفيد ، ولكن تغاضي عن هذه الأسئلة المخططة إذا لم تدع الضرورة للجوء إليها (مرعى : ٢٠٠١ : ١١٣)

٢- التعامل مع الضيف :

(أ) اجعل ضيفك يحس بالألفة : دع ضيوفك يتعرفون على الأستوديو، وغرفة المراقبة ، والفنيين العاملين بها ، وعلي الركن أو المنطقة التي سيجرى فيها الحوار أعطهم فكرة عما سيحدث إن حسن الوفادة هذا يساعد كثيرا في إزالة التوتر والقلق من نقوس الضيوف، ويجعلهم أكر تعاوننا حينما تنتهي من هذا التمهيد النفسي يمكنك البدء فورا بالحوار مع الشخصيات التي لها خبرات سابقة بالتعامل مع البرامج الإذاعية أما مع الضيوف غير المجربين ، فإنه من الأهمية بمكان أن تمنحهم بعض الوقت ، تشرح لهم فيه كيف ستدير الحوار وماذا تتوقع منهم .

(ب) قدم أوراق اعتماد ضيفك فى بداية الحوار: عادة ما تختار الإذاعة ضيوفا لقناعتها بأنهم واسعوا المعرفة، وأنهم مسئولون عما يقولون ، ولكن من حق الجمهور أن يعلم كيف ولماذا وصل أولئك الضيوف إلى هذه الدرجة التي أهلتهم للحديث فى موضوع بعينه إن تعليقا علي عملية زرع قلب مثلا يختلف ما بين كون هذا التعليق جاء على لسان جراح قلب ، أو على لسان المريض الذى أجريت قلب، أو علي لسان المريض الذى أجريت له العملية، أو لسان ممثل عن هيئة صحية، أو مؤسسة سياسية . ولذلك فمن المهم أن يكون جمهورك على علم بخلفية المتحدث ليتسني له تقييم الحديث فى ضوء معرفته بهذه الخلفية. ولكن لا تسرف كثيرا فى التعريف بضيفك دفعة واحدة ليكن تعريفك فى البداية مقصورا على الأساسيات وامنح ضيفك الفرصة لكي يستمع الجمهور إلى صوته فى وقت مبكر من الحوار، وأية تفاصيل أخرى يمكن إضافتها لاحقا فى مراحل مختلفة من الحوار.

(ج) أذكر اسم الضيف، وكرر صفته أو معلومة عنه من آن لآخر بشكل غير مباشر:

لأنه ليس بمقدور المستمعين رؤية الضيف فإن إعادة التعريف به من آن لآخر أمر ضرورى وفى نهاية الحوار يجب التعريف بالضيف مرة أخرى إذ من المحتمل أن عددا من الناس يكون قد فتح الراديو فى أى وقت خلال سير البرنامج ، وهم فى هذه الحالة يكونون تواقين لمعرفة اسم الضيف الذى يكون قد لفت انتباههم ، أو أسعدهم ، أو حتى أثار غضبهم.

(د) تذكر أن الضيف هو النجم : من النادر جدا أن يكون المذيع المحاور أكثر أهمية لدى المشاهد من الضيف، ولكن - وبشكل عام - فإن سيطرة المذيع على الحوار ليست فقط أمرا يتنافى مع الهدف منه ، وإنما هو أيضا يؤدى إلى القليل من شأن الضيف.

(هـ) تذكر أن الضيف هو الخبير : فى بعض الأحيان يكون المذيع المحاور قد أصبح مرجعاً فى موضوع ما ، وبالتالي يكون قادرا على مناظرة ضيفه فيه، ولكن على المذيع - بالرغم من ذلك - ألا ينسى أبدا أن ضيفه هو الخبير الذى يجب أن يدلى بالمعلومات، وإلا فلماذا استضافه؟

لا تحاول إجراء بروفة مع الضيف قبل الحوار وإلا فقد الحوار التلقائية والمصادقية.

تتعدم التلقائية إذا ما ناقشت الحوار بالتفصيل مع ضيفك قبل إجرائه ، لذلك فليقتصر حديثك معه حول العموميات التى تتصل بموضوع الحوار فقط ، وذلك بهدف كسر الجليد، إلا إذا رأيت أن عليك أن تذكر نقطة حرجة أو

حساسة فى حياة الضيف تود أن يتضمنها الحوار، وتحتاج إلى موافقته. (مرعى : ٢٠٠١ : ١١٤) .

(و) **تجنب وضع ضيفك فى شرك** : بعض المحاورين فى بعض الإذاعات التافهة يضللون ضيوفهم عن عمد ، بأن يخفوا بعض الأمور الحساسة التى قد يفضل الضيف عدم الخوض فيها، ثم يفاجئونه بسؤال حول هذه الأمور خلال إجراء الحوار (سواء كان مسجلا أو على الهواء) هذا الأمر خطير ، ولا علاقة له بحرية التعبير كما قد يظن أولئك المحاورون، إذ أن حرية التعبير لا ينبغي أن تكون على حساب حق الإنسان فى الاحتفاظ بخصوصياته، إن رغب فى ذلك ، لذلك يجب على المذيعين المحاورين أن يحرصوا على حماية هذا الحق بالنسبة لضيوفهم.

المذيع المحاور Interviewer

يعتمد الحوار الإذاعي بالدرجة الأولى على فن الارتجال وهو إحدى المهارات الأساسية التى يجب أن تتوفر فى المذيع ، إذ أن معظم ساعات اليوم الإذاعي تتضمن برامج ومواد مذاعة لا تعتمد على نص مكتوب مثال ذلك ، المندوبون والمراسلون فى مواقع الأحداث، والمذيعون فى برامج العروض الكلامية talk show والمحاورون فى البرامج الحوارية ، نادرا ما يعتمد كل أولئك على نص مكتوب ، وعليهم إدارة برامجهم معتمدين على الارتجال والارتجال الإذاعي معناه " التحدث بحرية أو تلقائية "

وحتى يجيد المذيع فن الارتجال عليه أن يعرف جيدا عن أى شئ يتحدث ، ثم أن يهتم كثيرا بما يقول ، وأن يكون تواقا للاتصال بالمستمع بمعنى أن تكون لديه رغبة حقيقية فى الاتصال بالآخرين ، وأن ينمي فى نفسه مقومات

***** تدريبات إذاعية *****

الشخصية الجذابة، وفي الحوار عليه أن يبذل جهدا كبيرا ، واهتماما حقيقيا فيما يطرحه فيه من موضوعات.

ويعتبر الحوار الإذاعي ، الذى هو صورة من صورة من صور الارتجال ، أكثر الأشكال الإذاعية استخداما، كما أنه يمثل عنصرا أساسيا من العناصر التي يقوم عليها العديد من الأشكال الإذاعية الأخرى ، مثل المجلة الإذاعية ، والتحقيق الإذاعي ، وبرنامج العروض الكلامية talk show وغير وللحوار الإذاعي قواعد وأصول ، المدخل الصحيح لفهمها هو معرفة الهدف منه.

وهناك مهارتان أساسيتان يجب أن تتوافر لدى المذيع المحاور، المهارة الأولى هي مهارة الإنصات ، وهي التي تمكن المذيع من التركيز علي مضمون حديث الضيف، مما يساعده علي التقاط الأفكار التي تثرى موضوع الحوار عن طريق توجيه المزيد من الأسئلة ، كما أن الإنصات الجيد من جانب المذيع يضمن استمرار الحوار فى خطه الصحيح الذى يحقق الهدف منه والإنصات الجيد أيضا يتيح الفرصة لتدخل المذيع لاستيضاح ما قد يرد فى حديث الضيف من أمور تحتاج إلى شرح أو تفسير ، أما المهارة الثانية التي يجب أن تتوفر لدى المذيع فهي مهارة التحدث ، وهي تعتمد فى المقام الأول علي الحصيلة اللغوية لمذيع الحوار ، ثم علي قدرته علي التوظيف الصحيح لهذه الحصيلة في سياقها الاجتماعي ، وفي الموضوع الذى يتناوله الحوار الإذاعي وإلى جانب اعتماد مهارة الحديث علي الحصيلة اللغوية ، لابد أن تعتمد أيضا علي قاعدة معرفية شاملة .

٣- إدارة الحوار :

*ناقش موضوع الحوار مع الضيف، ولا تجعل حوارك مجرد جلسة للسؤال والجواب: يتعلق هذا البند بالمذيع المحاور فى برامج العروض الكلامية، الذى يشترط فيه درجة عالية جدا من الخبرة والثقافة والحضور، إذ فى برامج العروض الكلامية النموذجية talk shows typical يهدف المذيعون المحاورون إلى الحديث مع ضيوفهم بحيث لا تكون الجلسة مقصورة على مجرد طرح أسئلة وتلقي إجابات المذيع المحاور الناجح فى برامج العروض الكلامية يشارك فى المناقشة، يضيف معلومات وحكايات ونوادير، كما يثرى الحوار بتعليقاته ذات البصيرة النافذة، هو على العكس من مراسل الأخبار الذى يطلق الأسئلة القصيرة المتلاحقة بأمل الحصول على تصريحات صوتية من صناع الأخبار إن الأسئلة بطبيعة الحال أمر جوهري بالنسبة للحوار، ولكنك إذا انتقلت ببساطة من سؤال إلى آخر دون إظهار مشاعرك حول الأسئلة فانك تخاطر بالظهور بمظهر غير المكترث أو غير العابئ بما يقوله الضيف المطلوب إذن أن تكون طبيعيا، وإلا تخشى التعبير عن ردود فعلك الصادقة بما فى ذلك الضحك إذا تطلب الموقف ذلك

إن المذيع المحاور فى برامج العروض الكلامية talk shows هو جزء من العرض ولذلك فإنه مسموح له بهامش كبير من الحرية فى المداخلات والإضافات ، بعكس برامج الحوارات العادية التى يتعين أن يكون المذيع المحاور فيها محايدا .

* حاول أن تضيفي جوا من عدم التوتر على الحوار :

لا تستجوب ضيوفك بدقة وقسوة ، ولا تستأسد عليهم، لأنهم قد يستقزون ويفقدون أعصابهم وراجع لك اختيار الطريقة أو الأسلوب الذى تهدئهم به ، إذا

***** تدريبات إداعية *****

ما داخلك شعور بعدم موافقتك لهم ، أو عدم الإعجاب بهم إذا أظهرت العداد من جانبك ، أو عدم الكياسة، أو عدم الترحيب، فإن ضيوفك وكذلك جمهورك سوف يستأون ويمتعون.

هناك بالتأكيد فئة قليلة من المذيعين المحاورين ، خاصة فى برامج العروض الكلامية اعتادوا على مصارعة ضيوفهم، وكذلك المستمعين الذين يتصلون بهم هاتفيا. مثل أولئك المذيعين تجدهم على استعداد لتوجيه أى سؤال حتى لو أفقر إلى الذوق السليم، كما أنهم لا يترددون فى إبداء أى تعليق، حتى وإن كان مثيرا للغضب. (مرعى : ٢٠٠١ : ١١٥) عليك أن تتذكر دائما أن المشاهدين والمستمعين لا ينظرون إلى المذيع المحاور على أنه ممثل يلعب دورا، الدور الحقيقي للمذيع بالنسبة لهم هو أن يكون صادقا ، وأن يكون نفسه.

* فى بدايات الحوار أذكر أهمية الموضوع :

الموضوعات الجديرة بالاهتمام لا تحتاج إلى تعزيز خاص، لكن غير ذلك من الموضوعات يتطلب شرحا وتوضيحا، وغالبا ما يهتم الناس بالموضوع الذى يؤثر فيهم، ويثير مشاعرهم لذلك فإن أهمية حوارك تتزايد إذا ما نجحت فى جعله وثيق الصلة بالمستمعين ولعل أبسط طريقة تحقق ذلك أن تسأل ضيفك فى البداية: لماذا الموضوع مهم ؟

* خلال الحوار أنصت باهتمام لإجابات الضيف ، وليتسم رد فعلك بالاستجابة المناسبة:

إذا لم تنصت باهتمام لضيفك ، فسوف تفشل بالتأكيد فى ملاحقة أقواله المهمة بالأسئلة الملائمة التى تنمى الحوار وتطوره ولكن أحذر أن تدعى

***** تدريبات إذاعية *****

الاهتمام أو تتظاهر به إذا لم يكن اهتمامك حقيقيا وصادقا، فإنك إما تدير حوارا سيئا، أو أنك لا تتصت جيدا لإجابات ضيفك.

وهناك سبب آخر لأهمية الإنصات الجيد لحديث الضيف، وهو تجنب الوقوع في حرج يترتب علي طرح سؤال تكون إجابته قد وردت في ثنايا حديث الضيف إن أقصي عقوبة للمذيع الذى لا ينتبه جيدا لحديث ضيفه أن يقول الضيف على الهواء : " لقد سبقت لي الإجابة عن هذا السؤال "

*** بشكل عام ضع أسئلتك انطلاقا من الإجابات السابقة للضيف :**

لا تتردد فى الاستغناء عن أية أسئلة تكون قد خطت لها مسبقا، إذا نبعت من الحوار أسئلة أخرى أكثر أهمية وإثارة ليكن لديك خطة نعم، ولكن لا تجعل نفسك عبد لهذه الخطة وأسيرا لها، حتى يتسم حوارك بالحيوية والتلقائية.

*** حاول أن تبني حوارك فى اتجاه الوصول إلى نقطة الذروة Climax :**

يتحقق ذلك إذا احتفظت بسؤال مهم إلى ما قرب نهاية الحوار، ولكن لا تؤخر كثيرا طرح هذا السؤال المهم، لأنه من غير المقبول، أن تتدخل على نحو مفاجئ ، وتقاطع حديث الضيف لتطرح هذا السؤال المهم حين تكون قد فوجئت بقرب انتهاء وقت البرنامج.

*** لا تشير لأية موضوعات أثرت مع الضيف قبل التسجيل ، أو قبل بدء الحوار على الهواء: إنه أمر جوهري أن تتاح لك الفرصة للتحدث مع ضيفك قبل تسجيل الحوار، أو قبل إذاعته على الهواء إن ذلك يساعد كثيرا فى تحديد مواقع أسئلتك، ووضع يدك على المزاج العام الذى تريده للحوار، وأمور أخرى كثيرة ذات أهمية، ولكن جمهورك سيشعر أنه معزول مستبعد، إذا ما طرحت سؤالا أثناء إجراء الحوار من نوع، " كما أخبرتني من قبل أن نبدأ البرنامج " إذ**

***** تدريبات إذاعية *****

أن المستمعين يريدون دائماً أن يشعروا أنهم داخل الحوار وليس خارجه،
ويسئهم أن جزءاً من الحوار قد تم قبل ذلك في غيبتهم . (مرعى : ٢٠٠١ : ١١٦) .

* كن متماسكا :

لا تستسلم بسهولة للإجابات المراوغة والغامضة التي تصدر عن الضيف
حاول بإصرار المضي قدماً في طرح المزيد من الأسئلة لانتزاع التفسير
الملائم من الضيف، وفي النهاية إذا لم تثمر محاولتك، غير الموضوع وأطرح
أسئلة جديدة.

* لا تقاطع الضيف بتعليقات لا معنى لها :

أحياناً نلاحظ بعض المداخلات من جانب بعض المذيعين مثل : " آه .. أوم
.. ياه .. هذا مثير جداً .. الخ " مثل هذه المداخلات التي تصدر من المذيع
في الخلفية أثناء حديث الضيف، لا تضيف شيئاً للحوار، وتكمن خطورتها في
أنها قد تشتت انتباه المستمع، وتصرفه عما يقوله الضيف. لذلك يتعين على
المذيعين الذين يفعلون ذلك، محاولة التخلص من هذه الهمهمات والتعزيزات
الصوتية التي تصدر منهم خلال إجراء الحوار.

وهناك سبب عملي آخر لعدم الحاجة إلى تنبيل الحوار بالهمهمات غير
المفهومة التي سرعان ما تثير هذا الضجر ويتعلق هذا السبب العلمي ببعض
الحوارات التي يكون مخططاً أن يتم مونتاجها (خاصة في الأخبار وبعض
البرامج الخاصة والوثائقية) برفع جمل ومداخلات المذيع المحاور للحصول
فقط على حديث وتعليقات الضيف وفي هذه الحالة فإن كثرة المداخلات

***** تدريبات إذاعية *****

بالمهمات غير المفهومة من جانب المذيع تشكل صعوبة بالغة عند إجراء المونتاج.

*** ركز على الأسئلة المهمة :**

يجب أن تكون مداخلتك في الحوار بطرح أسئلة مهمة ذات مضمون ومعني، ولا يصح أن تكون لك مداخلات عبارة عن ترديد بيغاوى لجزء من إجابات الضيف لأن ذلك تكرر لا معني له، ويثير السخرية والاستياء لدى المستمع.

*** لا تتعالى علي الضيف ، ولا تكن خانعا ذليلاً :**

لا ينبغي للمذيع المحاور مهما بلغت مكانته أن يتعالى علي ضيفه، وفي نفس الوقت لا يصح أن يتضاءل أمام الضيف مهما سمت مكانته في هذا الإطار ، علي المذيع أن يتجنب عبارات مثل : " أنا علي يقين أن مستمعينا تواقون لمعرفة كذا منك " .. أو " هل تمانع في أن أسألك حول كذا ؟ " .

الضيوف يعلمون جيدا أنهم حضروا لكي يتم إجراء حوار معهم، وبالتالي فهم ليسوا في حاجة إلى مثل هذا التدليل.

*** كن بارد الأعصاب :**

إن إجراء الحوار هو تخصصك ، وبالتالي فعليك أن تكون هادئا مطمئنا وعلي سجيته، قد يكون ضيفك غريبا على الموقف التحويري ، وقد يكون مأخوذا وشاعرا بالرهبة من الأجهزة والمعدات ، وقد يكون خائفا منك، أو قلقا من الوقوع في خطأ إذا فشلت أنت في الحفاظ علي رباطة جأشك، أو شغلتك الإشارات الصادرة من مدير الأستديو أو من الآخرين ، فسوف تتسبب في إثارة ضيفك وإزعاجه. (مرعى : ٢٠٠١ : ١١٧) .

*** كن متحكما في الحوار :**

***** تدريبات إذاعية *****

بعض الضيوف المدربين، وخاصة السياسيين منهم ، يمكن أن يسيطروا علي الموقف الحوارى ، ليستثمروا الحوار لصالحهم فى هذه الحالة، عليك صياغة الأسئلة بطريقة لا تسمح لمثل هؤلاء الضيوف أن يحرفوا الحوار عن وجهته، ولا تتيح الفرصة لهم للانطلاق في الحديث بلا توقف والتدخل هنا من جانب المذيع يكون مطلوباً لتصحيح مسار الحوار .

*خطت لانتقال منطقي ناعم من موضوع إلى موضوع :

يكسب ذلك الحوار انسيابية وترابطاً ، فلا يبدو مفككا مقطوع الأوصال إذ أن الحوار هو فى النهاية عمل فني يحتاج إلى بداية وتطور وذروة ثم نهاية ، يربط بين كل ذلك خيط من المعاني والأفكار التي تنتالى فى سياق منطقي ، بحيث يؤدي المعنى إلى معنى ، وتقود الفكرة إلى فكرة فى تدفق وتناغم.

* كن مستعداً دائماً بالسؤال التالي ، ولكن لا تجعل تفكيرك فى السؤال التالي يشغلك عن متابعة ما يقوله الضيف : لابد أن تكون جاهزاً باستمرار لتغيير خطتك فى أية لحظة خلال إجراء الحوار إزاء أى إجابة غير متوقعة تصدر عن الضيف، بحيث تكون قادراً على طرح أى سؤال خارج الخطة يمليه أى تطور أو موقف طارئ.

* لا تسأل أكثر من سؤال واحد في المرة الواحدة :

غالباً ما تؤدي الأسئلة المركبة من جانب المذيع إلى إجابات مشوشة من قبل الضيف، بالإضافة إلى أنه لو استطرد الضيف فى الإجابة عن الجزء الأول من السؤال ، فإنه قد يترتب على ذلك احتمالان. الاحتمال الأول أن ينسى الضيف أن ثمة جزءاً ثانياً فى السؤال، وأن ينسى لمذيع ذلك أيضاً فينتقل إلى طرح سؤال جديد، ولكن قد يكون الطرف الثالث هو المستمع متذكراً أن جزء

***** تدريبات إذاعية *****

من السؤال السابق لم تتم الإجابة عنه، وأن المذيع لم ينبه الضيف لذلك والاحتمال الثاني أن ينسي المذيع فقط، ويتدخل بسؤال جديد قبل أن يكمل الضيف إجابته عن الجزء الثاني من السؤال المركب فينبه الضيف إلى أنه لم ينته بعد من الإجابة في كلا الأمرين يكون موقف المذيع سيئاً أمام جمهور المستمعين ولذلك من الأفضل أن تكون أسئلتك مختصرة ولكن في الصميم.

*** تجنب الأسئلة المغلقة التي تحتم الإجابة بنعم أو بلا :**

السؤال الجيد في الحوار هو ذلك الذي يستدرج الضيف لإجابة موسعة والأسئلة المغلقة لا تتيح هذه الفرصة ولكن يستثني من ذلك الحالات التي تكون فيها الإجابة بنعم أو بلا مطلباً في حد ذاته مثال ذلك أن يوجه المذيع سؤالاً لمسئول كبير في الدولة حول ما إذا كانت الحكومة ستفرض ضريبة جديدة في الميزانية القادمة إجابة المسئول هنا بنعم أو لا يكفي في حد ذاتها لأنها تعني الشيء الكثير بالنسبة لجمهور المتقنين.

وعلي كل حال إذا اضطر المذيع لطرح سؤال وكانت إجابة الضيف بنعم أو بلا ، وكانت النقطة التي يدور حولها السؤال ذات أهمية ، فعلي المذيع أن يطرح فوراً سؤالاً استفسارياً بحيث تضيف إجابة الضيف مزيداً من المعلومات

*** اسأل بعض الأسئلة التي يسألها الشخص العادي :**

لا تخشى من طرح بعض الأسئلة الأساسية البسيطة فمعظم المستمعين يكونون في حاجة إلى بعض المعلومات الأساسية حول الموضوع المطروح في الحوار . (مرعى : ٢٠٠١ : ١١٨) .

***تقدم خطوة واطرح أسئلة مثيرة لا تدور بخلد معظم الناس العاديين :**

***** تدريبات إذاعية *****

المحاور المتميز هو ذلك الذى يسعى للحصول من ضيفه علي المعلومات التي يريدها أفراد جمهوره، وإن كانوا غير واعين بحاجتهم إليها.

* تجنب الأسئلة البديهية، والتي يمكن التنبؤ بها من جانب الضيف :

الأسئلة غير المتوقعة ضرورية فى حالتين الأولى حين يكون الضيف كثير المشاركة فى البرامج فتكون آراؤه بالتالي شائعة بين المستمعين ، والثانية أن يكون الموضوع قد سبق طرحه بكثرة من جانب الخبراء للدرجة التي تجعل الجمهور قادرا على توقع الأسئلة المحتمل طرحها من جانب المذيع المحاور.إن الواجب الأساسي للمذيع هو تزويد الجمهور بشئ ذي قيمة (معلومات مفيدة ومثيرة) ، لذلك عليه أن يبتعد عن المألوف والبديهي والخارج عن الموضوع.

* لا تجب عن السؤال الذى تطرحه :

إذا كان الضيف هو الخبير وهو مصدر المعلومات فلا يصح أن يتضمن سؤال المذيع بعضا من إجابته، إذ ماذا يتعين علي الضيف أن يقول بعد ذلك ؟ ليس أمامه سوء أن يؤمن على ما ورد في سؤال المذيع الأسئلة من هذا النوع لا قيمة لها وتمثل خروجاً من جانب المذيع عن دوره ومهمته.

* لا تتردد فى مقاطعة ضيفك إذا ما استعمل تعبيرات أو كلمات غامضة، أو غير

شائعة ، أو مصطلحات أجنبية تحتاج إلى ترجمة أو شرح أو تفسير :

يحدث ذلك كثيراً خاصة إذا كانت الحوارات مع متخصصين أو أكاديميين أو فنيين ، فهم عادة ما يستخدمون فى إجاباتهم ألفاظاً وتعبيرات وكلمات ومصطلحات تتصل بمهنتهم واهتماماتهم، وغالبا ما يكون الجمهور العادى

***** تدريبات إذاعية *****

علي غير دراية بها لذلك يتعين علي المذيع المحاور لأنه أدرى بخصائص الراديو، أن يتدخل بطرح سؤال يستفسر فيه عن مثل هذه الكلمات والعبارات غير الشائعة ، حتى وإن كان هو يعرفها.

* قبل إنهاء الحوار خاصة إذا كانت أسئلتك قد انتهت ، اسأل ضيفك إن كان يود إضافة شئ : إلى جانب القيمة الواضحة لهذا السؤال في حالة الانتهاء من كل أسئلتك ، وحين لا يكون بمقدورك طرح سؤال جديد، فإن طرح مثل هذا السؤال قد يتيح الفرصة للضيف للإفشاء بشئ مثير أو مهم يكون قد غفل عن ذكره خلال إجراء الحوار.

* لا تنه حوارك بعبارة " قد انتهى وقت البرنامج " :

لا قيمة لهذا " الكليشيه " الذي يلجأ إليه بعض الإذاعيين، فالجمهور، كذلك الضيوف يعلمون أنه يتعين عليك أن تتوف لأن الوقت انتهى، ولأن لكل برنامج بالضرورة نهاية.

* في نهاية الحوار اشكر ضيفك بحرارة ولكن بإيجاز : لا تكن مسرفا في التعبير عن عواطفك إزاء الضيف ، ولا تتبالغ في إفشاء الألقاب والأوصاف، أشكر بإيجاز ، ثم تحول بسرعة إلي تعليقك الختامي (مرعى : ٢٠٠١ : ١١٩) .

* الأجهزة : يتحمل المذيع المسؤولية كاملة من كفاءة أجهزة التسجيل إذا كان يجرى حوار خارج الاستديو، ولذلك فيتعين عليه أن يتأكد من سلامة جهاز التسجيل وكافة ملحقاته، وأنها تعمل على النحو المطلوب قبل تسجيل حوار.

* الزمن Time : لكل برنامج إذاعي زمن محدد على كل خريطة إذاعية ، علاوة على أن تسجيل البرنامج نفسه يتم في إطار زمني ومذيع الحوار

***** تدريبات إذاعية *****

الناجح هو الذى يكون علي وعي بذلك ، لأن عدم الوعي بأهمية عنصر الوقت قد يؤدي إلى تشويه البرنامج ، إذ أن المونتاج ليس قادرا على كل شئ وتتمثل المشكلات التي تواجه المذيع فى هذا المجال وتتطلب منه يقظة وتدخلا فى عدة أمور منها : خروج الضيف عن الموضوع - البطء فى الحديث - كثرة فترات الصمت - تكرار الأفكار - الإطالة.

* **المكان location** : من العناصر الأساسية فى إنتاج الحوار الإذاعي تحديد مكان التسجيل وسواء كان التسجيل داخل الاستوديو أو فى أى مكان خارجه فإنه يجب على المذيع أن يتأكد من صلاحية المكان للتسجيل لضمان تحقيق الجودة الفنية .

* **لغة الحوار language** : لابد أن تتسم لغة الحوار الإذاعي بالبساطة والوضوح والدقة، كما لابد أن تتناسب مع طبيعة الحوار وطبيعة الضيف كذلك يلعب الجمهور المستهدف دورا أساسيا فى تحديد اللغة المستخدمة فى الحوار ، فإذا كان الحوار يستهدف جمهور النخبة فإن اللغة التي يستخدمها مذيع الحوار ستختلف دون شك عن اللغة التي يستخدمها عندما يستهدف الحوار جمهورا من العمال أو الفلاحين (مرعى : ٢٠٠١ : ١١٠) .

الفصل الثالث

التحقيق الإذاعي

يعرف التحقيق الإذاعي بأنه تقرير حول حدث من الأحداث الاقتصادية أو السياسية أو الثقافية أو الرياضية ، ومن خلال هذا الشكل تسهم الإذاعة مساهمة إيجابية في معالجة القضايا التي تهم جمهورها من المستمعين، بهدف تنمية معارفهم حول هذه القضايا، وحول ما يجري في محيطهم والمحيط العالمي من حولهم من أحداث.

وقد اقتبست الإذاعة هذا الشكل من الصحافة المكتوبة، التي يشكل التحقيق الصحفي فيها واحدا من أهم الفنون الصحفية التي تقوم علي تناول خبر أو قضية أو فكرة بالشرح وسرد البيانات والمعلومات، وعرض مختلف الآراء ووجهات النظر حولها للوصول في النهاية إلى قرار أو حل ، أو مجرد الاكتفاء بكشف الحقائق وإلقاء الضوء على جانب الموضوع الذي يعالجه التحقيق بهدف تنوير جمهور القراء إنه فن الوصول إلى الحقائق حول موضوع من الموضوعات عن طريق العرض بالكلمة والصورة الفوتوغرافية.

ولا يختلف التحقيق الإذاعي كثيرا - من حيث الجوهر - عن ذلك وإن كان قد تطور ليصبح فنا قائما بذاته يتفق مع طبيعة وخصائص الإذاعة وهو أحد الأشكال الإذاعية التي يدخل فيها الحوار الإذاعي ويتطلب هذا الشكل بحثا مسبقا pre - research من جانب مقدمه أو مجموعة مقدميه ، يشمل

***** تدريبات إذاعية *****

معلومات كافيته حول الموضوع أو الأحداث أو القضية التي يراد إجراء تحقيق حولها، علي أن تكون هذه المعلومات مدعمة بالإحصاءات والأرقام ، كما يشمل أيضا تحديدا للأشخاص والشخصيات ذات العلاقة بالموضوع أو القضية محل التحقيق وجمع البيانات عنها وبناء علي هذا البحث يتم تنفيذ التحقيق الإذاعي، ويكون بناؤه بعد المونتاج علي النحو التالي :

مقدمة مكتوبة بعناية من واقع المعلومات التي تم تجميعها في البحث المسبق تتضمن جانبا من هذه المعلومات التي توضح أهمية القضية أو الموضوع محل التحقيق وتنتهي هذه المقدمة المكتوبة - التي يقوم مقدم التحقيق بكتابتها وتسجيلها بصوته - بصياغة لأول سؤال في الحوار الذي يتم اختياره ليكون أول حوار في التحقيق وهو من بين الحوارات التي يكون قد تم تسجيلها مع الشخصيات ذوى العلاقة.

بعد المقدمة مباشرة يدخل الحوار الأول بعد رفع السؤال الأول الذي يطرحه المذيع حيث أنه قد صيغ في نهاية المقدمة، أى أن الشخصية تدخل بالإجابة مباشرة، ثم يستمر الحوار بعد ذلك بأسئلته وأجوبته.

فقرة ربط من الأستوديو بصوت مقدم التحقيق تتضمن بعض المعلومات وتنتهي بصياغة السؤال الأول من الحوار الثاني.

الحوار الثاني ويبدأ من إجابة الضيف مباشرة عن السؤال الأول.

ويستمر الحال على هذا النحو حتى تنتهي الحوارات مع الشخصيات ذات العلاقة بموضوع التحقيق ، ثم الخاتمة المسجلة بالأستوديو بصوت مقدم التحقيق والتي تتضمن تلخيصا وتعليقا وكذلك النتائج التي انتهى إليها التحقيق.

***** تدريبات إذاعية *****

يراعي بالطبع أن تكون الحوارات قصيرة مع تجنب تكرار الآراء، كما يراعي التنوع فى اختيار الشخصيات ذات العلاقة بموضوع التحقيق بحيث يشمل الخبراء المتخصصين والشخصيات العامة والمواطنين العاديين (حسب طبيعة الموضوع) ويراعي كذلك التنوع من حيث الشرائح العمرية المختلفة (طفل - رجل - شيخ) ومن حيث الجنس (رجال - نساء) (مرعى : ٢٠٠١ : ١٢٠) .

سمات التحقيق الإذاعي :

يستند على التحليل الواقعي للمشكلات وينتمي إعلاميا إلى ما يمكن أن نطلق عليه " مواد الحقيقة " وهي المواد التي تعتمد علي مناقشة المشكلات مناقشة واقعية.

يغوص فى أعماق الموضوع واصفا محلا ومفسرا عارضا للمظاهر ومفندا لأسباب ومستخلصا للنتائج معتمدا على الأرقام والآراء من مصادرها المختلفة.

يجيب عن كل ما يدور في أذهاننا من تساؤلات واستفسارات كما يشبع لدينا حب الاستطلاع، وبين الأبعاد والجوانب والزوايا للحدث إن شكل التحقيق يسمح بالتعمق فى الأبعاد السياسية والجوانب الاقتصادية والزوايا الاجتماعية، والأركان الثقافية.

يصلح لتغطية الأحداث الآنية، والقضايا والمشكلات المزمنة، والأماكن والمعالم والأمور الغريبة، شريطة أن تقع هذه الموضوعات فى دائرة اهتمام المستمعين. (مرعى : ٢٠٠١ : ١٢١) .

شكل التليفزيون تحديات حقيقية ومنافسة قوية للراديو خاصة عندما بدأ التليفزيون ينتشر على نطاق جماهيرى واسع منذ بدايات الخمسينيات ، وفى

***** تدريبات إذاعية *****

سياق هذه المنافسة عمل الراديو على إيجاد أساليب ممارسة متنوعة ليضمن له المكانة الجماهيرية اللائقة وخاصة أن تكنولوجيا التليفزيون بدأت قوية متطورة ولم تزل كذلك حتى الآن . ولعل من أبرز الأساليب التي اتبعتها الراديو هذا التنوع الملحوظ فى القوالب الفنية التي تقدم من خلالها البرامج ، ويأتي التحقيق الإذاعي أو ما اصطلح على تسميته بالريپورتاج - فى مقدمة هذه القوالب . وعلى الرغم من الآثار التراكمية الهائلة لأساليب الإنتاج الإذاعية " لبرامج الراديو ، وفى مقدمتها التحقيقات الإذاعية ، إلا أن هذه الشخصية كثيرا ما تأتي مطموسة المعالم أو مشوهة العناصر مما يضعف من مستوى أساليب الممارسة الإذاعية ، ويقلل بالتالى جماهيرية الراديو ، فى الوقت الذى تعلق عليه آمال كبيرة فى الإعلام والترفيه والتثقيف والخدمات وعلى ضوء تقصي مستوى التحقيقات الإذاعية المقدمة فى محطات الإذاعة ، يمكن القول بأن بعضها على مستوى عال من الجودة ، وإن كان أغلبها يعكس نوعا من عدم الإدراك الكافى بالأصول العلمية لفن التحقيق الإذاعي رغم أهميته فى تحقيق وظائف الراديو كوسيلة اتصال وكفاءة فى توصيل الفكرة - إذا قام على أسس علمية مدروسة . (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٣٩) •

أولا : مفهوم التحقيق الإذاعي وخصائصه :

هناك من عرف التحقيق الإذاعي (الريبورتاج) بأنه عبارة عن تقرير لحدث من الأحداث ، قد يكون هذا الحدث اقتصاديا أو سياسيا أو رياضيا وعن طريقه تستطيع الإذاعة أن تسهم مساهمة إيجابية فى معالجة الموضوعات والأحداث التي تهتم المستمعين فتساعدهم على أن يعرفوا ما يجرى فى

محيطهم والمحيط العالمي من أحداث ، وفي معجم المصطلحات الإعلامية نجد : " يقوم الريبورتاج أو التحقيق الإذاعي على نفس الأسس التي يقوم عليها التحقيق الصحفي باعتباره أحد الفنون الصحفية التي تعتمد على تناول وعرض خبر أو قضية أو فكرة بنوع من الشرح والتفصيل وسرد البيانات والمعلومات والآراء ووجهات النظر المختلفة للوصول إلى قرار أو حل أو رأى فى القضية أو الموضوع المطروح . إنه فن الوصول إلى الحقائق حول موضوع من الموضوعات وعرضها بالكلمة والصورة .

على ضوء هذه التعريفات الخاصة " بالتحقيق " من حيث مدلولات المفهوم في أبعاده اللغوية والقانونية والإعلامية يمكن القول بأن التحقيق الإذاعي عبارة عن :

"قال إذاعي يتناول الموضوعات الهامة والطريفة وفق سياسة الخدمة الإذاعية وبأسلوب إذاعي يتسم بالعمق استنادا على التحليل الواقعي والمزج الفني بين النص المكتوب والتسجيلات الصوتية بأشكالها المختلفة " .

خصائص التحقيق الإذاعي : ومن هذا التعريف يمكن تحديد أهم خصائص التحقيق الإذاعي فيما يلي :

١- إن التحقيق الإذاعي يتناول " الموضوعات " المطروحة علي ساحة الاهتمام الجماهيرى ، أو الموضوعات الطريفة ، والموضوعات هنا بالمعنى الواسع ، فقد تكون عبارة عن مشكلة هامة ، أو شخصية متميزة ، أو مواقف وأفكار أو أماكن .. الخ.

وهكذا يتسع مفهوم التحقيق ليستوعب الجوانب الحياتية والمجتمعية بأبعادها المختلفة، كما يستوعب الموضوعات المختلفة فى أبعادها الماضية والحالية

***** تدريبات إذاعية *****

والمستقبلية فى بعض الأحيان، ومن هنا فإن التحقيق الإذاعى يساهم فى تنفيذ وظائف الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية من إعلام وتنقيف وتوجيه وخدمات

وترفيه (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٤٣) ٠

٢ - إن التحقيق الإذاعى -شأنه بقية القوالب الإذاعية يتماشي مع سياسة الخدمات الإذاعية من حيث المضمون والإعداد والتقديم ، وبالتالي فإن هناك بعض الموضوعات التي لا يجوز تناولها ، أو يتعين أن يقتصر تناولها على جوانب معينة دون أخرى ، وهذا فى حد ذاته يمثل نوعا من القيود على التحقيق الإذاعى فى بعض الأحيان سواء لاعتبارات سياسية أو أمنية أو أخلاقية.

٣- إن التحقيق الإذاعى -شأنه شأن بقية القوالب الإذاعية الأخرى أيضا - يتماشي مع معايير الجودة الفنية المطلوب توافرها فى البرامج ، وهذا ما يشير إليه التعريف السابق " بالأسلوب الإذاعى " ، وبالتالي فإن التحقيق الإذاعى يتطلب مهارات فنية ولغوية واتصالية لأنه يمزج بين أكثر من شكل إذاعى ، وكثيرا ما يتعرض لقضايا وموضوعات تكون معالجتها الإذاعية نوعا من العبث إذا لم تلتزم بالأسلوب الإذاعى القادر على جذب اهتمام المستمع وإثارة انتباهه والمحافظة عليه.

٤ - إن التحقيق الإذاعى يقوم على المزج الفني بين النص المكتوب والتسجيلات الصوتية بأشكالها المختلفة ، فالتحقيق الإذاعى شكل مركب ، فهو يحتوى على الحديث المباشر ، الحديث الحوارى ، والحوار المتعمق ، الموسيقى ، الأغنية ، المؤثرات الصوتية ، ولكن ليس بالضرورة أن تتضمن

الحلقة الواحدة كل هذه العناصر وإن كان المستخدم منها يوظف بطريقة تمكن من التوصيل الفعال للرسالة وتجذب انتباه المستمع.

٥ - إن التحقيق الإذاعي يستند على التحليل الواقعي للمشكلات ، أى أنه يلتزم بالحقيقة ، فهو ينتمي إعلاميا إلى ما يعرف بمواد الحقيقة وهي المواد التي تتناول المشكلات فى دنيا الحقيقة بما يثير اليقظة والجهد والنشاط ويشجع على التفكير ويتيح المعلومات ، بل إن معنى كلمة " تحقيق " فى اللغة العربية مشتقة من الحق والحقيقة ، كما أن هذا المعنى - إعلاميا- يدمج محاولات تعريف التحقيق الإعلامي ، وفى اللغة الإنجليزية نجد العديد من محاولات التعريف التي تدل على هذا لمعنى مثل إن التحقيق الاستقصائي يتمثل فى الكشف عن شئ يريد شخص ما أن يظل سريا ، أو هو تقرير عن معلومات محجوبة ، فالهدف هنا إظهار الحقيقة ونقلها إلى الجماهير ، ولعل هذا واضح فى إحدى خصائص التحقيق الإذاعي ، وهي خاصية العمق كإحدى الملامح الرئيسية له (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٤٤ :) .

٦- إن التحقيق الإذاعي يتسم " بالعمق " ، فهو يغوص فى أعماق الموضوع ويقترح الواقع الحقيقي واصفا ومحللا ومفسرا له من حيث المظاهر والأسباب والنتائج والاحتمالات ، كما يتناول الموضوع من جوانبه المختلفة الهامة والطريفة ، وتوضيح ما هو غير ظاهر منها ، ويعتمد فى ذلك على الأرقام والإحصائيات والمعلومات والآراء من مصادرها المختلفة ويتعامل مع الفاعلين والظروف والملابسات ، ومن هنا فإن التحقيق الإذاعي له خصائص البحث والدراسة ، كما أنه يتطلب وقتا للتعلم فى خلفيات الموضوع وبذل الجهد فى مناقشة جوانبه المختلفة واستخدام أساليب غير تقليدية فى عرض الموضوع .

***** تدريبات إذاعية *****

هذه الخاصة ، وأعني بها " العمق " ، هي التي تميز التحقيق الإذاعي عن التقرير ، فالتقرير لا يعتني بما كتب فى الموضوع من أبحاث ودراسات وتقارير ، ولا يعني بتسجيل الحقائق بالأرقام والبيانات والإحصائيات ، وكما أن التقرير يقوم على مجرد وصف الوضع الحالى للموضوع ، أما التحقيق فإنه يشرح ويفسر ويعلق ويبحث فى الأسباب والعوامل الكامنة وراء الموضوع . إن كلمة Report ، تعني نقل الشئ ، أو نقل ما يحدث ، فكل شئ منقول يطلق عليه هذا اللفظ ، وتشير هذه الكلمة إلى عدة أشكال ، فهي تستخدم مقرونة بالخبر أو التحقيق أو المجلة الإذاعية .. الخ ، ويتسع معنى كلمة Report ليشمل كل المواد التي يتم جمعها أو تصويرها من مواقعها الأصلية ، كما أنها ارتبطت بالتحقيق ، بل واستخدمت كثيرا كمرادف له ، على اعتبار أنه إذا كان التحقيق يسعى للحقيقة والتوثيق فإن المادة المنقولة من الواقع هي التي تحمل - أكثر من غيرها - معاني الواقعية والتوثيق ، وعلى الرغم من ذلك ، فإنه ليس كل تحقيق تليفزيوني مثلا يعتبر تقريرا لأنه قد يحتوى على مواد غير منقولة من مواقعها الأصلية (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٤٥) .

يتصل بهذه النقطة استخدام " التحقيق الإذاعي " والريبورتاج الإذاعي " بمعنى واحد ، ذلك أن الصحافة الفرنسية كانت تطلق كلمة Le Reportage على فن التحقيق ، رغم أن معناها الأسمى " تقرير مصور " ، وقد انتشرت هذه الكلمة انتشارا كبيرا فى وسائل الإعلام العربية ن حيث راحت تطلقها على مواد كثيرة سواء فى الصحف أو المجلات أو الراديو أو التليفزيون ، حتى وإن كانت لا تمت بصلة إلى التقارير المصورة . من كل ذلك يتضح الفرق بين

***** تدريبات إذاعية *****

التقرير والتحقيق ومدى تأثير تسمية كل منهما بتسمية الآخر ، كما يتضح أصل استخدام كل من التحقيق الإذاعي والريبورتاج الإذاعي بمعنى واحد. وإذا كانت الخصائص الست السابقة ، هي التي تحد شخصية التحقيق الإذاعي ، إلا أن أساليب الممارسة - في أحيان كثيرة - لا تعكس هذه الخصائص ، قد يكون ذلك راجعا لأسباب تتعلق بكفاءة القائمين بالاتصال وتأهليهم ، وقد يكون راجعا لأسباب تتعلق بالضغوط التي يعمل في ظلها هؤلاء القائمون بالاتصال بدرجة لا تمكنهم من إنتاج التحقيق الإذاعي بالموصفات التي يجب أن يكون عليها في كثير من الأحيان ، بالإضافة إلى ذلك ، فإن بعض عناصر شخصية التحقيق الإذاعي نفسه تتيح إمكانية الإفلات من المواصفات السابقة ، وتتمثل هذه العناصر بصفة خاصة في الواقعية أو ما يعرف بالحقيقة ، وكذلك في العمق ، فهاتان الخاصيتان من أبرز خصائص التحقيق الإذاعي.

فبالنسبة " للحقيقة " نجد أن أبعادها تتراوح ما بين التطلع لحقيقة كاملة والقناعة ببعض جوانبها ، كما تتراوح بين الالتزام بالتفسير ومجرد محاولة التفسير ، كما تتراوح بين عمق الرؤية ومجرد وضوحها ، وتشير الصياغات المختلفة لفن التحقيق إلى ذلك بوضوح ، فالتحقيق هدفه الإجابة على السؤال " لماذا " ؟ أو استكشاف ليس فقط ما حدث ، ولكن بقدر الإمكان استكشاف الأسباب وراء ما حدث ، كما أن هدفه رسم صورة مطابقة للواقع أو صورة بكل جوانبها المختلفة أو عرض أمين لقصة حقيقية أو اكتشاف الحقيقة أو إظهار الحقيقة بعمق أو سبر غور الحياة وتحليلها ، وإلى حد ما تفسيرها أو تقديم تصور جلي لما يحدث ، ولكن هذا الهدف يتأثر ليس فقط بالرؤية الذاتية

***** تدريبات إذاعية *****

للمسؤول عن التحقيق ، ولكن أيضا بسياسة الخدمة الإذاعية مما يجعل الهدف نسبيا وتختلف الرؤى حوله على مستويات مختلفة (بركات عيد العزيز : ٢٠٠٠ :

١٤٦) .

كما أن خاصية " عمق " التناول كأحد خصائص التحقيق الإذاعي ينطبق عليها نفس الفكرة ، لأن العمق هو الأخر مسألة نسبية تختلف من شخص إلى آخر ، وما يعبره شخص ما تفسيراً أو تحليلاً يعتبره الآخرون غموضاً ، وبالتالي فإن هذه الخصائص حسبما يري البعض " لا يمكن أن تكون شروطاً يتحدد على أساسها كون الشكل تحقيقاً أم لا ، بل هي - أكثر من أى شئ آخر - تطلعات للقائم بالاتصال لإحداث تأثيرات على المتلقي وإذا ناقشنا مسألة عمق التناول من خلال التحقيق الإذاعي - سنجدها فى الواقع العملى مقيدة ببعض العوامل ، أولها ، خصائص الإذاعة نفسها كوسيلة اتصال ، فلا يمكن للإذاعة مثلاً أن تعرض أحد الموضوعات بنفس العمق الذى تعرضه مجلة متخصصة أو كتاب متخصص. العامل الثانى يتمثل فى طبيعة الموضوعات ذاتها ، فهناك العديد من الموضوعات التى تتسم بالتعقيد والتداخل بين جوانبها المختلفة وعمق كل جانب على حدة ، فلا يمكن لتحقيق إذاعي مدته ربع ساعة أو نصف ساعة مثلاً أن يتناول مشكلة الإسكان بأبعادها المختلفة ، وإنما على منتج التحقيق تناول المشكلة من عدة زوايا ، وفى هذه الحالة يجنح التناول إلى التبسيط (وليس العمق) ، أو يختار زاوية واحدة يتناولها بعمق وفى هذه الحالة تكون هناك جوانب أخرى لم يتم التعرض لها ، وإذا ما تم تناول مشكلة الإسكان من خلال سلسلة من التحقيقات الإذاعية فإن ذلك يناقض فى أحيان كثيرة ما تتطلبه برامج الإذاعة من تنوع

***** تدريبات إذاعية *****

وتوازن ، فالتنوع يقضي تناول موضوعات مختلفة ، والتوازن يقتضي عدم التركيز على موضوع معين أو موضوعات معينة وإهمال الموضوعات الأخرى ، وحتى إذا حرص المنتج على مبدأ التنوع فى إطار الموضوع الواحد ، فإن وحدة الإطار العام للموضوع على امتداد حلقات برمجية كثيرة تفضي إلى الملل على المدى الطويل(بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٤٧)

المسألة إذن تقتضي من منتج التحقيق أن يختار الموضوعات التي تتسم " بالأهمية " و " التحديد " فمشكلة الإسكان مثلا تتضمن عشرات الموضوعات مثل : ارتفاع أسعار الشقق ، عزوف القطاع الخاص عن الاستثمار فى مجال الإسكان ، الغش فى مواد البناء ، تأخير استلام شقق التعاونيات وزيادة أسعارها عن بداية التعاقد ، انهيار بعض العمارات بمجرد إنشائها ، العلاقة بين الملاك والمستأجرين ،... إلخ ، هذا التعدد فى جوانب المشكلة أو الموضوع يقتضي اختيار أكثرها أهمية فى ضوء ظروف المجتمع ، وفى بعض الأحيان تكون هناك ضرورة لتناول جانب معين دون سواه ، فعند انهيار إحدى العمارات العملاقة بشكل مفاجئ وتسفر عن عديد من الضحايا .. مثل هذا الموضوع جدير بأن يكون مجالا لتحقيق إذاعي، أما فى الظروف العادية، فإن الأمر متروك للقائم على التحقيق كي يختار الموضوعات الأكثر أهمية وإلحاحا ، أو التي تتوافر فيها عناصر الجاذبية والطرافة ، أو التي تشبع احتياجات الجماهير ورغباتهم..

العامل الثالث الذى يحدد مدى العمق فى تناول الموضوعات المختلفة يتمثل فى السياسة الإعلامية للخدمة الإذاعية ، فعلى الرغم من أن معد التحقيق يختار الموضوعات التي تتماشى مع هذه السياسة منذ البداية ، إلا أن هناك

***** تدريبات إذاعية *****

جوانب معينة فى بعض الموضوعات لا يجب تناولها ، كما أن السياسة الإعلامية تنعكس على الوقت المتاح للبرامج ، وهذا بدوره قد يكون محدودا بما لا يمكن معه التعمق فى تناول الموضوع .أما العامل الرابع ، فإنه يتمثل فى صعوبة الحصول على المعلومات اللازمة لتعميق التناول الإذاعي للموضوع سواء كانت هذه الصعوبة بسبب حظر تداول المعلومات ، أو بسبب قلة المصادر أو عدم إمكانية الوصول إليها فى الوقت المتاح لإنجاز التحقيق. وتلعب البيئة السياسية دورا كبيرا فى مدى فاعلية العاملين الرابع والخامس المشار إليهما كمحددات تفرض نفسها على مدى التعمق فى تناول الموضوعات المختلفة، كما أن البيئة الاقتصادية والثقافية والإعلامية لا تقل تأثيرا فى هذا الشأن.غير أن الأمانة المهنية تقتضي من القائمين بالاتصال ألا تتخذ العوامل السابقة كمبررات للإخلال بالمواصفات الأساسية للتحقيق الإذاعي أو غيره من البرامج ، فالصحافة (بمعناها الواسع) تتشابه مع العلم من حيث وصف الحقيقة والنزوع نحو الموضوعية والاعتماد على ما يمكن التأكد من صحته فى غمار عملية جمع الحقائق هذه الفكرة من أُلزم ما يكون فى البرامج الحيوية التي تستوعب مضامين وأشكالا متنوعة ويمكنها المساهمة بكفاءة فى خدمة المجتمع مثل التحقيقات الإذاعية. (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٤٨)

ثانيا: أنواع التحقيق الإذاعي :

(أ) تحقيق الحدث :

ارتبط التحقيق بدور هام فى الصحافة المكتوبة ، واستفادت الإذاعة من هذا الدور وإن كانت قد استخدمت فن التحقيق وفق خصائصها كوسيلة اتصال ،

***** تدريبات إذاعية *****

وكذلك وفق ظروف المنافسة مع غيرها من الوسائل . فالصحف اليومية تعتمد على الخبر بالدرجة الأولى فى ضوء قصر دورة الصدور بما تفرضه على الصحيفة من ملاحقة مستمرة للأحداث حتى يمكن تلبية احتياجات الجماهير التي تشتري الصحيفة لمعرفة الأنباء ، نفس المنطق نجده فى نشرات الأخبار بالإذاعة التي لابد أن تتضمن الجديد من الأحداث ، أو الجوانب الجديدة للأحداث السابقة ، والمادة الإخبارية فى الصحف ، (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٤٩)

وكذلك نشرات الأخبار فى الإذاعة تهتم أولا وقبل كل شئ بإعلام الجمهور " بماذا حدث ؟ " أى أنها تجيب عن أداة الاستفهام " ماذا ؟ " بصفة أساسية وما بها ظروف الزمان والمكان والأشخاص والطابع الإخبارى بصفته " الآنية " لا يتيح فى كثير من الأحيان وصف هذه العناصر وتحليلها التحليل العميق ، ومن هنا يأتي دور التحقيق ليجيب على الأسباب الكامنة وراء الموضوع وما يرتبط به من عناصر " كيفية " فى جوانبه المختلفة ، فالتحقيق يقوم إذن بما لا يمكن أن يقوم به الخبر ، إنه يلقي الضوء على الأشخاص والأحداث فيزيدنا علما بها ويثري ثقافتنا عن الموضوع ، ويجيب على كل ما قد يدور فى أذهاننا من تساؤلات واستفسارات ، ويشبع لدينا حب الاستطلاع ، ويبين الأبعاد العميقة للخبر . فالأخبار تنتشر على الساحة السطحية، لكن التحقيقات تتعمق فى الأبعاد السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية .

من هنا اعتبر التحقيق الإذاعي شكلا إخباريا هاما لأه يبحث عن الوقائع والقضايا ، الأمر الذى يستلزم توافر الخبرة بالأحداث الجارية لدى القائم به ، والتحقيق الإخبارى لا يكتفى بالإشارة إلى الحدث ووصفه ، وإنما يتضمن

***** تدريبات إذاعية *****

تسجيلات صوتية مع الأشخاص المشتركة في الحدث ، كما يبحث الأسباب الموضوعية لوقوعه، وكذلك البيئة الموضوعية والجوانب المختلفة التي تهم المستقبل ، باعتبار أن التحقيق يهدف أصلا إلى عرض حقيقة الحدث صحيحة وكاملة وواضحة .

إن الأخبار التي تخضع لهذا المبدأ- أى التي تستلزم تحقيقا إخباريا - هي غالبا تلك الأخبار التي تتضمن مشكلة أو وضعا غير سليم ، أو الأخبار التي تكون ذات تأثير هام في حياة الجماهير العريضة حاليا ، بل إن هذه الخاصية هي التي تميز عمل المندوب الإخبارى عن عمل المندوب المحقق ، فالأول يقوم بإعداد تقرير أو خبر لا يعد أن يكون تلخيصا للوضع القائم بشأن موضوع أو حدث معين ، أما الثاني ، فإنه لا يكتفى بذلك وإنما يبحث ويستقصى فى أسباب هذا الوضع وخلفياته وآثاره ونتائجه الحالية والمرتبقة ، وهناك من يؤكد على أهمية البعد المستقبلى فى التحقيق ، فمعظم الأخبار تعني بأحداث وقعت فى الماضي (حتى ولو كانت قد وقعت منذ وقت قليل) ، وهنا يختلف التحقيق عن الخبر ، إذ إن التحقيق يستهدف المستقبل حتى ولو بالتضمين ، ولما كانت التحقيقات تتناول أمورا يحيط بها التوتر ؛ فإن إذاعتها يحتمل أن تؤثر فى الكيفية التي يحل بها هذا التوتر ، وذلك لا يمكن أن يحدث إلا فى المستقبل فقط ، واهتمام المندوب بالمستقبل هو الذى يدفعه إلى إعداد تحقيقه (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٥٠) وبجانب الخصائص الأساسية لفن التحقيق الإذاعي بوجه عام ، فإن هناك مستلزمات للتحقيق الإخبارى أو ما اتفق على تسميته بتحقيق الحدث ، وأهم هذه المستلزمات :

١- الحيوية:

***** تدريبات إذاعية *****

ذلك إنه إذا كان التحقيق عبارة عن نقل لحدث عايشه الصحفي ، فلا بد للمستمع أن يشعر من خلاله بالحياة النابضة فى كل لحظة من لحظات الحدث ، ويكون ذلك من خلال دقة الوصف وصدق التعبير ، واستخدام الأسلوب الإخبارى فى الصياغة والحماس فى الأداء.

٢- العرض المختصر :

إن التطويل فى التحقيق الإخبارى مؤثر على كسل القائم ، كما أن الاسترسال أضعف من الاختصار فيه ، ولإضفاء الحيوية والسرعة على التحقيق يتعين الاختصار واختيار الكلمات والعبارات التى تؤثر فى المستمع مع تحاشي العموميات والجمل الطويلة التى تؤدى إلى الملل.

٣- الواقعية والالتزام بما هو ملموس :

ويكون ذلك من خلال الوصف الدقيق لكل ما هو ملموس من الحدث بجوانبه وتفصيلاته الدقيقة ، ووصف المسميات بأسمائها بحيث يتم تقريب الحدث إلى المستمع.

٤- المعاشية :

بمعنى إعطاء المستمع انطباعا بأن القائم بالتحقيق قد عايش الحدث واندمج فيه وتفاعل مع وقائعه فى مكانها وزمانها ثم ينقله إليه بأسلوب سهل مباشر كشاهد عايش هذا الحدث. (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٥١) .

(ب) تحقيق المعالم :

وهو هذا التحقيق الذى لا تتبثق فكرته بالضرورة عن حدث حالى بمعنى أن الدافع إلى القيام به لا يتمثل فى تقديم حقيقة الحدث بجوانبها المختلفة للجماهير استنادا على المعالجة الإذاعية المتعمقة ، وإنما يتم القيام بهذا

التحقيق لأنه يتناول موضوعات قائمة تؤثر فى حياة الناس ، أو تحقق لهم الإعلام والتسلية والثقافة والخدمات والتوجيه ، ويندرج تحت هذا المعنى العديد من مجالات الموضوعات الصالحة للتحقيق الإذاعي ، والتي بموجبها يمكن تقسيمه إلى الأنواع الآتية :

١- تحقيق المشكلات :

وهو التحقيق الإذاعي الذى يتناول الجوانب والمظاهر الهامة للمشكلات المعاصرة خاصة تلك التي تتضمن جوانب خافية عن عيون الجماهير ، وعندما يضعها تحت نظر الجماهير فإنه يؤدي خدمة للمجتمع دافعه الأساسي أنه لا يمكن معالجة مشكلة معينة ، ما لم تكن معروفة . وفى هذا النوع من التحقيقات تتم دراسة أبعاد المشكلة بأسلوب موضوعي ، بمعنى جمع كافة المعلومات والآراء والاتجاهات من المؤيدين والمعارضين على السواء ولا يكتفي منتج التحقيق بقراءته الخاصة حول الموضوع ، وإنما يستعين بطائفة من الأخصائيين أو الفنيين الذين لهم دراية كافية به فيجرى معهم الأحاديث (الحوارات) التي يستطلع فيها آراءهم ويقارن بين مختلف الآراء ويستخلص منها أرجحها وأقربها إلى العقل أخذاً فى الاعتبار أن القائم على التحقيق الإذاعي يضع نصب عينيه دائماً سياسة الخدمة الإذاعية التي يعمل بها ، بل إنها تكون مرشده الأساسي فى اختيار المشكلة وطرق معالجتها ومصادر المعلومات الخاصة بهذه المشكلة ، وبالذات المصادر الحية (دكتور بركات عبد العزيز

٠ (٢٠٠٠ : ١٥٢)

ومن الملاحظ أن مجالات الحياة اليومية تتضمن العديد من المشكلات التي تصلح لأن تكون موضوعات للتحقيقات الإذاعية الناجحة على سبيل المثال :

***** تدريبات إذاعية *****

* مجال التعليم (الدروس الخصوصية، قصور المناهج، عيوب مجانية التعليم . الخ) .

* مجال الصحة (الأمراض المتوطنة ، مشكلات التأمين الصحي ، التلوث ...الخ)

* مجال المواصلات (أزمة المرور ، قلة الوسائل وعدم كفاءتها ، الاشغالات والطرق غير الممهدة ... الخ)

* مجال القانون (ببطء إجراءات التقاضى ، والتحايل على القوانين وانتهاكها .. الخ)

* مجال الثقافة (أزمة الكتاب ، أزمة المسرح ، الأفلام والأغاني الهابطة الخ)

* مجال الإسكان (العلاقة بين المالك والمستأجر ، ارتفاع أسعار الشقق ، المضاربة بأراضي البناء ، أسعار مواد البناء) .

* مجال السلع والتمويل (أسعار السلع ، الرقابة على الأسواق ، السوق السوداء... الخ)

وهكذا يتضح أن مجالات الحياة المختلفة تتضمن عديداً من المشكلات التي تعم القطاعات الجماهيرية العريضة وترتبط بشؤونهم الحياتية سواء بشكل مباشر أو غير مباشر ، وقد تختلف المشكلات المجتمعية وطبيعتها من مجتمع لآخر ، ولكنها تظل مجالاً خصباً للتحقيقات الإذاعية الناجحة ، ويرتبط بتحقيق المشكلات ، ما يعرف بتحقيق التحرى عن الفساد ، ويهدف هذا النوع من التحقيقات إلى تسليط الأضواء على الفساد بكافة صورته وأشكاله ، وتحديد المسؤولية عنه أو الذين لهم علاقة به سواء بصورة مباشرة أو غير

***** تدريبات إذاعية *****

مباشرة ، وأوجه مساهمتهم فيه ، وبذلك يصبح التحقيق الإذاعي وسيلة لوقوعهم تحت طائلة القانون أو تحت طائلة العقاب الاجتماعي ، وإن كان ذلك يحدد بما تسمح به السياسات الإعلامية للإذاعة(بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ :

٠(١٥٣

٢- تحقيق الإنجازات :

يهدف هذا النوع من التحقيقات الإذاعية إلى تسليط الأضواء على الإنجازات الناجحة من المشروعات الخدمية والإنتاجية سواء على المستوى الحكومي أو المستوى الشعبي ، وتعريف الجماهير بالقائمين على هذه الإنجازات وتقديمهم إلى المجتمع كنماذج صالحة وقدوة يحتذى بها ، كما يهدف هذا النوع من التحقيقات أيضا إلى متابعة مراحل الإنجاز التي تمت فى المشروعات المختلفة ، وكيف يتم الإنجاز وما هى العوامل التي تسرع به والعقبات التي تواجهه ... الخ ، ويصبح التحقيق الإذاعي الذي ينتمي إلى هذا النوع من التحقيقات - له أهمية شديدة إذا ما كان يركز على المشروعات الخدمية أو الإنتاجية ذات الأهمية للجماهير ، كما يلعب دوراً ملموساً فى تحقيق فهم أفضل لسياسة الحكومة من جانب الشعب ، وكذلك فهم أضل من جانب الحكومة لمطالب واحتياجات الشعب .

٣- تحقيق الشخصية :

ويطلق عليه أحيانا تحقيق الاهتمامات الإنسانية ، وبصفة عامة فإن موضوع هذا التحقيق يكون شخصية معينة تصبح مجالاً للدراسة ، وقد يتعمق التحقيق فى تحليل الجوانب النفسية لشخصية عظيمة أو مشهورة يهتم بها الرأى العام ، وقد يتناول شخصية من عامة الشعب ولكنها ذات مواصفات من نوع خاص

***** تدريبات إذاعية *****

سواء بالسلب أو بالإيجاب " ولا تكون الشخصية معاصرة بالضرورة فقد يكتشف الصحفي (المعد) جوانب جديدة ومعلومات غير معروفة عن زعيم عاش منذ سنين طويلة كأحمد عرابي ومصطفى كامل ، أو حتى أحد قدماء المصريين بعد اكتشاف جديد لمقابرهم ومعابدهم " • وهناك من يوسع دائرة هذا النوع من التحقيقات بحيث يشمل جماعة بشرية معينة ، وتتفاوت موضوعات تلك التحقيقات ما بين سحرة الثعابين إلى الفنانين المتقدمين فى السن ، ومصائب نجوم الأوبرا باعتبار أن أكثر هذه الشخصيات تصنع أخباراً مشوقة ، وكثيرا ما تبرز القصص التى تقوم على الاهتمام الإنسانى فى أماكن غير متوقعة ، وبعض هذه القصص تتسم بحساسية بالغة ، وإذا تعالج بصورة سليمة فإنها قد تسفر عن توجيه إهانة (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٥٤) •

٤- تحقيق المكان :

وهو التحقيق الذى يقوم على وصف مكان معين وإلقاء الضوء على جوانبه المختلفة وتاريخه وأهميته ومكوناته ، ودلالته مع إبراز قيمته ونواحي تميزه ، وهذا النوع من التحقيقات تصبح أهميته إذا كان يتناول مكانا تاريخيا أو أثريا أو سياحيا بوجه عام ، فالمعالم الأثرية مثل الأهرامات والمتاحف ، والمعابد ، والكنائس ، والمساجد وغيرها من الأماكن تمثل مجالا موضوعيا للعديد من التحقيقات الإذاعية الناجحة ، كما يمكن أن تتناول هذه التحقيقات الرحلات الهامة والطريقة التى قامت بها شخصيات أو جماعات إلى أماكن معينة سواء فى الداخل أو فى الخارج •

٥- تحقيق الاستفتاء :

***** تدريبات إذاعية *****

وهو التحقيق الذى يستهدف معرفة آراء الناس فى قضية أو مشكلة تؤثر فى حياتهم سواء فى الحاضر أو فى المستقبل ، والمعرفة هنا لا تكون مطلوبة لذاتها وإنما تكون غالبا بداية لحملة إعلامية أو دعائية لإقناع الناس بفكرة معينة ، فالتحقيق الاستثنائى إذن لا يهدف إلى الوصول لنتائج قابلة للتعميم ، لأن هذه مهمة أخرى تتولاها مؤسسات قياس الرأى العام ، وإنما يكون بمثابة بالونة اختبار من خلال مجرد طرح الفكرة أولا على ساحة الاهتمام الجماهيرى ، ومحاولة خلق القناعة لدى الناس بأهمية آرائهم فى قضية أو مشكلة معينة ، بحيث يعبرون عن آرائهم.

٦- تحقيق الموضوعات الطريفة :

وهو التحقيق الذى يدور حول الغريب والطريف من الأمور ، سواء كانت قضايا أو مواقف أو شخصيات ، أو آراء .. الخ ، مع ربط كل ذلك بفكرة أو فلسفة معينة لإظهار أو إبراز نواحي الطرافة أو الغرابة ، ولا تقتصر هذه التحقيقات على ما هو غريب وطريف فى عالم الإنسان والأشياء ، وإنما تشمل أيضا ما هو غريب وطريف فى عالم الحيوان أيضا. مثال ذلك تحقيق إذاعي حول عادات بعض الحيوانات البرية فى التخلص من الحشرات التى تعيش فى أجسامها. (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٥٥) *

وعلى الرغم من هذا التعدد فى أنواع التحقيق الإذاعي من حيث المضمون إلا أن بعض التحقيقات يجمع بين أكثر من نوع ، ويساهم بذلك فى تحقيق الوظائف المختلفة للإذاعة كوسيلة اتصال.

ثالثا : إنتاج التحقيق الإذاعي :

إن التحقيق الإذاعي - فى معناه العلمي - يمر بعدة مراحل أساسية حتى يمكن إذاعته على الهواء ، وبموجب هذه المراحل ن يكون من غير المقبول أو المنطقي تقسيم التحقيق الإذاعي إلى تحقيق حي وتحقيق مسجل ، فالواقع أن ما يسميه البعض بالتحقيق الحى إنما هو أقرب إلى التقرير ؛ لأنه يفقد الخصائص والمواصفات الرئيسية للتحقيق الإذاعي ، وقد سبقت الإشارة إلى هذه المواصفات وما تتطلبه من وقت وجهد ن كما سبقت الإشارة إلى الفروق الجوهرية بين التقرير والتحقيق.

خطوات إنتاج التحقيق الإذاعي :

١- تحديد الموضوع :

يبدأ التحقيق الإذاعي بتحديد الموضوع الذى ستتناوله الحلقة ، سواء كان هذا الموضوع حدثا ، أو شخصية أو مشكلة ، أو إنجازات .. الخ ، ويحصل القائم بالتحقيق على فكرة الحلقة من خلال تفاعله مع البيئة المحيطة به بما فى ذلك قراءاته وملاحظاته وعلاقته بالآخرين وتفسيراته وإدراكه للواقع ، ويختلف القائمون بالاتصال من حيث القدرة على تحديد أفكار البرامج الإذاعية حسب عمق التجارب الشخصية والتفاعل الاجتماعى ، وكذلك حسب إمكانياتهم واستعدادهم الفطرى والمكتسب من حيث عمق الإدراك وقوة الملاحظة وإحساسهم بالواقع بسلبياته وإيجابياته ، والقدرة على التفسير والربط بين الموضوعات والأفكار ، ولما كان القائمون بالاتصال يختلفون فى كل هذه الأمور، فإنهم سيختلفون أيضا من حيث القدرة على التقاط الأفكار المناسبة للبرامج الإذاعية ، فقد تكون هناك فكرة هامة أو طريفة تجذب انتباه أحد

***** تدريبات إذاعية *****

القائمين بالاتصال دون الآخر ، وهذا يتوقف على الحس الإعلامي والخصائص الذاتية إلى حد كبير. (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٥٦) •

والواقع أن كل الموضوعات والقضايا والأفكار العلمية والاقتصادية والعسكرية والسياسية والفنية وغيرها يمكن أن تكون مجالات خصبة للتحقيق الإذاعي ، ويتوقف اختيار موضوع التحقيق على قيمة هذا الموضوع ، والسياسة الإعلامية للإذاعة ، وعدد التحقيقات التي سبق أن عالجتها ، كما يتأثر اختيار الموضوع بوفرة المعلومات والصادر وإمكانية الوصول إليهما. أما عن مصادر التحقيقات ، فإن الأخبار التي تتوالى بلا توقف من أهم مصادر التحقيقات الخبرية (تحقيق احداث) ، وأبطال الأحداث والمواقف والأفكار يشكلون مصادر التحقيقات الإنسانية (تحقيق الشخصية) ، بالإضافة إلى ذلك هناك خطابات الجماهير التي ترد إلى وسائل الإعلام ، وكذلك أحاديث الناس في تجمعاتهم الجماهيرية مثل الأندية والمقاهي والمصانع والمدارس والأسواق والمستشفيات والمسارح والسينما ودواوين الحكومة والهيئات والمحال والميادين العامة - كلها مصادر هامة للتحقيقات الناجحة ، بالإضافة إلى ذلك هناك وسائل الاتصال الجماهيرية من صحافة وإذاعة وتلفزيون ، وكذلك الكتب وكافة أنواع المطبوعات ، والمؤتمرات والندوات والمهرجانات والمعارض والمسافرين - وبصفة عامة فإن كل الأنشطة الإنسانية والظواهر الاجتماعية والطبيعية التي لا تكف عن الحدوث ، وكل ما يهم الجماهير ويريحهم ويمنعهم يصلح لأن يكون موضوعا لتحقيق يخرج بصورة مناسبة للقضية والجماهير والوسيلة ، والمصادر المذكورة وغيرها يمكن لمعد التحقيق الإذاعي أن يحصل منها على فكرة أو موضوع التحقيق ، كما يمكنه أن يحصل منها

على المعلومات والآراء والأفكار التي تمكنه من إعداده. (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ :

١٥٧) ٠

٢- القراءة والبحث في الموضوع :

متي استقر معد التحقيق الإذاعي على الفكرة الرئيسية للحلقة، فإنه يبدأ - إن لم يكن قد بدأ بالفعل - فى القراءة عن هذه الفكرة والبحث فيهما من خلال الكتب والمطبوعات المختلفة، وكذلك من خلال التحدث مع الآخرين الذين قد يكون لهم صلة بالفكرة سواء بشكل مباشر أو غير مباشر ، وبصفة عامة يرجع معد التحقيق إلى كل ما يمكن الرجوع إليه من مصادر ، فى حدود الوقت المتاح، ويدون معلوماته وملاحظاته بالصورة التي تساعده على استخدامها بسهولة فيما بعد ، سواء فى صياغة النصوص المكتوبة ، أو فى إجراء الحوارات مع الشخصيات بعد ، سواء فى صياغة النصوص المكتوبة، أو فى إجراء الحوارات مع الشخصيات المعنية، وكلما تمكن معد التحقيق الإذاعي من الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات المتصلة بالفكرة الرئيسية للحلقة وما تتضمنه من جوانب ، يتيسر له إعداد الحلقة بصورة أفضل بشرط يكون مستوعبا لهذه المعلومات قادرا على الاختيار الأفضل،

تمكنا من حسن توظيفها فى البرنامج(بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٥٧) ٠

٣- تحديد جوانب الموضوع ومعالمه :

من واقع قراءات معد التحقيق الإذاعي ، ومعلوماته التي حصل عليها بشأن الموضوع الذى ستتناوله الحلقة، يتمكن من المعرفة الدقيقة بمعالم الموضوع، فهو يتمكن من تحديد الجوانب التي تم الحصول على المعلومات الكافية بشأنها، وكذلك الجوانب التي مازالت فى حاجة إلى معلومات إضافية، كما

يمكن - بموجب المرحلة السابقة- من تحديد البعد المسجل في التحقيق (من حيث الشخصيات التي سيتم التسجيل معها، ومضمون الحوارات ومواعيدها.. الخ) ، والأهم من ذلك يصبح لدى معد التحقيق تصور مبدئي لهيكل الحلقة البرمجية من حيث مضمون وترتيب فقراتها، سواء كانت نصوصا مكتوبة أو تسجيلات حوارية أو فواصل موسيقية وغنائية فكل هذه الجوانب والمعالم تصبح متبلورة إلى حد كبير عندما ينتهي معد التحقيق من اختيار الموضوع ثم القراءة والبحث المتعمق فيه، بل إن معد التحقيق - يجب أن يحرص على تكوين تصور ذهني عن هذا النوع.

٤ - إجراءات المقابلات :

إن المعلومات الحية (والجديدة) توجد بالدرجة الأولى عند الأشخاص الذين لهم صلة بموضوع التحقيق من قريب أو بعيد ، ويتم الحصول على هذه المعلومات من خلال إجراء مقابلات مع عدد من الأشخاص الذين يمكنهم إضافة معلومات هامة في الموضوع سواء كانوا من المسؤولين في الحكومة أو من الخبراء والمتخصصين في الموضوع مثل رجال الجامعات أو الباحثين في مراكز البحوث أو المواطنين العاديين الذين يمس الموضوع حياتهم أو مصالحهم ، ولما كانت التسجيلات الصوتية تمثل ضرورة للتحقيق الإذاعي، سواء كانت ستستخدم في كتابة النص، أو ستذاع مسجلة، فإن المعد يحدد الشخصيات التي سيتم إجراء حوارات معها بحيث يكون اختيارها له دلالة لموضوع الحلقة، فإذا كانت الحلقة مثلا عن إدمان المخدرات، وتتضمن فقرة عن الجانب النفسي للمدمنين، يتم إجراء حوار مع أحد أساتذة الطب النفسي (

وإذا كان التحقيق يتضمن جزءا عن تأثير الإدمان على العلاقات الأسرية يتم إجراء الحوار مع أحد المتخصصين فى علم الاجتماع .. وهكذا ، من جهة أخرى فإن الحوار الذى يتم تسجيله ليذاع كتسجيل صوتي ضمن التحقيق الإذاعي ، يتعين أن يتسم بالعمق والوضوح بمعنى أنه يركز على الجزئية المطلوب الحديث فيها بشكل مباشر ، بجانب مراعاة الخصائص العامة لفن الحوار .

٥ - المراجعة والتقييم :

أصبح لدى معد التحقيق معلومات عن موضوع الحلقة ، بعضها مدون مكتوبا وبعضها مسجل على أشرطة ، وهنا تخضع هذه المعلومات لعملية فحص شامل بهدف التأكد من مدى كفايتها وعمقها ، وارتباطها بالموضوع الأساسي للحلقة ، وحدائتها ، ومدى الثقة فيها ، والانسجام أو التنافر بين الأفكار التي تعكسها ، وحدائتها ، ومدى الثقة فيها ، والانسجام أو التنافر بين الأفكار التي تعكسها واتفاقها مع سياسة الخدمة الإذاعية ، وإمكانية تطويعها لخدمة الهدف من البرنامج .. إلخ إن معد التحقيق الجيد هو الذى يتمكن من التقييم السليم لما حصل عليه من معلومات وأن يحسم أى خلل قد يوجد فيها كأن يستكمل بعضها، ويحصل على أرقام حديثة بدلا من الأرقام القديمة نسبيا، وقد يضطر إلى إجراء حوارات أخرى حتي يضمن مستوى أكبر من الجودة الفنية والموضوعية بحيث تنتهى هذه المرحلة، وقد استقر تماما على المعلومات اللازمة لإنتاج الحلقة. (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٥٩) •

رابعا : حرفية الإعداد الإذاعي لمادة التحقيق :

تسفر المرحلة السابقة عن تحديد المادة التي ستستخدم فى البرنامج واستبعاد ما سواها، ويصبح فى إمكان معد التحقيق الإذاعي إعداد اسكربت البرنامج فى صورته الأولية من خلال :

* إجراء عملية المونتاج اللازمة للحوارات التي ستضمونها الحلقة.

* كتابة النص الذى سيقوم عليه التحقيق ، سواء من خلال المادة التي تم

جمعها مكتوبة، أو من خلال بعض أجزاء الحوارات التي تم تسجيلها.

* تصنيف المادة المكتوبة تحت بنود أو أفكار محددة وهى الجوانب التي كان

قد حددها معد التحقيق منذ البداية.

* الصياغة الإذاعية للمواد الخاصة بكل فكرة فى ورقة مستقلة ، وترتيب هذه

الأفكار ترتيبيا منطقيا.

* الحصول على المادة الغنائية والموسيقية وتحديد مكان إذاعتها فى الحلقة،

مع تنفيذ ما قد يلزم من إعادة ترتيب الفقرات ، سواء كانت نصوصا مكتوبة ،

أو حوارات مسجلة ، أو موادا موسيقية وغنائية .

* كتابة مواد الربط بين مختلف فقرات البرنامج، وكذلك صياغة المقدمة

والخاتمة.

إن هذه العمليات لا تتم بالضرورة وفق هذا الترتيب وإنما وفق رؤية معد

التحقيق والظروف التي يعمل فيها، وهذه العمليات هى التي تحدد كفاءة

التحقيق الإذاعي فى صورته النهائية، ويتضح أن أهم مرتكزاتها يتمثل فى

ثلاثة مهام أساسية :

الأولى : صياغة النص فى التحقيق الإذاعي.

***** تدريبات إذاعية *****

الثانية : استخدام التسجيلات الصوتية فى التحقيق الإذاعي ، سواء كان ذلك فى كتابة النص، أو التسجيل الصوتى.

الثالثة : إعداد اسكربت التحقيق الإذاعي ومراجعته فى الصورة النهائية(بركات

عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٦٠) *

مواصفات القائم على التحقيق الإذاعي :

فى إطار العمل الإذاعي لا يوجد حدود للفردية والإبداع، وهذا العمل يموج بروح الحماس التى تنتشر كالعوى بين العاملين، فى مثل هذا الجو يمكن أن توجد العديد من الشخصيات الموهوبة القادرة على إعداد التحقيق الإذاعي الفعال. وبصفة عامة، فإن القائم على التحقيق الإذاعي يتعين أن يكون لديه الفهم الكافى لمتطلبات العمل فى الإذاعة ومسؤولياتها الاجتماعية وأن يكون لديه الاقتناع الذاتى بتنفيذ هذه المسؤولية، ونظرا لما يتطلبه هذا الفن من مواصفات، يجب أن تتوافر فيه العناصر العقلية التى هى أهم خصائص الشخصية الخلاقة ممثلة فى :

*الرغبة الحقيقية فى أداء الأعمال بمستوى جيد :

فمثل هذه الرغبة هى التى تمكن من حسن اختيار الموضوع، وحسن تنفيذه بما يتناسب مع العناصر الإذاعية المطلوبة والسياسة الإعلامية للإذاعة.

*اليقظة والانتباه لكل شئ :

فهذه اليقظة تمكن القائم بالتحقيق من أن يكون دقيق الملاحظة وبالتالي يلتقط الأفكار الحقيقية الجيدة التى تهم قطاعات جماهيرية عريضة وتؤثر فى حياتهم، وإن كانوا لا يلاحظونها أو يلتفتون إليها.

*الاهتمام بمعرفة أكثر ما هو ظاهر أو باد على السطح :

فهذا الاهتمام المتعمق هو الذى يضفي خاصية العمق فى تناول الموضوع مجال التحقيق.

*** حب الاستطلاع وروح البحث والتحرى :**

فحب الاستطلاع هو الذى يدفع القائم بالتحقيق أن يعرف " الحقيقة " لتوصيلها إلى الجماهير ، كما أن روح البحث والتحرى، هى التى تدفعه لجمع المعلومات الدقيقة عن الموضوع أو المشكلة أو الشخصية متلذذا بما يقابله فى ذلك من صعوبات ومتاعب.

*** القدرة على عمال التفكير العميق بما يفضي إلى فهم شامل:**

فمثل هذه القدرة هى التى تمكن القائم بالتحقيق اذاعي من التحديد الدقيق للجوانب التى سيتم تناولها، والترتيب والمعالجة الإذاعية السليمة لمادة من خلال فهمها واستيعابها ونقص شخصية المستمع. (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٧٦

٠ (

*** التركيز الذهني لاستيعاب جوهر أبعاد الموضوع وجوانبه :**

أن ذلك يفضي إلى أن تكون الجهود المبذولة مركزة فى الاتجاه المطلوب، فلا يضيع القائم على التحقيق وقته وجهده فى جمع معلومات غير مطلوبة ، أو معلومات مكررة سبق الحصول عليها، كما أن التركيز الذهني لاستيعاب جوهر جوانب الموضوع يمكن من إقامة الربط المنطقي بين فقرات التحقيق وإخراجها فى وحدة منطقية متكاملة.

*** الاعتماد على الطاقة والمجهود :**

***** تدريبات إذاعية *****

فتنفيذ التحقيق الإذاعي يتطلب جهدا جسمانيا وذهنيا سواء فى الحصول على المعلومات أو إجراء الحوارات أو تقييم المادة والاختيار منها وصياغة النصوص وترتيب الفقرات الخ، كل هذه الأمور تتطلب فى معظم الأحيان بذل مجهود، وقد تكبد القائم على التحقيق بعض المشاق الهائلة ، وبالتالي يتعين أن يكون مجردا من صفة الكسل وحب الإنجاز السهل.

*مواجهة المشكلات بالصبر والإصرار على حلها تفصيليا :

فالقائم بالتحقيق الإذاعي قد تواجهه مشكلات خاصة بالضيوف الذين سيجرى معهم الحوارات ، ومشكلات " السرية " التي تفرضها البيروقراطية لمنع البيانات والوثائق اللازمة للتحقيق بالإضافة إلى الضغوط المهنية ، وقيود الوقت، فكلها تمثل مشكلات ينبغي على القائم بالتحقيق التعامل معها بروح الصبر والتحدى والمرونة.

*التفائل والحماس والثقة فى النفس :

فالتشاؤم كشعور أو إحساس نفسى ، ينعكس على السلوك الظاهر للفرد بما يجعله غير مقبول من الآخرين، والفتور - عكس الحماس - يفقد الشخص روح الصدق ويؤصل ف يه السلبية واللامبالاة، وانعدام الثقة فى النفس يجعل الشخص ضعيف الشخصية فاقد المصداقية، وكل هذه الصفات تجعل القائم بالاتصال فاشلا بكل المقاييس (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٧٧) *

فما بالناس إذا كان هذا القائم بالاتصال مسؤولا عن التحقيق الإذاعي الذى يتصدى للمشكلات والسلبيات فى المجتمع ، ويتناول الموضوعات والمواقف والشخصيات والأفكار الهامة والطريفة بهدف إعلام الجماهير والترويج عنهم

***** تدريبات إذاعية *****

وتوجيههم ؟ لاشك القائمون بالاتصال لتكون رسائلهم ناجحة.روح التعاون والعمل المنتج مع الآخرين .

فالقائم على التحقيق الإذاعي لا يقوم به منفردا، وإنما يتحتم عليه التعامل مع الآخرين بصورة مباشرة أو غير مباشرة سواء كان هؤلاء الآخرون من العاملين معه فى الإذاعة (أو حتي فى البرنامج) ، أو من الضيوف الذين يحصل منهم على التسجيلات الصوتية، والمعلومات الموثقة - هذه الفكرة تقضي أن يتسم القائم على التحقيق الإذاعي بالروح الاجتماعية وروح التعاون والعمل المثمر مع الآخرين(دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٧٨) .

الفصل الرابع

المجلة الإذاعية

أولاً : مفهوم المجلة الإذاعية :

استخدمت هذه الكلمة لأول مرة عام ١٧٣١ لتصف الجريدة ذات المضمون المتنوع ، وكلمة Magazine أصلها الكلمة الفرنسية Magzin المأخوذة من الكلمة العربية (مخزن)، وبالرجوع إلى مختار الصحاح ، نجد أن كلمة " المخزن " تعني ما يخزن فيه الشيء، وبالتالي فإن المجلة تمثل مجالاً تجمع فيه المواد المتنوعة من مقالات وقصص وأخبار، ومناقشات وتحقيقات وأحاديث صحفية الخ في إطار هذا المعنى العام، فقد قامت تعريفات كثيرة للمجلة بالمفهوم الصحفي :

*المجلة هي دورية periodical والدورية، هي كل المطبوعات التي تصدر على فترات محددة أو غير محددة (منتظمة أو غير منتظمة) ، ولها عنوان واحد ينتظم جميع أعدادها ، ويشارك في تحريرها العديد من الكتاب، ويقصد فيها أن تصدر إلى ما لا نهاية بمعنى أنه لا يوضع حد معين لتوقف هذه الدورية.

*المجلة هي إعادة النظر Review فيما طبع من أخبار وأحداث ومواد سبق نشرها في الجرائد اليومية، ولكن طبيعة هذه الجرائد لم تساعد على استيفاء

***** تدريبات إذاعية *****

هذا المواد كما ينبغي، فتأتى المجلة لتعيد النظر فى جميع هذه المواد على اختلافها وتبدى للقارئ وجهة نظر جديدة.

*المجلة هي نشرة ذات غلاف تصدر بصفة دورية وتحتوى على نوعيات متعددة من المواد.

*المجلة هي إحدى الوسائل الهامة للاتصال بالجمهور تصدر فى دورية معينة تأخذ من الكتاب عمقه ، ومن الصحيفة تنوع مادتها مع مجارة هذه المادة لجوانب الحياة وسرعة حدوثها.

من كل هذه التعريفات التي قدمت للمجلة بالمعنى " الصحفى المطبوع " يمكن الاستفادة بعناصرها فى تحديد شخصية المجلة الإذاعية (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٨٤)

*المجلة الإذاعية قالب وشكل إذاعي يتضمن فقرات متنوعة من حيث الشكل والمضمون تربطها وحدة عضوية وتقدم بأسلوب يكسبها خصائص المجلة المطبوعة، وهذه الخصائص تتحقق من خلال مسالك متعددة :

*الحلقة البرمجية يطلق عليها لفظ (العدد) ، وليس الحلقة.

*والحلقة البرمجية من المجلة تتخذ اسما صحفيا، كأن يقال مجلة المرأة، أو مجلة الشباب، أو مجلة الطفل ، أو مجلة العمال ... إلخ، ويتم اختيار اسم المجلة الإذاعية بعناية شديدة بحيث يدل على شخصيتها الاعتبارية وفلسفتها الإعلامية من حيث المضمون والجمهور والهدف.

*وفقرات المجلة الإذاعية تسمى بمسميات صحفية، فالفقرة الأولى تسمى افتتاحية العدد، والانتقال من فقرة إلى أخرى يطلق عليه الانتقال من صفحة إلى صفحة (كأن يقال ومن صفحة الأدب إلى صفحة الرياضة) ، وفى حالة

***** تدريبات إذاعية *****

وجود فقرة حول شخصية معينة فإنها تقدم على أنها شخصية العدد، وقد يستعين منتج المجلة بفكرة هامة، ويقدمها على أنها صفحة الغلاف.

بمثل هذه الأساليب والمسميات وغيرها تصبح الحلقة البرمجية المسموعة ذات صفات مطبوعة، ليس من حيث الوعاء الذى تقدم فيه المادة، ولكن من حيث أسلوب التقديم، والمجلة الإذاعية تجمع فى خصائصها بين المواد والبرامج الجادة والطريفة، وتذاع بصفة ثابتة ومنتظمة، سواء من حيث دورية الصدور، أو موعد التقديم، أو مدة الحلقة التي تتراوح عادة ما بين (١٥) و (٣٠) دقيقة، وتكون مدة المجلة ثابتة فى كل الحلقات، وإذا كانت هذه المدة تحدد على خريطة البرامج وفق أهداف وفلسفة الخدمة الإذاعية، فإنها تتأثر أيضا بالجمهور المستهدف، فمن المؤلف فى أساليب الممارسة الإذاعية أن المجلة التي تستهدف جمهورا عاما تكون مدتها أطول من تلك المجلة التي تستهدف جمهورا فئويا. (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٨٥) •

ثانيا : المجلة الإذاعية وتطور برامج الراديو :

ظهرت المجلة -كشكل إذاعي - فى سياق محاولات الراديو تطوير أساليبه فى الممارسة أمام منافسة التلفزيون الذى بدأ ينتشر بصورة مذهلة، ويستحوذ على اهتمام الجماهير منذ بداية الخمسينيات، ففي تلك الحقبة كانت الجماهير فى الولايات المتحدة تنظر إلى الراديو باعتباره وسيلة ميثه وبدأ العاملون فى محطات الراديو ينتقلون للعمل فى الوسيلة الجديدة (التلفزيون) ، بل إن مالكي محطات الراديو أخذوا يبيعونها ليستثمروا أموالهم فى التلفزيون ، وما إن جاء منتصف الخمسينيات حتى أصبح جمهور الراديو محدودا بصورة واضحة، وفى تلك الأثناء بدأ الراديو فى استحداث أنماط جديدة.

***** تدريبات إذاعية *****

ففي موسم ١٩٥٥ - ١٩٥٦ أخذت شبكة NBC فى إنتاج برامج قصيرة متنوعة وتعرضها على محطات الراديو ، وزاد من أهمية استمرار الراديو فى هذا الاتجاه، ما لجأ إليه التليفزيون التجارى - بالولايات المتحدة - لتطوير ممارساته من أجل جذب جماهير ضخمة وبالتالي المزيد من المعلنين، فقد كان منذ بدايته مجالاً لمطالب متنوعة تتصل بالأداء، وحرص على أن يكون لديه القدرة على تلبية الكثير منها.

لكن المشكلة ظلت قائمة بشأن مطلبيين كانا محل جدل، المطلب الأول يتمثل فى وجود البرامج الجادة ذات النوعية الجيدة، وقد خلصت المناقشة حول هذا الطلب إلى ضرورة تنوع المواد والبرامج التليفزيونية. أما المطلب الثانى، فقد كان محوره ذلك العدد المتزايد من قنوات التليفزيون، وتشابهها فى العديد من المواد والبرامج التي تقدمها ، وهنا كان على المحطات المتنافسة أن تسعى كل منها جاهدة إلى أن تكون متميزة فى موادها وبرامجها، ومن ذلك يتضح أن التليفزيون الذى استحوذ على اهتمام جماهير كاسح منذ بدايته كوسيلة اتصال جماهيرية فى الولايات المتحدة ، أخذ يطور ممارساته للاحتفاظ بالنجاح وتحقيق المزيد من خلال أساليب جديدة أهمها التنوع فى المواد والبرامج، وحرصت كل محطة على أن تكون متميزة عن الأخرى، وأمام هذه المنافسة طور الراديو أساليب ممارسة جديدة من أهمها استخدام قال " المجلة " فى تقديم البرامج، وقد كانت البرامج المسماة Monitor التى قدمتها شبكة NBC أنجح النماذج لبرامج المجلات (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٨٦) .

ولم يكن الحال فى بريطانيا -أقل منافسة بالولايات المتحدة، فقد استؤنف الإرسال التليفزيونى عام ١٩٤٦ ، وكان لهيئة الإذاعة البريطانية شعبية واسعة

***** تدريبات إذاعية *****

فى الداخـل والـخارج آنذاك بسبب الدور الذى قامت به أثناء الحرب، ولكن احتكار الهيئة لموجات الراديو انتهى منذ حوالى منتصف الخمسينيات، وأصبحت المنافسة شديدة بين الراديو والتلفزيون ، فقد ظهرت هيئة التلفزيون المستقل سنة ١٩٥٤ ، وأصبحت المنافسة شديدة بين المحطات، وسعت كل منها إلى ابتكار أساليب ممارسة جديدة. فى مثل هذه الظروف ظهرت المجلة الإذاعية، وتطورت فى فترة قصيرة لتظهر شخصيتها المسموعة مدموغة بسمات المجلة المطبوعة لتكون عامل جذب للمستمع بالإنتاج الجيد، والتشكيلة المتنوعة الشيقة من الفقرات القصيرة، ويقوم بها إذاعيون لديهم القدرة على البحث والتنظيم انطلاقا من خطة وأهداف واضحة.

ثالثا : مراحل إنتاج المجلة الإذاعية :

على الرغم من أن هناك خطوات واضحة لإنتاج المجلة الإذاعية حتى تصبح الحلقة جاهزة للتقديم على الهواء، إلا أن الواقع العملى يبين أن هذه الخطوات غير منفصلة عن بعضها البعض، خاصة فى مرحلة " الإعداد " ومن هنا فإن تحديد مراحل معين لإنتاج المجلة الإذاعية ، إنما هو من قبيل التوضيح والتبسيط حتى يمكن فهم هذا الفن (المجلة)، بحيث تأتي على المستوى المطلوب، فى هذا الإطار يمكن بلورة مراحل إنتاج المجلة الإذاعية فى ثلاث مراحل، هى (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٨٧) :

المرحلة الأولى : تحديد الموضوعات والأفكار :

لما كانت المجلة الإذاعية -كغيرها من البرامج - تصدر بصفة دورية منتظمة فإنها فى حاجة دائمة إلى الموضوعات والأفكار الجديدة ، وتستمد المجلة الإذاعية موضوعاتها من مصادر شتى مثل الكتب والمجلات والصحف،

***** تدريبات إذاعية *****

والشرائط المسجلة، والأشخاص وغير ذلك من المصادر حيث تتم معالجتها وإعادة النظر فيها بحيث تصنع منها خليطاً جديداً له المواصفات الإذاعية المتعارف عليها، ولكي يكون معد المجلة قادراً على الانتظام والاستمرارية في البرنامج، فإن عليه أن يدون بصفة مستمرة ما يعن له من أفكار وما يلتقطه من ملاحظات عن أوجه النشاط الاجتماعي، بالإضافة إلى احتفاظه بتقويم Calendar مفصل عن الأحداث والمناسبات مع متابعة الأحداث الجارية والتزود بالثقافة بفروعها المختلفة من خلال متابعة المواد المطبوعة بالإضافة إلى إقامة وتدعيم علاقات وثيقة بالمجتمع على المستويين الفردي والاجتماعي ، هذه العوامل تساعد معد المجلة أن يحدد بكفاءة وسهولة الموضوعات والأفكار الخاصة بكل حلقة من البرنامج ، ومن خلال متابعة الأحداث المجتمعية الجارية، يمكن للمعد أن يجعل المجلة متجاوبة مع الظروف المعاشية سواء العادية أو الطارئة . وعلى الرغم من أن المجلة الإذاعية لا يمكنها، ولا ينتظر منها، أن تتجاوب مع الأحداث الجارية بنفس الدرجة التي تتجاوب بها نشرة الأخبار، أو الجريدة الإخبارية مع هذه الأحداث، إلا أن هذا لا يعني الانعزال الدائم للمجلة عن الأحداث الطارئة شديدة الدلالة للمجتمع. فذا افترضنا أن المعد أو المنتج قد حدد الموضوعات والأفكار الخاصة بالعدد ، وبدأ العمل في إعدادها إذاعياً ثم وقع حدث طارئ هام، في هذه الحالة يتعين حذف بعض الفقرات الأصلية لتحل محلها فقرات خاصة بهذا الحدث، بل إن هذا المسلك هو المفروض، حتى ولو كان المعد قد أعد الحلقة البرمجية في شكلها النهائي وتم تسجيلها، طالما أن الوقت يسمح بإنتاج مادة تتضمنها المجلة عن هذا الحدث، على أية حال فإن الخطوة الأولى في إنتاج

المجلة الإذاعية هي تحديد الموضوعات والأفكار التي سنتناولها الحلقة وذلك فى صورة فقرات، سواء من حيث العدد أو من حيث المضمون والشكل والمدة الزمنية لكل فقرة على ضوء مدة الحلقة ككل، وأهداف المجلة فى إطار السياسة الإعلامية للخدمة الإذاعية المعنية. (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٨٨)

المرحلة الثانية : جمع المعلومات :

تتداخل هذه المرحلة مع المرحلة السابقة، بل لا يمكن فصلها عنها فى الواقع العلمي ، وفى كل الأحوال، فإن عملية جمع المعلومات تتم وفق ما تم تحديده من فقرات أساسية كما سبق ذكره، فقد تتطلب افتتاحية المجلة مثلا جمع معلومات من الصحف والمجلات المطبوعة والكتب، وقد تتطلب إجراء حوار أو أكثر مع عدد من الشخصيات وتحليل خطابات المستمعين والرد عليها، والحصول على مقاطع غنائية وموسيقية ومؤثرات صوتية.... الخ ويتضح من ذلك أن بعض مواد المجلة الإذاعية يتم الحصول عليها أو إنتاجها خارج الأستوديو والبعض الآخر من الإدارات المعنية داخل الإذاعة، كما يمكن الحصول على البعض الثالث من أى من هذين المصدرين، فالمقطوعات الفكاهية والموسيقية والغنائية يمكن الحصول عليها من مكتبة الشرائط، أو من أى مصدر آخر سواء بالشراء أو الاستعارة، والحوارات يمكن إجراؤها داخل الأستوديو أو خارجه ، أما المعلومات والأرقام والإحصائيات فيمكن الحصول عليها من المطبوعات بأشكالها المختلفة أيا كان المكان الذى توجد فيه... وفى مرحلة جمع المعلومات يراعى المعد أو المنتج أن المجلة الإذاعية تقوم على المعالجة الأفقية المنتشرة وليس المعالجة الرأسية العميقة للموضوعات، بمعنى أنها لا تتعمق فى الأفكار والموضوعات التي تتناولها. هذه الفكرة

تنعكس على نوعية Qualiity المادة التي يتم جمعها، وغني عن البيان أن جمع المادة ينطلق من تحديد الأهداف، والأهداف بطبيعتها قد تكون منفردة وقد تكون متكاملة ومتداخلة كما أن بعض الأهداف قد يتناقض مع البعض الآخر، فمعد المجلة قد يحدد بعض أهداف الحلقة فى الترفيه Entertainment الأمر الذى يتم تحقيقه من خلال قطعة فكاهية أو موسيقية، وهذا المضمون قد يتداخل مع هدف آخر هو التوعية أو التثقيف، كما أن مضمون بعض الأفكار قد يتضارب مع مضمون أفكار أخرى سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، كأن تتضمن المجلة افتتاحية ساخنة عن مشكلة تنظيم الأسرة مثلا، ثم تتضمن فقرة دراسية تشير إلى مزايا الأسرة الكبيرة ، لذلك فإن وضع أهداف محددة، بحيث تكون نقطة انطلاق لجمع مادة المجلة ، ومراعاة الاتساق الفكرة بين ما تم جمعه من مواد- يشكل أحد مستلزمات

الإنتاج الإذاعي العلمي. (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٨٩) .

المرحلة الثالثة : الإعداد الإذاعي:

هذه الخطوة عبارة عن معالجة المادة التي تم جمعها، أى إعادة تنظيمها، وتوزيعها مع إجراء ما يلزم من صياغة، ومنتجة، وتحديد مواضع الموسيقى والمؤثرات الصوتية... إلخ والمسئول عن هذه العملية يسمى المنتج producer وفى برامج المجالات يكون المنتج هو المحرر باعتباره الأقر على فهم المداخل السليمة لمعالجة المادة إذاعيا بالمستوى المطلوب.

١- يبدأ الإعداد الإذاعي بفرز وفحص المادة التي تم جمعها من مصادر مختلفة وتحديد ما ستتضمنه الحلقة والاستغناء عما سوى ذلك، والواقع أن هذه الفكرة تنطبق أكثر على المادة التي جمعها من مصادر مطبوعة، وكذلك

***** تدريبات إذاعية *****

الحوارات التي تم تسجيلها، أما المقاطع الغنائية والموسيقية والفكاهية التي ستضمها الحلقة، فإن المعد يحصل عليها مباشرة من الأشرطة المسجلة عليها.

فالمادة التي تم جمعها لصياغة افتتاحية المجلة الإذاعية، وغيرها من الفقرات التي ستقدم فى صورة نص مكتوب، والحوارات التي تم تسجيلها سواء داخل الأستوديو أو خارجه، هي التي تخضع لعملية الفرز والمراجعة، وفى حالة المادة التي جمعت مكتوبة فإنها لا تستخدم جميعها، وإنما يستبعد بعض منها، أما الحوارات فإنها تجرى عليها عملية المونتاج إذا لزم الأمر سواء لاعتبارات الوقت، أو لاعتبارات الجودة الفنية، أو لاعتبارات المضمون المطلوب أن تحتويه المجلة، ويعقب ذلك صياغة الفقرات التي ستقدم فى صورة حديث مباشر، أوفى صورة مقاطع مقروءة وفق المعايير المعروفة فى لغة الإذاعة.-

(دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٩٠) ٠

٢- بموجب ذلك يصبح لدى معد المجلة الإذاعية عدة فقرات كل منها ذات مضمون معين، وشكل معين، بعضها فى صورة مكتوبة، والبعض الآخر مسجل على أشرطة، هذه الفقرات تكون بمثابة اللبنة، أو المكونات التي ستوضع بطريقة معينة لتكون فى النهاية " البناء" المطلوب إقامته بطريقة هندسية جميلة، وهنا يصبح المعد الإذاعي الناجح قادرا على ترتيب المكونات، ووضع كل منها فى موضعه الصحيح بحيث يكون البناء منسجما ومتكاملا، ويخضع ترتيب فقرات المجلة الإذاعية لمبدأ التنوع، سواء فالفقرات المتشابهة المضمون لا توضع متجاورة، والشكل الإذاعي الذى تقدم به فقرة معينة لا يكرر فى الفقرة التالية، كما يراعى تنوع الفقرات من حيث الأداء بين السرعة

***** تدريبات إذاعية *****

والبطء وكذلك من حيث المدة الزمنية، وتعد هذه الفكرة غاية فى الأهمية على ضوء الانتقادات الحادة التي توجه لأساليب الممارسة الخاصة بالمجلات الإذاعية فى كثير من الأحيان، ذلك أن مدة الفقرة الواحدة تتأثر بوقت الحلقة ككل ، وكذلك بطبيعة الفكرة المراد أن تعبر عنها الفقرة.

فالمجلة التي مدتها (٣٠) دقيقة ستختلف بالطبع عن المجلة التي مدتها (١٥) دقيقة سواء من حيث عدد الفقرات أو من حيث المدة الزمنية للفقرة الواحدة ، فكلما زادت مدة الحلقة أتيحت الفرصة لزيادة عدد الفقرات ، وكذلك زيادة مدة الفقرة الواحدة مع إمكانية تنوع الفقرات بين القصر والطول. والمسألة الجوهرية فى هذا الخصوص هي ضرورة مراعاة التوازن بين فقرات المجلة من حيث مدة كل منها، والتوازن لا يعني التساوى، وإنما يعني عدم المبالغة بالزيادة أو بالنقصان فى المدة الزمنية لفقرة معينة على حساب الفقرات الأخرى، فلا يجوز مثلا، أن يوزع وقت مجلة مدتها (١٥) دقيقة بين أربع فقرات تستغرق أحدها عشر دقائق، بينما تستغرق الثلاث فقرات الباقية ومواد الربط خمس دقائق، وإذا تبين للمنتج أن توزيع الوقت على فقرات الجملة بهذه النسب يتواءم مع طبيعة الفكرة الخاصة بكل منها - عندئذ يكون الخطأ - أو عدم التوفيق فى اختيار وتحديد الموضوعات التي سنتناولها الحلقة، ولا شك ان الفقرات ذات المدة القصيرة تعطي للمجلة إيقاعا أسرع ، وكلما تنوعت فقرات المجلة بين السرعة والبطء وبين الفقرات الطويلة والقصيرة، أضفي ذلك نوعا من الحيوية على الحلقة ككل، ويجنبها مشكلة السير على وتيرة واحدة.(دكتور بركات عبد العزيز :

٠(١٩١ : ٢٠٠٠

***** تدريبات إذاعية *****

أما ترتيب فقرات المجلة الإذاعية من حيث المضمون وطبيعته، فإن منطق التنوع Variation الذى تقوم عليه المجلة يقتضى أن الفقرة ذات المضمون الفني مثلا تقدم بعدها فقرة تحمل مضمونا آخر، وليكن فكاهايا أو رياضيا مثلا ، ولما كان منتج المجلة يدرك أن هناك فقرات معينة تجذب انتباه المستمع أكثر من غيرها فإنه يضعها فى ترتيب معين بحيث تتوزع بين ثنايا المجلة، فقد تأتي إحداها فى البداية لجذب انتباه المستمع ليرتبط بالحلقة منذ بدايتها، وقد تأتي إحداها فى النهاية، لضمان أن يظل المستمع متابعا للحلقة انتظارا لهذه الفقرة (وغني عن البيان أن محتويات العدد ينوه عنها فى البداية) ، ربما يكون أبرز الأدلة لتوضيح هذه الفكرة هو الفقرات الخفيفة والفقرات الجادة ، فترتيب فقرات المجلة وفق معيار ما هو خفيف وما هو جاد يمكن أن يكون عاملا أساسيا لجذب انتباه المستمع من جهة وتوصيل الأفكار الجادة الهادفة إلى المستمع من جهة ثانية فالفقرات الخفيفة أو الترفيهية مطلوبة لذاتها من أجل تحقيق الوظائف الترفيهية وكذلك التسلية، كما أنها مطلوبة لجذب انتباه المستمع إلى الفقرات الجادة، ولذلك فإن بعض منتجي المجالات الإذاعية الناجحة كثيرا ما يوزعون الفقرات الترفيهية على أجزاء المجلة بحيث تتزايد بالتدرج من بداية الحلقة حتى نهايتها، بمعنى أنها فى بداية الحلقة تكون قليلة، ثم تتزايد وتواصل تزايدها لتصل إلى أقصاها فى نهاية الحلقة (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٩٢) .

وعلى الرغم من أنه لا توجد قاعدة صارمة لتحديد نسبة وقت الفقرات الخفيفة إلى نسبة وقت الفقرات الجادة، إلا أن هناك من يرى أن هذه النسب توزع عادة بواقع الثلث للفقرات الخفيفة مقابل الثلثين للفقرات الجادة . لا شك أن هذا

***** تدريبات إذاعية *****

المؤشر يمكن الاستفادة به في أحيان كثيرة، ولكن لا يمكن القول بأنه قاعدة ثابتة في كل الأحوال ، فقد يرى منتج المجلة، توزيع وقت الحلقة بواقع ٢٥ % للفقرات الخفيفة مقابل ٧٥ % للفقرات الجادة ، وقد تزيد هذه النسبة أو تقل من حلقة إلى أخرى، ومن إذاعة إلى أخرى كما قد تختلف من مجلة إلى أخرى، ومن منتج إلى آخر في إطار الخدمة الإذاعية الواحدة ، ولعل ما يعزز هذه الفكرة هو الاتجاه الحديث في الاستخدام الإذاعية الواحدة، ولعل ما يعزز هذه الفكرة هو الاتجاه الحديث في الاستخدام الإذاعي للمواد الخفيفة أو الترفيهية مثلا في إنتاج المادة التي ظاهرها الترفيه ولكنها في الحقيقة جادة، من ذلك مثلا الفقرة الفكاهية أو الدراسية أو الدرامية التي تعرض قضية أو فكرة جادة ولكن بأسلوب ترفيهي يثير الضحك ويجذب الانتباه، قد تكون هذه الفكرة في المجال السياسي أو الاقتصادي، وقد تكون في إطار علاقة الفرد بالأسرة أو بمؤسسات الدولة إلخ ويلاحظ أن المجالات الإذاعية تأثرت في هذه الناحية بفن الكاريكاتير في الصحافة المكتوبة. (دكتور بركات عبد العزيز

٠ (١٩٣: ٢٠٠٠)

٣- يتضح من ذلك أن ترتيب فقرات المجلة الإذاعية، يخضع لمعايير علمية / فنية بحيث توضع كل فقرة في موضعها الصحيح، وعند ذلك تكون الفقرة في المجلة بمثابة اللبنة والمكونات في البناء الهندسي بحيث يأتي في النهاية قويا متماسكا رائع المنظر، ولاشك أن البناء الهندسي يعتمد على المادة الخرسانية التي تجعل أجزاءه قوية متماسكة، وإلى مواد الطلاء والزخرفة التي تضيف عليه هالة من الروعة والجمال، هذه الفكرة تكاد تنطبق على ما نسميه اصطلاحا ببناء المجلة الإذاعية، والجمال، هذه الفكرة تكاد تنطبق على ما

***** تدريبات إذاعية *****

نسميه اصطلاحاً ببناء المجلة الإذاعية، ولكن المادة التي تجعل فقراتها متماسكة وتضفي عليها الجاذبية وتجعلها ذات مستوى إذاعي جيد تتمثل في أسلوب الربط الذي هو مزيج من اللغة (مواد الربط) ، والموسيقى ، والمؤثرات الصوتية. فالمجلة الإذاعية تستخدم النص المكتوب، سواء تمثل في فقرات بعينها، أو في مواد الربط بين فقرات المجلة، والفقرات المكتوبة قد تكون في صورة حديث مباشر يمثل افتتاحية المجلة، أو فأي صورة مجموعة أخبار موجزة، أو معلومات وغرائب، كما أن الرد على أسئلة المستمعين كثيراً ما يكون في صورة فقرة مستقلة مكتوبة ، وعندما تتضمن المجلة فقرة خاصة بمسابقة بين المستمعين ، فإنها أيضاً تتخذ صورة النص المكتوب ، نفس المنطق عندما تكون الفقرة الإذاعية في صورة حديث مباشر يأتي موزعاً أو غير موزع على مقاطع صوتية ، أو حديث حوارى فى مثل هذه الفقرات يلتزم معد المجلة بالمعايير الخاصة باللغة الإذاعية من الدقة والبساطة والوضوح ، لكن مواد الربط اللغوية بين فقرات المجلة تمثل أحد العناصر الرئيسية الحاسمة فى المستوى العام لها ، بل وتميز المعد الجيد عن غيره (دكتور بركات عبد

العزیز : ٢٠٠٠ : ١٩٤) •

ذلك أن المجلة الإذاعية تقتضى الربط الجيد ، وسلسلة الانتقال بين الفقرات فى إطار يمزج بين التنوع فى المضمون والشكل والأسلوب من جهة ووحدة العمل الفني من جهة ثانية وعلي معد المجلة صياغة مواد الربط بعناية شديدة بحيث تحقق هذا الهدف، ف الربط بن فقرة علمية وأخرى فنية، يمكن أن يكون هكذا :

*****إذاعية تدريبات*****

" ومن الصفحة العلمية ، إلى صفحة الفن التي تتضمن مفاجآت وأسرار النجوم والتي سنقدمها بعد سماع هذه الأغنية ."

ثم تقدم فقرة الأغنية يليها الفقرة الفنية .

وتظهر أهمية مواد الرابط منذ بداية الحلقة، فمن خلالها يتم التنويه عن محتويات المجلة بطريقة جذابة، ومن خلالها أيضا يتم التنويه عن الفقرات المتبقية والتأكيد على أفكار معينة سواء لإضفاء الجاذبية والتشويق وإثارة الاهتمام أو لإبراز هذه الأفكار بما يتفق مع هدف المجلة، كما أن مواد الربط هي التي تمهد للفقرات وتجعلها تتخذ المدخل السليم في ذهن المستمع بحيث يبدو الانتقال منطقيا ومستساغا، وهي التي تمهد لانتهاى الحلقة من خلال الفقرة الأخيرة بها ، وتضفي التماسك والوحدة الفنية بين جميع فقرات المجلة وتحقق الانسجام والمنطقية فى العلاقة بين هذه الفقرات، كما أن مواد الربط هي أحد وسائل المجلة الإذاعية فى إدخال الحيوية على الأشكال الإذاعية الأخرى التي تستخدمها ، ولكي يكون معد المجلة قادرا على صياغة مواد الربط بأسلوب لغوي يتماشى مع كل هذه الأفكار يتعين عليه التفكير من أجل بلورة عناصر إطار العلاقات الذى يمكن إيجاده بين فقرات المجلة بما يحقق مزيدا من الجاذبية والتشويق ، وأن يدقق فى مفردات اللغة التي يستخدمها للتعبير عن هذا الإطار ، ويستند فى ذلك على الإحساس العميق بطبيعة المادة المنقولة وخصائصها ، وأن يتقمص شخصية المستمع على المستويات الفكرية والنفسية مع توظيف قيمة " الفن " والمعايير الإذاعية لجذب انتباه المستمع . (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٩٥) •

***** تدريبات إذاعية *****

هذا فيما يتعلق ب مواد الربط اللغوية ، أما من حيث الموسيقى والمؤثرات الصوتية ، فإن المجلة تسعى لكسب المستقبلين وتوصيل محتوياتها من خلال تنوع المواد ، وجاذبية التقديم ، وخفة الإعداد واستخدام المادة الترفيهية سواء لتحقيق هدف الترفيه فى حد ذاته ، أو لجذب انتباه المستمع للمواد الجادة. واستخدام الموسيقى يتوافق مع هذا الجانب الفلسفي كأحد الجوانب التي تقوم عليها المجلة الإذاعية ، ويشترط فى موسيقى المجلة أن تكون ذات صفة شعبية لجذب انتباه المستقبلين و المحافظة عليه . والموسيقى الشعبية تتماشى مع فلسفة المجلة التي تتوجه عادة إلى المستمع غير المندمج ، أى المستمع الذى يكون منشغلا ماديا أو فكريا بمهام أخرى ، والذى يستمع بأذن واحدة غالبية الوقت وبأذنيه بعض الوقت ، والمقصود باختيار موسيقى المجلة من النوع الشعبي ، هي أن تكون موسيقى شائعة ومنتشرة بين الناس ، يهون سماعها دون أن تكون هابطة المستوى أو مبتذلة. وتستخدم الموسيقى فى المجلة الإذاعية ، سواء كلحن مميز فى بداية ونهاية الحلقة (وهو لحن النتر الذى يظل ثابتا فى كل حلقة) أو كفواصل موسيقية بين فقرات المجلة ، أو كفقرة مستقلة ، أو كخلفية لبعض الفقرات . كما تستخدم الموسيقى فى المجلة فى صورة خالصة أو فى صورة أغنية بأشكالها ومضامينها المتعددة.

وتتضافر الموسيقى مع مواد الربط لإضفاء الوحدة الفنية على المجلة الإذاعية ، وتحقيق الانسجام والمنطقية فى علاقة الفقرات بعضها ببعض.

أما المؤثرات الصوتية فإنها تستخدم أحيانا فى بعض فقرات المجلات الإذاعية لتحقيق ما لا يتمكن الكلام المنطوق من تحقيقه ، فقد يرى معد المجلة ضرورة استخدام ، أو إظهار المؤثرات الصوتية لجعل المستمع يشعر بالجو

***** تدريبات إذاعية *****

الحقيقي للموقف أو الموضوع ، فالمؤثرات الصوتية هنا تنشط خيال المستمع ، وتجعله قادرا على رسم الصورة الحقيقية للموقف المراد التعبير عنه ، وهي في ذلك تقوم بدور مشابه لدور الموسيقى التصويرية.

من خلال المراحل سألقة الذكر بشأن معالجة المواد الخاصة بإنتاج المجلة الإذاعية يتم وضع الاسكربت الخاص بالحلقة متضمنا كافة عناصرها : فقرات المجلة فى ترتيب معين ، مواد الربط ، مدة كل فقرة بالدقيقة والثانية ، مواضع الموسيقى والمؤثرات الصوتية ، الإرشادات الخاصة بالأداء مثل التتغيم بالصوت المرتد " Evho " ، أسلوب الأداء (إلقاء عادى ، أو إلقاء شبه درامي مثلا) ، وغير ذلك من المواد المرشدة التي وضعها المعد لتخرج الحلقة - بعد تسجيلها - فى صورة معينة ، ويتم التسجيل بموجب النسخة المتضمنة لكافة عناصر الحلقة بالتحديد وفق هذه الصورة ، وبعد أن يتم التسجيل يعاد سماع الحلقة ويتم تصحيح ما قد يكون بها من أخطاء سواء فنية أو موضوعية ، وتصبح قابلة للإذاعة على الهواء وفق الموعد المحدد لها على خريطة الإرسال الإذاعي (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٩٦)

رابعا : أنواع المجلات الإذاعية :

يمكن تصنيف المجلات الإذاعية على اعتبار عدة أسس هى :

١ - الجمهور المستهدف : مجلات إذاعية عامة - مجلات إذاعية فئوية .

٢ - عناصر المضمون :

(أ) مجلات إذاعية متنوعة الموضوعات .

(ب) مجلات إذاعية ذات موضوع واحد (مجلات إذاعية متعددة الأبعاد -

مجلات إذاعية ذات بعد واحد) .

نوعية المضمون :

(أ) مجلات إذاعية سياسية وإخبارية .

(ب) مجلات إذاعية أدبية .

(ج) مجلة إذاعية رياضية .

(د) مجلة إذاعية صحية .

(هـ) مجلات إذاعية أخرى . (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٩٧) .

وسيتم شرح ذلك على النحو التالي :

فمن حيث الجمهور المستهدف هناك المجلات الإذاعية العامة التي تستهدف الجمهور بصفة عامة ، وهناك المجلات الإذاعية الفنية التي تستهدف قطاعا جماهيريا معيناً كالمرأة ، أو الطفل ، أو الشباب ، أو العمال أو غيرهم .

أما من حيث عناصر المضمون ، فإن هناك المجلات الإذاعية ذات المضمون المتعدد ، بمعنى أنها تتضمن فقرة رياضية ، وأخرى أدبية ، وثالثة فنية ، ورابعة طبية وهكذا . وهناك المجلات الإذاعية ذات المضمون الواحد وهذه الأبعاد وهي التي تتناول موضوعات متعددة في إطار نشاط واحد ، مثال ذلك مجلة أدبية تتضمن فقرة من الشعر ، وأخرى عن القصة ، وثالثة عن فن المقامة ، ورابعة عن الأسلوب الأدبي الحديث .. الخ مثل هذه المجلة يضم فقراتها إطار واحد هو الإطار الأدبي وتتنوع فقراتها داخل هذا الإطار الفئة الثانية ، المجلات الإذاعية ذات البعد الواحد وهي تلك المجلات التي تتناول موضوعاً واحداً من زوايا مختلفة بقوالب وأشكال عدة ، مثال ذلك " مجلة الشعر " والتي تتضمن فقرة عن الشعر الجاهلي ، وثانية عن أوزان الشعر ،

***** تدريبات إذاعية *****

وثالثة عن الشعر الغنائي ، ورابعة عن الشعراء الشبان ، وخامسة عن أحدث ديوان شعري ... إلخ.

وأما من حيث نوعية المضمون ، فإن هناك المجالات الإذاعية التي تتناول موضوعات سياسية أو إخبارية ، وهناك المجالات الثقافية والفنية والرياضية ، والصحية .. الخ.

هذه التقسيمات كثيرا ما تتداخل مع بعضها البعض ، والهدف منها أن يكون منتج المجلة الإذاعية مدركا لموقع المجلة على خريطة هذا التقسيم ، لأن هذا الإدراك يعني وضوح الهدف وتوجيه الجهد والعمل فى الاتجاه الصحيح . من جهة أخرى فإن تداخل التقسيمات السابقة للمجلة الإذاعية لا يلغى شخصية المجلة بل إنه يساعد على بلورة هذه الشخصية وإبرازها ، فالمجلة الإذاعية التي تستهدف الجمهور العام ، قد تكون متنوعة المضمون ، وقد تكون ذات مضمون واحد ، وهذه بدورها قد تكون متعددة الأبعاد أو أحادية البعد ، وأى منهما قد تكون سياسية أو ثقافية أو فنية أو صحية ، نفس المنطق بالنسبة للمجلة الإذاعية التي تستهدف جمهورا نوعيا (فئويا) سواء على أساس النوع أو المهنة أو محل الإقامة أو غير ذلك من متغيرات تصنيف الجمهور . (دكتور

بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٩٨) *

إن تعدد المجالات الإذاعية وفق معايير تصنيفها والتداخل بين هذه الأنواع يجسد بعض ملامح تطور أساليب الممارسة البرمجية فى الراديو وامتداد هذا التطور إلى مختلف مجالات المضمون ، فالمجلة الإذاعية ظهرت فى البداية مرتبطة بالدور الإخبارى حين انبثقت فكرتها كشكل من نشرة الأخبار عبر شبكة NBC بالولايات المتحدة ، واعتبرت آنذاك بمثابة وعاء جيد للمعلومات

والمواد الإخبارية الخفيفة التي لا يمكن معالجتها برامجيا فى إطار أى قالب إذاعي آخر ، ولكن الممارسة سرعان ما بلورت أسس وعناصر شكل المجلة الإذاعية ليصبح أكثر حيوية ورسوخا فى شخصيته ، ويشمل مجالات أخرى - غير المجال الإخبارى - مثل الأدب والفن والعلوم ، وعندما اتجهت ممارسات الراديو إلى التخصص بهدف إشباع ومقابلة احتياجات ورغبات قطاعات جماهيرية معينة ، أصبحت المجلة الإذاعية تجسد هذا التوجه ، فظهرت المجالات الفئوية جنبا إلى جنب مع المجالات الإذاعية التي تستهدف الجمهور العام.

خامسا : الثوابت والمتغيرات فى المجلة الإذاعية :

أثيرت هذه الفكرة كثيرا فى أدبيات الاتصال التي تناولت المجلة الإذاعية ، فعنوان المجلة مثلا يظل ثابتا ، وكذلك اللحن المميز لها فى بداية ونهاية كل حلقة ، فالعنوان أو (اسم المجلة) بمثابة العلامة المميزة لها ، ويخضع اختياره لمعايير علمية وممارسة توضح شخصية المجلة وترسيخها فى أذهان المستمعين ويدل على طبيعة المجلة فى أقصى ما يمكن من ملامح وسمات مثل المضمون والجمهور .

أما اللحن المميز فإنه يخضع لمعايير اختيار الألحان المميزة للبرامج الإذاعية بوجه عام من حيث دلالاته لطبيعة المجلة ، فاللحن المميز لمجلة إذاعية موجهة إلى الريفيين يختلف عن اللحن المميز لمجلة إذاعية موجهة إلى كبار السن أو الشباب مثلا ، واللحن المميز لمجلة دينية يختلف عن اللحن المميز لمجلة رياضية كما أن اللحن المميز لمجلة ثقافية جادة يختلف عن نظيره الخاص بمجلة ذات طبيعة ترفيهية خفيفة وهكذا. وإن وظيفة اللحن المميز -

***** تدريبات إذاعية *****

هي أنه يساهم في تحديد شخصية المجلة في ذهن المستمع - ويضعه في الإطار النفسي والمعرفي للتواصل معها ، ومن معايير اللحن المميز الناجح تجنب الكليشيهات الموسيقية المبتذلة . (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ١٩٩) .

وإذا كان عنوان المجلة واللحن المميز لها ، من العناصر الثابتة التي لا تتغير ، وهو في ذلك مثل مدة الحلقة دورية التقديم ، وقت التقديم ، فإن هناك عناصر أخرى ظلت محل جدل أهمها الفواصل الموسيقية بين الفقرات ، وكذلك العناوين الداخلية التي تدل على أبواب ثابتة في كثير من الممارسات ، من هذه العناوين مثلاً " افتتاحية العدد " ، " تحقيق العدد " ، " صفحة الغلاف " ، " بريد المستمعين " . ولا يقتصر عنصر الثبات هنا على وجود العناوين (الأبواب) فقط ، وإنما على ترتيبها داخل الحلقة ، بمعنى أنه إذا كانت افتتاحية العدد تأتي كفقرة أولى في المجلة الإذاعية ، فهل يعقبا تحقيق العدد ، شخصية العدد ... إلخ وذلك في ترتيب ثابت في كل الحلقات ؟ وحتى لو لم تكن هذه العناوين التي تعبر عن أبواب ثابتة موجودة ، وقدمت فقرات المجلة على أنها صفحات ، فهل تخضع هذه الفقرات لترتيب ثابت ، بمعنى أن الفقرة الفنية تأتي دائماً بعد الافتتاحية ، يليها بريد المستمعين ثم الفقرة الرياضية ... الخ ؟ من واقع ملاحظة أساليب الممارسة بالمجلات الإذاعية الناجحة ، يمكن القول بأنه لا يوجد قاعدة ملزمة في هذا الشأن ، فقد تكون المجلة الإذاعية ناجحة دون أن تلتزم بمبدأ الثبات البنائي، وقد تكون غير ذلك والعكس صحيح ويستند الرأي المعارض لأن يتقيد ترتيب فقرات المجلة بمبدأ الثبات في العناصر المشار إليها - على أن هذا الثبات يجعل المجلة نمطية جامدة ويشكل قيوداً على الابتكار والتجديد ، كما أنه يمثل قيوداً على المرونة

التي لابد منها فى تعامل المجلة الإذاعية مع الأحداث والظروف غير المتوقعة أما الرأي المؤيد لمبدأ الثبات ، فنه يستند على أن هذا المبدأ يرسخ شخصية المجلة الإذاعية فى أذهان المستمعين ويتوافق مع توقعاتهم من الحلقة عندما يتعرضون لها ، ويرون أنه إذا كانت المجلة الإذاعية تكتسب خواص المجلة المطبوعة وسماتها ، فإن قارئ المجلة المطبوعة تعود أن يجد باب الاجتماعات فى صفحة معينة بالمجلة ، وباب الرياضة فى صفحة أخرى ، وباب الإنسانيات فى صفحة ثالثة وهكذا (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ٢٠٠٠) .

وبناء على ما سبق فإن القارئ عندما يريد أن يطلع على باب الرياضة فإنه يتصفح المجلة متوقعا أن يجده فى موقع معين بها ، وما دام الأمر كذلك - وفقا للرأى المؤيد لمبدأ الثبات - يكون على المجلة الإذاعية تطبيق هذا المبدأ لترسيخ شخصية المجلة لدى المستمعين ، وجعلها أكثر توافقا مع توقعاتهم وعلى الرغم من أن كلا الرأيين يستند على مقولات مدعمة ، إلا أن واقع الممارسة لا يقطع بصواب أو خطأ أى منهما ، وبالتالي فإن المسألة تتوقف على الرؤية الذاتية لمنتج المجلة ، فقد يرى ضرورة تطبيق مبدأ الثبات لمدة معينة حتى تكتسب المجلة شخصية إذاعية محددة لدى المستمعين وتتوافق مع توقعاتهم ، وقد يرى تثبيت بعض - وليس كل العناصر وفى كل الأحوال ، فإن عنوان المجلة ولحنها المميز يظل من الثوابت ، أما الفواصل الموسيقية بين الفقرات ، ووجود أبواب (عناوين) ثابت ، وترتيب الفقرات وفق مضمونها ترتيبا ثابتا - فإنها أمور متروكة لمنتج المجلة ليجعلها من الثوابت أو المتغيرات .

***** تدريبات إذاعية *****

من بين كل أشكال البرامج ، تنفرد المجلة الإذاعية بأنها قابلة للتحويل بسهولة إلى شئ تافه ، يبعث على الملل ، وذلك يجعلها مجرد حقبة تضم مجموعة من الأسماك البالية التي لا يربط بينها سوى خيوط واهية.

يتم تصميم المجلة الإذاعية فى العادة لجمهور محدد ، ولا بد أن يكون بناؤها محكماً مع الاهتمام بمحتواها وتكمن المشكلة الأساسية فى هذا الشكل من البرنامج فى كيفية تحقيق التوازن والتوفيق بين ضرورة تماسك الفقرات من ناحية وبين تنوع هذه الفقرات من ناحية أخرى. (مرعى : ٢٠٠١ : ١٢٣) .

إن من أهم الأسباب التي تجعل المستمع حريصاً على الاستماع إلى برنامج ما هو إعجابه بالحلقة السابقة من هذا البرنامج لذلك يتعين بالنسبة للمجلة بشكل خاص الحفاظ على القالب العام ، ولكن لا مانع طبعاً من إدخال بعض التغيرات الطفيفة ومن الأهمية بمكان أن تبدو الحلقة التالية من المجلة جديدة بمعنى أن يكون مضمونها طازجاً ومتجدداً وفيه عناصر المفاجأة والإبهار أن المجلة الإذاعية تصبح مملة للغاية حين يكون محتواها من النوع الذى يمكن للمستمع أن يتنبأ به.

كيف نحقق التماسك consistency فى المجلة :

هناك بعض العناصر، التي من خلال ثباتها واستقرارها، تساعد على تحقيق التماسك من هذه العناصر :

* عنوان المجلة الذى يعكس أهدافها .

* اللحن المميز النابع من المضمون .

* وقت البث الثابت .

* مدة المجلة التي لا يطرأ عليها تغيير من أسبوع لآخر .

***** تدريبات إذاعية *****

* التقديم الذى يضبط النغمة العامة، ويبني علاقة الألفة والصدقة بين المستمع وبين المجلة.

* أسلوب الربط الذى لا يقدم الفقرات فحسب وإنما يسعى أيضا إلى خلق مناخ عام من التماسك.

* البناء الذى يقوم على الفقرات المتنوعة والمتوازنة.

التنوع variety فى المجلة :

إن كان شكل المجلة الإذاعية قد استعار كلمة المجلة من الصحافة المكتوبة ، إلا أن هذا الشكل ليس ترجمة مسموعة لمجلة مكتوبة بمعنى أن المجلة الإذاعية لا يصح أن تستخدم أدوات المجلة المكتوبة ، مثل صورة الغلاف ، والكلمة الافتتاحية ، ونظام الصفحات والأعمدة ذلك أن المجلة الإذاعية الحديثة لها فنها الخاص المستقل ومن ثم فهي ليست فى حاجة إلى اللجوء إلى تقاليد المجلة المكتوبة ويمكن القول إن المجلة الإذاعية هي الشكل الإذاعي الذى يضم عدة أشكال إذاعية وهذا بالضبط ما يحقق التنوع.

انطلاقا من ذلك فإن المجلة الإذاعية يمكن أن تتكون من فقرات تضم كل أو بعض الأشكال الإذاعية التالية :

تقرير صوتي voice poece

وهو عبارة عن تقرير قصير حول خبر أو موقف أو حدث أو تعليق لشاهد عيان eye – witness بأسلوب " كنت هناك " يقدمه مندوب المجلة مديعا كان أو مراسلا.

الحوار interview :

وقد شرحناه تفصيلا ، ولكن يندرج أيضا تحت هذا الشكل ، ما يطلق عليها باللاتينية the vox pop ومعناه صوت رجل الشارع the street man in حيث يدلي برأيه حول قضية ما من خلال إجابته عن أسئلة سريعة تطرح عليه ولكن يمكن بطبيعة الحال تقديم حوار قصير مع خبير أو متخصص أو شخصية عامة (مرعى : ٢٠٠١ : ١٢٤).

المناقشة discussion

ويتم استضافة ضيفين أحدهما يمثل الرأي ، بينما يمثل الثاني الرأي الآخر ويجرى المذيع مناقشة سريعة بينهما حول موضوع ما ، ولما كان هذا الشكل يقترب من شكل الندوة round table discussion التي قد تحتاج الموضوعات التي تطرح فيها إلى قد تحتاج الموضوعات التي تطرح فيها إلى وقت أطول من الوقت المخصص لفقرة في مجلة إذاعية فان الأمر متروك لمنتج المجلة لتقرير ما إذا كان الموضوع يمكن علاجه في إطار هذا الشكل أو انه من الأفضل معالجته في برنامج مستقل.

الموسيقى music

يمكن استخدام هذا الشكل في المجلة الإذاعية بطرق عدة :

* فقرة مستقلة بذاتها (أغنية أو مقطوعة موسيقية) .

* نقلة منبثقة من فقرة سابقة (حوار مع عازف ينتهي بعزف من جانبه على آله)

* نقلة تمهد لفقرة تالية brief music bridge ولا بد من الدقة في اختيار الموسيقى المستخدمة في المجلة بحيث تكون ملائمة للجو العام لل فقرات

خاصة أن أذواق الناس تتباين بالنسبة للموسيقي ، فما يعجبك منها قد لا يعجب غيرك.

المؤثرات الصوتية **sound effects**:

المؤثرات الصوتية شأنها شأن الموسيقي يمكن أن تضيف الكثير إلى تتابع الفقرات الكلامية إنها تنشط الذاكرة وتشفير الصور فمثلا في فقرة تعالج الحوادث الناجمة عن جنون السرعة فإنه يمكن تعزيزها بمؤثر لصوت فرامل عنيفة وصوت صدام وفي فقرة أخرى تتناول تطوير فصول الدراسة للأطفال فلا بأس من استخدام مؤثر لضجيج أطفال في فناء مدرسة وهكذا ولكن لا بد من الإشارة هنا إلى أن هذا الأمر يحتاج إلي وقت ومجهود لتحضير هذه المؤثرات وتنفيذها لان المجلة ستعاني من القالب المتكرر إذا ما استخدمت نفس المؤثرات في كل مرة ولذلك فلا بد من استخدامها بالشكل المناسب من آن لآخر مع استثمار الخيال وليس المطلوب هو المبالغة وإنما يكفي استخدام أصوات بسيطة للغاية .

مشاركة المستمع : وهناك عدة طرق لتحقيق ذلك :

* خطابات المستمعين للمجلة .

* المسابقات التي تخصص لها بعض الجوائز .

* الاتصال الهاتفي خاصة اذا كانت المجلة علي الهواء .

البرنامج الخاص **feature**

قد تحتاج المجلة أحيانا إلي مساحة تعالج فيها موضوعا ما بطريقة أكثر عمقا من معالجته من خلال إجراء حوار مع فرد ، ونظرا لصغر مساحة الفقرة في المجلة فإنه يمكن إنتاج برنامج خاص قصير يطلق عليه **featurette** أو

***** تدريبات إذاعية *****

mini feature ، ويكفي أن يقول علي نص مكتوب مع بعض اللقطات الصوتية . (محمد مرعى : ٢٠٠١ : ١٢٥) .

: التمثيلية drama

يمكن استخدام دراما الموقف الواحد كفقرة من فقرات المجلة الإذاعية وهو شكل محبب جدا كذلك يمكن تقديم قصة قصيرة story short بمعالجة درامية بسيطة كما يمكن تقديم قصيدة شعر بأسلوب درامي مع استخدام الموسيقى .

: الأخبار NEWS

الأخبار هي أحد الأشكال الإذاعية الشهيرة والعريقة ولذلك فإن الأخبار الفنية أو العملية أو الثقافية أو الاقتصادية أو السياسية يمكن أن تشكل فقرة جيدة من فقرات المجلة الإذاعية .

: ترتيب فقرات المجلة :

فى عروض السيرك وعروض المنوعات المسرحية يتم الاحتفاظ بأفضل الفقرات إلى نهاية العرض ، ذلك أن جمهور هذه العروض هو أسير لها ، فهو جالس على المقاعد ، وفرصة مغادرته لها ضئيلة ، بينما فى الراديو الأمر يختلف ، فالجمهور ليس أسيرا على الإطلاق ، لأن من خصائص الراديو أنه وسيلة قابلة للغلاق Sitch-offable لذلك فإن الأمر بالنسبة للمجلة الإذاعية ، وربما لبقية الأشكال الأخرى يحتاج إلى تقديم فقرة قوية فى البداية Point of attack تجذب المستمع ، ثم بعد ذلك يمكن استخدام العديد من الأساليب والوسائل لجذب اهتمام المستمع فى كل فقرة من فقرات المجلة حتى نهايتها .

أسلوب ترتيب الفقرات بالنسبة للمجلة الإخبارية :

***** تدريبات إذاعية *****

إذا بدأت المجلة الإذاعية الإخبارية بقصة خبرية رئيسية Main Story ثم تدرجت إلى ما هو أقل أهمية / فإن هذا الأسلوب فى البناء قد يفقد المجلة اهتمام لمستمع للمجلة الإخبارية .

ولذلك فإنه يتعين بالنسبة للمجلة الإخبارية أن تحتفظ باهتمام المستمع عبر جميع فقراتها بحيث تنتقل من تقرير سياسي إلى فقرة مالية واقتصادية ، إلى مقابلة رياضية ، إلى أحوال الجو ، ثم تقديم ملخص للأخبار قرب النهاية لمن فاته الاستماع إلى الموجز فى البداية كما يستحسن الاحتفاظ ببعض المواد المثيرة لتقديمها فى النصف الثانى من المجلة .

أسلوب ترتيب الفقرات بالنسبة للمجلة الإذاعية العامة :

إن مراعاة الملاحظات التالية يمكن أن يؤدى إلى ترتيب جيد :

* الفصل بين فرتي حوار يكون الضيف فى كل منهما رجلاً .

* وضع فقرة ذات طبيعة خفيفة عقب فقرة جادة .

* وضع فقرة قصيرة فقرة طويلة .

* إدخال بعض الفقرات التى تتضمن أصوات نساء ، وأطفال وشيوخ لأن ذلك

يوفر للمجلة Variety التنوع والتباين Contrast .

* كسر الجمود والرتابة بين بعض الفقرات الطويلة بوضع أقصوصة معلومات

قصيرة يؤديها صوت مختلف عن الأصوات المشاركة فى المجلة .

* أن نشعرنا مقدم المجلة طول الوقت بكل ما يحدث ، ماذا نسمع الآن وماذا

سيحدث لاحقاً . بشكل عام المجلة الإذاعية الناجحة يمكن أن تستمر سنوات

***** تدريبات إذاعية *****

إذا ما حافظت على المزج الصحيح بين التماسك والتناغم وعدم قابلية المحتوى لتنبؤ المستمعين به (مرعى : ٢٠٠١ : ١٢٦) .

نموذج تطبيقي لمجلة إذاعية :

نقدم فيما يلي نموذجا مبسطا لبناء لمجلة إذاعية ، المجلة مدتها ثلاثون دقيقة ، وتقدم أسبوعيا ، وتستهدف الجمهور العام ، كما أنها مجلة صحية متعددة الأبعاد وإن كانت ذات مضمون واحد (هو المضمون الصحي) عنوان المجلة هو المجلة الطبية تتكون المجلة من ست فقرات بجانب مقطعي البداية والختام ، ويوضحها البيان الآتي ، والذي يتضمن البناء فقط وليس الاسكربت الكامل للمجلة : (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ٢٠١) .

المقطع/الفقرة	المدة	وصف موجز للمضمون
مقطع البداية	٢٠	١ يتضمن هذا المقطع التعريف بالمجلة وتحديد شخصيتها من حيث الخدمة الإذاعية التي تقدمها ، اسم المجلة ، اللحن المميز ، والتعريف بمحتويات العدد .
الفقرة الأولى افتتاحية العدد	-	٥ حديث مباشر حول أهمية الانتماء وروح التفاؤل والمرح في اكساب الجسم مناعة طبيعية ضد بعض الأمراض وكذلك في اكساب الفرد القدرة على الانجاز والنجاح في الحياة .
الفقرة الثانية : أغنية	-	٢ مقطع من أغنية عاطفية ترتبط بالمعنى الذي تشير اليه الفقرة الاولى
الفقرة الثالثة لقاء العدد	-	٥ حوار مع أحد أساتذة الطب والمسؤول بوزارة الصحة حول الحملة القومية للتطعيم ضد الأمراض مع توضيح ضرورة التطعيم والذين يتحتم عليهم أخذ الجرعة ، ومدة الحملة
الفقرة الرابعة : صفحة الفكاهة	-	٣ مقطع مفكاهي من إحدى المسرحيات ، على أن يكون له دلالة صحية .
الفقرة الخامسة شخصية العدد	-	٦ نص إذاعي موزع على صوتين ، يتناول بعض جوانب حياة أحد العظماء الذين رغم المرض أحدثوا تأثيرا عظيما في حياة البشر .

تبرز الفكرة العامة وترسخها من جهة ، وتعمل كأداة ربط بين الافتتاحية والفقرة التالية (الأغنية) من جهة ثانية .

أما الفقرة الثالثة (لقاء العدد) ، فإنه هو الآخر ارتبط بموضوع مثار اهتمام جماهيري (الحملة القومية للتطعيم) قد يكون تطعيما خاصا بشلل الأطفال ، أو بالتهاب الكبد الوبائي ، أو غير ذلك من الأمراض التي تفتك بالإنسان إذا لم يحصل على جرعة الطعم ، وفي نهاية اللقاء مع الشخصية التي يدور معها الحوار حول حملة التطعيم تأتي الفقرة الرابعة (المقطع الفكاهي) والتي يمكن أن تتضمن فكرة أن علاقة المريض بالطبيب لا تخلو من بعض الجوانب الطريفة رغم ظروف المرض الصعبة، وتكون الفكرة الرئيسية لهذه الجملة مستمدة من عمل يجسد بعض جوانب الواقع، هذا العمل هو المسرحية التي اختيرت منها. (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ٢٠٣) .

أما الفقرة الخامسة ، فيمكن التمهيد لها بالبطء التدريجي للفقرة السابقة ثم جملة ربط تجذب الانتباه نحو فكرة هامة جدا هي " أن إرادة التحدي داخل الإنسان يمكن أن تقهر المرض ، ومن هذه الفكرة يتم تقديم الشخصية العظيمة التي قهرت المرض واستطاعت بفضل الإيمان وما أوجده داخلها من إرادة التحدي - أن تتفح البشرية وتدخل التاريخ من أوسع أبوابه لتظل أعمالها مؤثرة في حياة البشرية حاضرا ومستقبلا مثل هذه الفكرة يمكن أن تصاغ في صورة نص إذاعي مقسم إلي مقاطع صوتية تؤدي بواسطة اثنين من المسؤولين عن إنتاج المجلة ، ولا مانع من أن يؤديها شخص واحد ، ويفضل أن يكون بينهما فواصل موسيقية قصيرة ، وتهدف الفقرة إلى التعريف بهذه الشخصية وإنجازاتها وبث الأمل في نفوس المستمعين الذين قد يكونون مصابين بمرض معين

***** تدريبات إذاعية *****

ويشعرون أن فرصتهم فى النجاح قد انتهت، لاشك أن تقديم نماذج لشخصيات ناجحة - رغم مرضها - يمكن أن يساهم فى إبعاد شبح اليأس عن المرضى والمعوقين.

أما الفقرة الأخيرة، فإنها أساسا ذات صفة خدمية وتثقيفية ، لأنها تتيح للمستمع الفوز بفرصة العلاج المجاني (ويتم ذلك من خلال الاتفاق بين الإذاعة والشخصيات والمؤسسات التي تتولى العلاج)، وهي ذات صفة تثقيفية لأنها تقدم أسئلة أولا عند إعلان أسماء الفائزين. هذه الفقرة الأخيرة يمكن أن يفصلها عن الفقرة السابقة فاصل موسيقي قصير ينخفض تدريجيا إلى أن ينتهي، تعقبه جملة ربك على النحو الآتي :

" بهذه النبذة الموجزة عن شخصية التي تحدثت المرض وأسعد الإنسانية نصل إلى الصفحة الأخيرة التي تتضمن .
ما يسعد أعزاءنا المستمعين "

ومن هذه الجملة يبدأ التذكير بالسؤال الذى طرح فى الحلقة الماضية والإجابة الصحيحة عليه، وأسماء الفائزين الذين توصلوا إلى الإجابة الصحيحة، وكيفية حصولهم على الجائزة (تذكرة العلاج المجاني) ثم طرح السؤال المطلوب الإجابة عليه لتعلن أسماء الفائزين فى الحلقة القادمة مع التتويه عن بيانات المراسلة. وهنا تكون الحلقة قد انتهت فيأتي مقطع الانتهاء متضمنا ما يفيد أنه بانتهاء الصفحة الأخيرة من المجلة " نستودع مستمعينا الأعزاء، فإلى لقاء مع العدد الجديد فى مثل هذا الموعد من الأسبوع القادم". (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ :

***** تدريبات إذاعية *****

ويلاحظ أن إجمالي مدة فقرات ومقاطع المجلة السابقة ٢٨.٥ دقيقة ، أما الزمن الباقي وقدره دقيقة ونصف فإنه يخصص لمواد الربط سواء كانت جملا وعبارات أو فواصل موسيقية، وهذه الأمور تحدد بدقة عندما يكتب اسكرتب المجلة كاملا، كما يلاحظ تنوع القوالب والأشكال التي قدمت بها الفقرات : حديث مباشر ، أغنية، حوار إذاعي، مقطع فكاهي، نص ثنائي الأداء ، مسابقة وعلى الرغم من أن المجلة يغلب عليها الطابع الخفيف، إلا أنها تتضمن بعض الفقرات الجادة مثل الفقرة الثالثة والخامسة، وتفصل بينها فقرة خفيفة (المقطع الفكاهي) وبينما نجد الفقرة الأولى تحاول جذب الاهتمام من خلال طرح حل بسيط وحاسم لمشكلة خطيرة يمكن أن تواجه الملايين، نجد أن الفقرة الأخيرة تحاول جذب الاهتمام لمتابعة المجلة حتي نهايتها من خلال إتاحة خدمة مجانية ذات ضرورة حيوية للمرضي من المستمعين، سواء كانت هذه الضرورة ذات طابع صحي أو اقتصادي.إن إنتاج مجلة إذاعية بالنموذج البسيط المذكور تطلب تطبيقا عمليا للمراحل التي سبقت الإشارة إليها :

قام المنتج بتحديد الموضوعات والأفكار التي سيتناولها العدد (الحلقة) علي ضوء أهداف الخدمة الإذاعية والسياسة الإعلامية لها بما في ذلك الأهداف العامة للمجلة الإذاعية كبرنامج على خريطة برامج هذه الخدمة . الموضوعات الرئيسية لعدد المجلة هي :

* أهمية الابتسامة وروح التفاؤل للإنسان على مستوى الصحة والنجاح.

* الحملة القومية للتطعيم ضد مرض معين وليكن شلل الأطفال.

***** تدريبات إذاعية *****

*إحدى الشخصيات التي نجحت عالميا رغم المرض (تحدد) قد تكون هذه الشخصية قد نبغت فى مجال الفن أو الأدب أو العلوم البحتة (دكتور بركات عبد

العزیز : ٢٠٠٠ : ٢٠٥) •

* إعلان أسماء الفائزين فى المسابقة التي قدمها العدد السابق (أو الأسبق) من المجلة وإعداد أسئلة مسابقة جديدة.

* أغنية (أو جزء من أغنية).

* مقطع فكاهي.

لقد حدد منتج المجلة هذه الفقرات (الموضوعات) بناء على معايشة واقع الجمهور ، تلك المعايشة التي جعلته يدرك وجود نوع من التوتر الاجتماعي أو نزعة التشاؤم والانطواء لدى بعض الناس بسبب صعوبات الحياة كما أن معايشة واقع الجمهور ومتابعة الأحداث الطبية الكبرى وعلاقاته بالمسؤولين عن قطاع الصحة جعلته على علم بأهمية وأبعاد حملة التطعيم زمنيا وموضوعيا ... الخ ومعايشة الواقع الاجتماعي جعلت منتج المجلة يدرك مدى ما يعانیه المعوقون وأصحاب العاهات من آلام نفسية رغم ما قد يوجد لدى بعضهم من مواهب تؤثر إيجابيا فى حياة البشر، ورغم أن أمامهم جميعا فرصا أفضل لتحقيق ذواتهم فى الحياة وأخيرا - فإن معايشة الواقع الاجتماعي جعلت منتج المجلة يدرك التكاليف المرتفعة للعلاج بما يفوق المقدرة الاقتصادية للعديد من الناس ويدرك كذلك قسوة المرض على المريض وذويه، فأراد بسبب ذلك أن يضيف على المجلة الإذاعية الصفة " الخدمية " وأن يكون للإذاعة مسؤولية اجتماعية ودور حيوى ملموس، فجعل من برنامجه نافذة أمل

***** تدريبات إذاعية *****

من خلال مسابقة بسيطة تجذب اهتمام المستمع من جهة وتتيح له التثقيف والخدمة من جهة ثانية.

: قام المنتج بجمع معلومات عن الموضوعات التي تم تحديدها والتي ستتناولها الحلقة (من المجلة) ، ربما يكون قد رجع إلى كتب علم النفس والكتب الطبية المتخصصة والموسوعات والكتب الثقافية العامة والمطبوعات الدورية ، ثم أجرى المقابلات المكتوبة والمسجلة ... الخ ليتمكن من الحصول على المعلومات اللازمة لصياغة الافتتاحية وإعداد أسئلة المسابقة والأجوبة الصحيحة عليها، وكذلك للحصول على معلومات عن شخصية العدد ، أما المقاطع الغنائية والفكاهية ، فإن القائم على المجلة قد اختارها بعناية وحددها بحيث تتوافق مع مضمون المجلة وحصل عليها من مكتبة الاسطوانات والشرائط بالإذاعة أو من أى مصدر آخر (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ٢٠٦) •

بعد استيفاء المادة اللازمة للحلقة تبدأ مرحلة " الإعداد الإذاعي " ، فالقائم على المجلة لديه مادة بعضها مكتوب وبعضها مسجل على شرائط، والبعض الآخر يختزنه فى ذهنه، كما أن لديه تصورا عاما عن هيكل الحلقة البرمجية وكذلك لديه الموهبة الإذاعية التي تمكنه من إخراج هذا التصور إلى حيز الوجود. فى هذا الإطار قام منتج المجلة بفرز وتقييم Evaluation المادة التي تم جمعها عن الموضوعات المذكورة ، وقد يتطلب الأمر الرجوع إلى المصادر لاستكمال بعض المعلومات وبموجب ذلك يضع الصياغة الأولية لافتتاحية العدد ، وكذلك الفقرة الخامسة (شخصية العدد) ، ثم أسئلة مسابقة العدد ، ويجرى المونتاج إذا لزم الأمر على الحوار الخاص بالحملة القومية للتطعيم كما يقوم بتجهيز الفقرات الفكاهية والغنائية والفواصل الموسيقية بما

***** تدريبات إذاعية *****

فى ذلك اللحن المميز (لحن التتر) فى هذه المرحلة تخضع فقرات المجلة لمراجعة شاملة تنتهى إلى التأكد من صدق التعبير فى النصوص وتوافق الموضوعات مع المعايير الإذاعية وتحديد مواضع الفواصل الموسيقية وكذلك التأكد من المدة الزمنية لكل فقرة.

الخطوة التالية تتمثل فى ترتيب فقرات المجلة ومتى تم هذا الترتيب وفق المعايير السابق ذكرها يبدأ القائم على المجلة فى إعداد تقديم (محتويات) العدد ، وهذا التقديم بمثابة الفهرس فى المجلة المطبوعة ، كما يتم إعداد مواد الربط والانتقال بين الفقرات، وقد يتطلب الأمر فى هذه المرحلة إعادة صياغة الجزء الأخير من الفقرات النصية ، وهكذا تنتهى هذه الخطوة بإعداد الاسكربت النهائى للمجلة بحيث يكون شاملا لكل عناصر البرنامج بالصورة التى سيظهر بها على الهواء ، ويخضع هذا الاسكربت لمراجعة متأنية

وبموجب ذلك يتم التسجيل والإذاعة (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ٢٠٧) •

الفصل الخامس

برامج الفيتشر

أولا : مفهوم برامج الفيتشر :

هناك العديد من الكلمات المستخدمة فى اللغة العربية وتتطق بنفس طريقة نطقها فى اللغات الأجنبية مع تغيير طفيف ، وقد حاولت بعض المعاجم تقريب هذه الكلمات أى إخضاعها للنظام الصوتي والإعرابي للغة العربية بحيث تقبل حركات الإعراب المختلفة من ضم وفتح وكسر . من ذلك مثلا أن كلمة التليفزيون تم تعريبها بحيث أصبح المقابل العربي لها " التلفاز " ، كما تم تعريب كلمة الراديو لتصبح " المذياع " وكلمة التليفون لتصبح " الهاتف " وهكذا ، لكن تعريب بعض الكلمات الأجنبية لم يكن مجديا بصورة واضحة، حيث ظلت هذه الكلمات تنطق فى اللغة العربية بنفس الصورة تقريبا التي تنطق بها فى اللغات الأجنبية . (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ٢٨٧) *

وكلمة فيتشر " Feature" من الكلمات الأجنبية، التي تستخدم فى اللغة العربية بنفس النظام الصوتي لها فى اللغة الإنجليزية ، وهي تعني ملامح أو معالم ، فقد تستخدم لتدل على ملامح الوجه، أو ملامح جانب معين من جوانب الحياة، كما تطلق كلمة فيتشر على القصة الخبرية ذات الحجم المعين فى الصحيفة، أو الفيلم السينمائي لقصة روائية يؤديه ممثلون محترفون، أو التحقيقات المصغرة التي تأتي كفقرة (متميزة) ضمن برامج المجالات أو

***** تدريبات إذاعية *****

البرامج المنوعة فالفيتشر بهذا المعنى لا يعتبر شكلا إذاعيا مستقلا ، غير أن الممارسة الإعلامية المتطورة باستمرار أسفرت عن ظهور الفيتشر كقالب إذاعي يتحدى القوالب الإذاعية التقليدية والمعروفة، حيث تتعدد أساليبه ويستخدم تقنيات تجذب الانتباه، ويطوع كافة إمكانيات الراديو لتوصيل الفكرة إلى الجمهور .

ولقد استخدم بعض الباحثين مصطلح " برامج الإبراز " بدلا من " برامج الفيتشر " باعتبار أن هذه البرامج تتطوى على إبراز شخص أو حدث أو مفهوم أو قضية أو فكرة من كافة الوجوه وتقديم صورة متكاملة عنها ، ولكن هذا الاستخدام - برامج الإبراز - غير متداول أو غير مألوف فى الممارسات والنظرية والإعلامية.

وبرامج الفيتشر كقالب إذاعي لم يستقر بعد على تعريف محدد لها ، ولعل ذلك يرجع إلى أن ذاتية المنتج يكون لها دور ملحوظ ، فإذا كان قالب الفيتشر له جانب موضوعي متمثلا فى الالتزام بالحقيقة والمعايير الإذاعية المقبولة فى توصيل الفكرة إلى الجمهور، فإن له جانبا ذاتيا آخر هو ذاتية المسؤول عن البرنامج ، فهذا المسؤول هو الذى يحدد أسلوب أو أساليب توصيل الفكرة ملتزما بالمعايير الإذاعية، غير متقيد بالقوالب الإذاعية المعروفة، ربما تكون هذه المسألة وراء عدم وجود تعريف محدد لقالب الفيتشر كقالب إذاعي (دكتور

بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ٢٨٨) *

فقد عرفه البعض بأنه : شكل إذاعي لا قالب تقليدى له ، وعرفه البعض الآخر بأنه قالب إذاعي ذو شكل درامي ومحتوى وثائقي ، وعرفه البعض

الثالث بأنه " قالب إذاعي يوصل الموضوع إلى المستمع بالإخبار عن هذا الموضوع والتوثيق له والتعليق عليه بواسطة قوالب إذاعية نمطية " .

أما لورانس جليام رئيسة قسم برامج الفيتشر بهيئة الإذاعة البريطانية سابقا فتعرف هذه البرامج بأنها : " فن مزج صدق الحديث بقوة دراما المسرحية ، لكن ليس على غرار مسرحي يستهدف إيجاد الخداع الدرامي بما يخدم غرض المسرحية، وإنما من أجل إقناع المستمع بحقيقة ما يقال حتي ولو كان ذلك فى شكل درامي (٤) إن الذين وضعوا هذه التعريفات لبرنامج الفيتشر يعبر كل منهم على الأرجح إما عن تجربته الخاصة فى إنتاج هذه البرامج، أو عن مفهومه لها، فجاء الاختلاف فى التعريفات بمثابة انعكاس منطقي لواقع الحال، فالقول بأن الفيتشر قالب إذاعي لا شكل تقليدى له قد يعبر عن تجربة شخصية أنتج صاحبها برامج إذاعية بأكثر من أسلوب، والقول بأن الفيتشر قالب ذو شكل درامي ومحتوى وثائقي يعبر عن أن واضع هذا التعريف قد استفاد بتقنيات الدراما والتوثيق فى إنتاج برامج فيتشر بهذا الأسلوب أو أنه لمس بعض برامج الفيتشر التي أنتجت مستفيدة من هذه التقنيات ... وهكذا.

على هذا الأساس يمكن أن نذكر تعريفا صريحا للفيتشر بأنه " قالب إذاعي يعرض المضمون بأسلوب إبداعي تحدده ذاتية المنتج مع الالتزام بالمعايير الإذاعية " ، ومن هذا التعريف لقالب الفيتشر يتضح أن أهم سمات شخصيته الإذاعية تتمثل فى :

(١) إنه يشمل أى شكل يعرض الفكرة ، شريطة أن يكون هذا الشكل مختلفا عن كل الأشكال الإذاعية المعروفة. فكل قالب إذاعي لا تنطبق عليه مواصفات التحقيق الإذاعي مثلا، أو المجلة الإذاعية، أو برنامج المنوعات

... إلخ - هو قالب فينشر، وهذا المقصود " بالإبداعية " في برامج الفينشر - ولعل في ذلك ما يجعل قالب الفينشر يتيح فرصة الإبداع بكل ما تحمله هذه الكلمة من معني ، فالمنتج لا يتقيد بقالب معين، إنما يتقيد فقط بالمعايير الإذاعية سواء كانت هذه المعايير ممثلة في فنية العمل الإذاعي مثل الجاذبية والتشويق والبساطة والوضوح والإثارة .. إلخ أو السياسة الإعلامية للخدمة الإذاعية بما تتضمنه من قواعد برمجية بوجه عام. وفيما عدا ذلك يكون من العبث وضع مواصفات يتعين أن يتقيد بها منتج الفينشر (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ :

٠(٢٨٩

(٢) إن قالب الفينشر تتعدد أساليبه ، فنظرا لأن ذاتية المنتج هي التي تحدد أسلوب عرض الفكرة ، فإنه من المنطقي أن يكون لكل منتج ذاتيته الخاصة وقدراته ومهاراته ومعارفه الاتصالية - أي أن هناك رؤي متعددة ، وبالتالي أساليب متعددة في عرض الموضوع أو الفكرة، وبهذا المعني يصبح قالب الفينشر مجال أمل مستقبلي لتطوير أساليب تقديم البرامج الإذاعية بوجه عام ، وتزداد أهمية هذه المسألة من واقع ما لمسة المؤلف في الممارسة الإذاعية حيث ينزع بعضها إلى تضمين بعض الأشكال التقليدية أساليب مبتكرة، ليس في اتجاه " مسخ " وتشويه هذه الأشكال التقليدية، ولكن في اتجاه تطويرها وتجويدها دون التقيد بما كان متعارفا عليه من ثوابت ترتكز عليها تلك الأشكال لقد جاء عدم التقيد بهذه الثوابت بمثابة الانتقال بالشكل التقليدي من الجمود إلى الحركة ، ومن التقيد إلى الابتكار، ومن الديماجوجية والنمطية في بعض الأحيان إلى الاستنارة والإبداع، لقد عبرت هذه الفكرة عن نفسها بصورة عملية في بعض الأساليب المتبعة بالأشكال التقليدية ، فجاءت هذه الأشكال

أجمل كثيرا وأشد وجاذبية عما كانت عليه فى حالة التمسك الأعمى بما طالعتنا بع بعض الأدبيات من قواعد وضعت فى سالف العصر والأوان، عصر لم يكن فيه هذا التعدد الهائل من الرسائل الإعلامية المتاحة للجمهور من مصادر قد وجد بعد ولم تكن فيه هذه المناقشة الهائلة على اجتذاب الجمهور من قبل هذه المصادر .

ليس هذا بالطبع تقليلا من شأن القوالب الإذاعية التقليدية وإنما هو بمثابة تأكيد لفكرة هامة ، وهي أن هذه القوالب قابلة للتطوير بل إنها يجب أن تكون كذلك بالفعل ، وأن الذات الإنسانية المبدعة بإمكانها ابتكار أساليب جديدة فى إطار ما هو متعارف عليه من قوالب إذاعي، وكذلك ابتكار قوالب إذاعية جديدة تماما خارج هذا الإطار. إن هذا المفهوم لبرامج الفيتشر يثير سؤالا فى منتهي الأهمية هو : إذا كان الفيتشر الإذاعي قالبا لا نمط محدد له ، فكيف يمكن إنتاج مثل هذه الشكل ؟ وفى حالة تحديد كيفية إنتاجية، ألا يتناقض ذلك مع خاصية عدم وجود أسلوب محدد ؟ لا شك أن كيفية الإنتاج ستختلف من حالة إلى أخرى ، وفى هذا الاختلاف ما يجعل الشق الثاني من السؤال لا مبرر له. وسوف نوضح فيما يلي العناصر العامة التي تفيد فى إنتاج بعض أشكال الفيتشر، وتقربها إلى أذهان الدارسين والممارسين (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ :

٢٩٠)

ثانيا : إنتاج برامج الفيتشر :

تحدد خطوات إنتاج الفيتشر فى تحديد الموضوع والهدف من تناوله ، التخطيط والبحث الاستطلاعي ، إعداد التصور المبدئي ، جمع البيانات ، توزيع الأدوار ، الإعداد النهائي، وقد يتشابه الفيتشر فى ذلك مع البرنامج

***** تدريبات إذاعية *****

التسجيلي ، غير أن مجال التركيز الأساسي في البرنامج التسجيلي يكون على جمع البيانات الخاصة بالموضوع وتوصيلها علي حقيقتها، أما التركيز في برنامج الفيتشر فيكون علي أسلوب " توصيل الموضوع - ليس كما هو تماما في الحقيقة - وإنما من خلال الرؤية الإبداعية الذاتية للمنتج ، وتنصب هذه الرؤية على أمور متعددة مثل كتابة النص، تحديد تسلسل أو خط مترابط وقوى بين عناصر الموضوع وتوضيح نتائج الأحداث بطريقة درامية، وكيفية تناول الحقائق المعروفة ولكن بأسلوب يثير حب استطلاع الجمهور لمتابعة البرنامج .. وهكذا.

وعندما توضع الخطوات السابقة موضع التنفيذ ، فإن منتج برنامج الفيتشر يتعامل عادة مع خمسة عناصر أساسية في إعداد المضمون وعرضه، هذه العناصر هي : الوثيقة الأصلية ، الوثيقة المنتجة ، البعد الصوتي (الكلام المنطوق + المؤثرات الصوتية) ، الموسيقى ، توزيع الأدوار (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ٢٩١) .

فالوثيقة الأصلية يقصد بها المادة المتاحة عن الموضوع وخصائصها من حيث العمق والشمول والمعلومات التي تتضمنها وأوعية وجودها كأن تكون تسجيلات صوتية، أو مادة مطبوعة، أو رسوما وخرائط أو غير ذلك من أشكال الإيضاح، ويؤثر تحديد الوثائق الأصلية الخاصة بالموضوع تأثيرا كبيرا في برنامج الفيتشر سواء من حيث وقت الإنتاج، أو وقت الحلقة وأساليب التقديم، كما أنه يؤثر فيما يعرف " بالوثيقة المنتجة " أي المادة التي يقوم المسؤول عن برنامج الفيتشر بإنتاجها سواء من حيث المضمون أو أسلوب التقديم، ويتم إنتاج ما اصطلح على تسميته بالوثائق المنتجة في برنامج

***** تدريبات إذاعية *****

الفييتشر وفق أحداث حقيقية خاصة بالموضوع أو الفكرة أو الشخص الذى تتناوله الحلقة، فإذا كانت الحلقة تتناول ضمن أجزائها مثلا رد فعل شخصية معينة تجاه موقف ما حسبما تدل على ذلك الوثيقة الأصلية ، فإن منتج الفييتشر يتخيل هذا الرد ويتم تسجيله ليقدّم كجزء من الحلقة، قد يكون هذا الجزء فى صورة تليفزيونية أو قولاً مأثوراً، أو موقفاً درامياً أو غير ذلك ، فالمنتج هنا يعمل على أن يضع المستمع فى السياق الحقيقى للأحداث من خلال تطويع إمكانيات الراديو والاستفادة من عناصر الفنون الدرامية مثل الأسلوب الحوارى، الكلمة الشاعرية، الطابع الدرامى ، وذلك لتقديم مضمون من واقع الحياة من أجل إثارة حاسة التخيل لدى المستمع بدرجة أكبر مما لو اقتصر الآخر على تقديم الأحداث الحقيقية فى إطارها الجاف ، أى مجردة من الرؤية الإبداعية الذاتية للمنتج فالمزج بين اللقطات الخاصة بحدث معين مع الأصوات الملائمة ترسم صورة حقيقية للحدث كما هو من حيث قضاياه وموضوعاته وظروفه الواقعية، بالإضافة إلى تبسيط أو تكثيف الإطار الزمنى واختصاره، فإننتاج برنامج فييتشر مدته ربع ساعة عن موضوع استغرق أكثر من عام مع وضع الأحداث فى سياقها الحقيقى اعتماداً على الرؤية الإبداعية للمنتج يمثل انطباعاً روائياً عن الحقيقة، أما بالنسبة للبعد الصوتى - العنصر الثالث - فإن المقصود به الحوار أو الحديث وما يرتبط بذلك من مؤثرات صوتية تستخدم لجعل الحلقة البرمجية أقرب إلى الحقيقة وتثير حاسة التخيل لدى المستمع فبرنامج الفييتشر يعتمد على لقطات صوتية أى تسجيلات مع أشخاص، ويوجد بين هذه الفقرات " نص إذاعي " تجسد صياغته اللغوية مبدأين أساسيين: الأول هو استخدام الأساليب العاطفية فى توصيل المضمون،

الثاني : النفاذ إلى عمق الفكرة ، ومن هنا كانت فكرة أن الربط بين الفقرات المسجلة صوتيا فى برنامج الفيتشر يتطلب إمكانيات لغوية هائلة لدى كاتب النص ، بحيث يطوع هذه الإمكانيات " أدبيا " كلغة شاعرية تنفذ إلى قلوب الجمهور دون أن يخل ذلك بمواصفات اللغة الإذاعية من البساطة والدقة والوضوح. (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ٢٩٢) •

ثم تأتي المؤثرات الصوتية – كأحد جوانب البعد الصوتي في برنامج الفيتشر – لتنضي نوعا من التلقائية على المضمون وتجعله إلى الحقيقة أقرب ، وهذه هي الأخرى تتطلب وصفا إبداعيا من خلال النص المكتوب حتي تؤدي دورها ، فبرنامج فيتشر عن تلوث مياه النيل مثلا، قد يتضمن وصفا لمجموعة من أصحاب المصانع المخالفة التي تلقي بمخلفاتها في مياه النيل ، وتم القبض عليهم وهم الآن رهن الاحتجاز بقسم الشرطة، ويستجوبا لضباط أحدهم فى الوقت الذى يتحدث فيه الآخرون مع بعضهم البعض فى حوار ساخن ، صاحب المصنع مع المسؤول عن التخلص من النفايات، كل منهما يحاول أن يلقي المسؤولية على الآخر ، وفى هذه الأثناء يفتح باب الغرفة ضابط آخر ، وفى هذه الأثناء يفتح باب الغرفة ضابط آخر ويغلق الباب وراءه بشدة ويخبر الضابط الذى يستجوب المتهمين أن العربة جاهزة للانتقال إلى موضوع المخالفة، يخرج الجميع، وتطلق عربة البوليس " سارينتها المعروفة " متجهة إلى المصانع المخالفة، أصوات المصانع وإلقاء المخلفات تظهر بوضوح ، فى كل ذلك نجد أن المؤثرات الصوتية رغم قلتها أضافت بعدا حقيقيا للموضوع ، من هذه المؤثرات صوت فتح باب الغرفة وإغلاقه، أصوات الآلات فى

المصانع ، خربير المياه الملوثة تلقي في النيل ، ويتدعم دور المؤثرات الصوتية من خلال نص وصفي إبداعي (بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ٢٩٣) .

ثالثا : استخدام الموسيقى في برامج الفيتشر :

أما بالنسبة للموسيقى من حيث استخدامها في برنامج الفيتشر فإن هناك توجهها يعارض هذا الاستخدام دون أن يبدي أي مبررات لذلك . وفي المقابل هناك رأى آخر يرى أن الموسيقى من مكونات الفيتشر للتخفيف من جفافه وتوضيح وقائع موصوفة لفظيا، وإن كان هذا الرأي يحذر من المغالاة في استخدام الموسيقى أو استخدامها في برنامج الفيتشر لمجرد الوقت .

والواقع أنه لا يمكن بحال من الأحوال - منع استخدام الموسيقى في برنامج الفيتشر طالما أنه من المعروف عدم وجود قالب ثابت أو شكل ثابت لمثل هذه البرامج، كما أن القول بعدم جواز استخدام الموسيقى في برنامج الفيتشر لا يوجد له مبرر واحد ، أضف إلى ذلك أن الموسيقى من عوامل الجذب الأساسية للبرامج الإذاعية، وبالتالي يتعين توظيفها بقدر المستطاع حتي يمكن لهذه البرامج إحداث التأثير المطلوب ، فكل ما يجعل البرنامج الإذاعي أكثر جذبا وتشويقا لابد من استخدامه سواء كان موسيقي أو غيرها.

والموسيقي - خاصة الموسيقي التصويرية - كثيرا ما تصبح من ألزم ما يكون لبرامج الإذاعة ، بل ويتوقف عليها إلى حد ما نجاح العمل الفني سواء في الإذاعة المرئية أو الصوتية، ولكنها بطبيعة الحال تستخدم في الإذاعة الصوتية أكثر من الإذاعة المرئية ، والمؤلف في الموسيقي التصويرية يكون معتمدا علي وصف مشهد أو قصة أو إحساس خاص أو عاطفة تجيش في نفسه أو تلاحق بعض الحوادث فإذا كنا بصدد إنتاج برنامج فيتشر يتضمن

***** تدريبات إذاعية *****

مثل هذه المشاهد أو القصص أو الأحداث ، أو يتناول شخصية ذات إبداع موسيقي يكون من الضروري استخدام الموسيقي لتوصيل الفكرة إلى المستمع. وفي البرامج الإذاعية الهادفة إلى مقاومة تلوث البيئة والتوعية بمخاطرة ، يمكن تطوير الموسيقي لتزيد فعالية هذه البرامج من خلال حسن الانتقاء والحرص علي أن تكون ذات دلالة للموضوع، فموسيقي النهر الخالد مثلا يمكن أن تستخدم في بعض برامج الإذاعة التي تتناول مشكلة تلوث النيل ، كما يمكن استخدام المزمارة مثلا - كطابع مميز لبيئة الصعيد في جمهورية مصر العربية إذا كنا بصدد إنتاج حلقات البرامج الإذاعية التي تتناول تلوث مياه النيل نتيجة الممارسات البيئية الخاطئة في الصعيد. (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ٢٩٤) •

ولا يقتصر استخدام الموسيقي في برامج الفيتشر على الموسيقي الخالصة إنما يشمل المادة الغنائية ذات الدلالة للموضوع .

وقد تتضمن نفس الحلقة بعض كتابات المصريين القدماء التي وصلت إلى حد " تقديس النيل " ثم استخدام كل ذلك في إبراز " التناقض " الذي تجسده الممارسات البيئية الخاطئة ممثلة في تلوين مياه النيل بأكثر من أسلوب ، والهدف في إبراز هذا التناقض هو " الإقناع" - إقناع الناس بضرورة المحافظة علي النيل ، فالفكرة السابقة تقول لهم : أين نحن من القدماء المصريين - أجدادنا - الذين كانوا يقدسون النيل ؟ وأين نحن من نعمة الله علينا - ممثلة في النيل ؟ وأين نحن مما حققه لنا النيل من مجد وحضارة ، ورسخ في أنفسنا صفات اجتماعية إنسانية ظلت باقية إلى الأبد بقاء النيل الخالد ؟ (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ٢٩٥) •

رابعا : تقنية توزيع الأدوار :

وتعد تقنية توزيع الأدوار أهم التقنيات التي يجب أن يحسنها منتج برنامج الفيتشر إذا ما كانت الحلقة تقدم الفكرة بأساليب متعددة ويشترك فيها أفراد كثيرون ، ويقصد بهذه التقنية اختيار الشخص المناسب لأداء جزء معين من الحلقة، قد يكون الجزء في صورة " حديث ذاتي " لإحدي الشخصيات ، عن فكرة معينة ، وقد يكون هذا الجزء حوارا نصف درامي يجسد موقفا معينا، وقد يكون نصا مكتوبا يتطلب مهارات أداء يرى منتج الفيتشر أن هذا الشخص أو ذلك هو الأقدر والأنسب على تجسيد الأداء المطلوب. توزيع الأدوار في برنامج الفيتشر إذن ليس المقصود به توزيع مقاطع النص المكتوب علي صوتين ليلقي أمام الميكروفون كما في الحال في التحقيق الإذاعي مثلا ، وإنما المقصود إكساب الأداء طابعا معينا بتنوع المضمون في إطار الحلقة البرمجية ، واختيار الشخصيات القادرة علي هذا الأداء.

في إطار هذه العناصر يبدأ منتج الفيتشر بإعداد تصور مبدئي لهيكل الحلقة البرمجية ويكون هذا التصور مكتوبا ومتضمنا تفاصيل الحلقة منذ البداية، مروراً بالمكونات أو الأجزاء من حيث مضمون وأسلوب كل جزء بما في ذلك المؤثرات الصوتية والموسيقى وفقرات الربط (النص) ويصاحب إعداد هذا التصور المبدئي فحص الإمكانيات البشرية التكنولوجية اللازمة للإنتاج ، وإن كانت مثل هذه الإمكانيات تكون معروفة غالبا ويتحرك في إطارها المنتج ، وما إن يتم الحصول علي المادة المطلوبة وتقييمها وتحديد أساليب الأداء وتجهيز إمكانيات التسجيل حتي تبدأ مرحلة أخرى هي مرحلة التسجيل وإجراء

ما يلزم من مونتاج ثم إعداد الحلقة في صورتها النهائية بحيث تكون جاهزة للإذاعة.

خامسا : استخدام اللقطات الصوتية :

من سمات قالبها لفيثشر اعتماده علي لقطات صوتية مع الشخصيات ، وفي حالي اقتصار حلقة الفيثشر علي النص المكتوب واللقطات الصوتية يتوزع الوقت الكلي لها بواقع الثلثين لهذه اللقطات والثلث الباقي للنص المكتوب ، ويتضمن النص الذي من خلاله تقدم اللقطة الصوتية - وصفا إبداعيا بلغة مؤثرة لما يحمله مضمونها من انطباع عام ، كما يتضمن التعريف بمكان اللقطة وشخصية المتحدث إلا في بعض الحالات التي يطلب فيها المتحدث عدم ذكر اسمه، والمتخصصون أو المسؤولون يتم التعريف بأسمائهم ووظائفهم مرة واحدة فقط في أول لقطة صوتية لهم ، أما إذا ظهر مرة ثانية في نفس الحلقة يتم ذكر وظائفهم فقط لأن التكرار المستمر للأسماء والألقاب يسبب الملل للمستمعين ويسلب البرنامج حيويته، وفي بعض برامج الفيثشر يتم استخدام ما يسمى " بالومضات الصوتية السريعة " وهي عبارة عن عدة جمل أو عبارات ذات مغزي معين يتم الحصول عليها من اللقطات الصوتية التي تم تسجيلها ، ثم ترتيب هذه الجمل والعبارات لتقدم متتالية لهدف معين قد يكون إظهار التناقض في الآراء ، أو طرح أفكار متعددة أو تأكيد فكرة معينة حسب رؤية المسؤول عن البرنامج - في هذه الحالة لا يتم التعريف بأسماء أو وظائف المتحدثين (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ٢٩٦) ، والمثال الآتي قد يوضح هذه الفكرة.

المذيع : إذاعة " صوت الجامعة " تقدم

***** تدريبات إذاعية *****

مؤثر صوتي : صوت مدخنة لمصنع أسمنت مع (Fade out)

المذيع : بين الصحة والبيئة

مؤثر صوتي : صوت لسيارة إسعاف (Fade out)

لقطة صوتية (١) الدخان هنا يتخفقنا معظم الوقت

لقطة صوتية (٢) تراب الأسمنت بي يغطي ورق الشجر والنبات في المزرعة بتعتي.

لقطة صوتية (٣) بخاف أنشر الغسيل لأن الأسمنت بيتراكم عليه.

لقطة صوتية (٤) بمجرد ما أفتح البلكونة أو الشباك ألاقى البيت اتملي غبار.

لقطة صوتية (٥) تراب الأسمنت ممكن يغطي وش الواحد وهدومه لومشي في الشارع دقائق.

المذيع : هذا قليل من كثير عبر عنه سكان المناطق القريبة من مصانع الأسمنت بمنطقة حلوان ، وهذه الآراء رغم خطورتها على الحياة اليومية العادية، إلا أن وراءها ما هو أشد خطرا علي الصحة العامة. (دكتور بركات عبد

العزیز : ٢٠٠٠ : ٢٩٧) *

فاللقطات الصوتية السابقة ، جاءت في صورة جمل سريعة علي لسان المواطنين الذين يتضررون من الأتربة المتصاعدة باستمرار من مصانع الأسمنت المقامة بمنطقة حلوان ، وهي إذا كانت جزءا من برنامج " فينشر " إلا أن منتج البرنامج لم يذكر أسماء ووظائف المتحدثين ، لأن الهدف من هذه اللقطات بالشكل والترتيب المشار إليه يتحدد في إظهار المواطن العادي في حياته اليومية من الأتربة المتصاعدة من مصانع الأسمنت .

***** تدريبات إذاعية *****

وتتعدد أساليب تعامل الفيتشر مع الومضات الصوتية السريعة، فقد تكون بينها فواصل موسيقية بسيطة سريعة الإيقاع، وقد يتم عمل فقرة ربط بسيطة لكل منها بهدف إظهار معني معين مثل :

المذيع : غير أن أخطر ما تحدثه أترية الأسمنت هو أنها تهدد الحياة النباتية التي تخرج الأكسجين اللازم لحياة الإنسان يقول أحد المزارعين .
لقطة صوتية : تراب الأسمنت يغطي كل ورق الأشجار والنباتات فى مزرعتي .

المذيع : ومن الواضح أيضا أن ربات البيوت لم يسلمن من مخاطر تراب الأسمنت ، تقول إحدى السيدات :

لقطة صوتية : بخاف أنشر الغسيل لأن تراب الأسمنت بيتراكم عليه ويوسخه ثاني

المذيع : وتقول أخرى :

لقط صوتية : بمجرد ما أفتح البلكونة أو الشباك البيت يتملي تراب .

وقد تستخدم الومضات الصوتية السريعة لإظهار الاختلاف في الآراء حول مسألة معينة بما يضيفي الإثارة والحيوية علي البرنامج ويثير حب الاستطلاع مثل :

لقطة صوتية (١) نسبة تركيز الرصاص في هواء القاهرة أعلي من المعدلات العالمية

لقطة صوتية (٢) ده كلام مبالغ فيه ، وغير صحيح بالمره .

المذيع : فهناك احتمالات تأثير مشكلة التلوث علي الصحة وخاصة أن تصاعد الغازات الخانقة تسبب أمراض كثيرة في مقدمتها مرض تحجر الرئة

***** تدريبات إبداعية *****

الصياغة اللغوية لهذه الفقرات والنص الإذاعي لبرنامج الفيتشر بصفة عامة هو أن تعبر هذه الفقرات عن تفاعل " وصفي إبداعي " بين مقدم البرنامج وبين المتحدثين في اللقطات الصوتية ، ليس من خلال الحوار ولكن من خلال الوصف المؤثر لمضمون هذه اللقطات " والمؤثر " هنا هو ذلك النص

الذى يقوم علي الصياغة اللغوية المعبرة . (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ٢٩٩) •

إن التفاعل الحادث فيه هذه الحالة من متطلبات إدماج المستمع في الموضوع محل التناول من خلال إثارة خياله ، كما أن الوصف المعبر لمضمون اللقطة الصوتية ، مع إبراز الصراع والتناقض في الآراء حول القضية المطروحة يضيف الطابع الدرامي علي برنامج الفيتشر ، إنه طابع درامي من نوع خاص يميز هذا البرنامج عن غيره من الأشكال الإبداعية، بالإضافة إلى سرعة الإيقاع وسلاسة الانتقال من فقرة إلى أخرى ، والتوظيف الجيد للمؤثرات الصوتية كل هذه الأمور تتأثر بالقدرة الإبداعية للمسؤول عن برنامج الفيتشر ، ولما كان الأفراد يختلفون في قدراتهم الإبداعية فإنهم يختلفون أيضا فيما ينتجونه من أعمال فنية بحيث تتفاوت هذه الأعمال من حيث المستوى ، ومن حيث أسلوب المعالجة من منتج إلى آخر ، ومن هنا يتضح الجانب الذاتي في برنامج الفيتشر ومن هنا أيضا يمكن أن نلتمس نوعا من العذر لمن حاولوا تعريف الفيتشر بقولهم : " إنه شكل إذاعي غير ثابت الملامح وإن كان يلتزم بمعايير الأداء الإذاعي . (دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ٣٠٠) •

سادسا : بناء الفيتشر :

تتنوع بدايات برنامج الفيتشر ، فقد تبدأ الحلقة بداية تقليدية من حيث التعريف باسم المحطة، واللحن المميز واسم البرنامج ، وقد تبدأ بمؤثر صوتي يعبر عن

***** تدريبات إذاعية *****

مضمون الحلقة ثم مجموعة من الومضات الصوتية ، ثم اسم البرنامج يعقبه نص إذاعي قصير ، وبصفة عامة ، فإن برنامج الفيتشر تتعدد أساليب بداية حلقاته باعتبار أن ذلك يتوقف علي شخصية المنتج.

أما بالنسبة للجزء الأول الذى يلي بداية البرنامج - فيتعين أن يتضمن المعلومات الثقيلة ، أو الهامة ، مع تطويع كل إمكانيات الإذاعة في اتجاه جذب المستمع وخاصة أن درجة الانتباه تبدأ في الانخفاض بعد مضي حوالي ٥ إلى ٧ دقائق من بداية الاستماع ، وبالتالي يتعين علي منتج البرنامج استخدام إمكانيات الإذاعة للمحافظة علي انتباه المستمع ، أما بقية أجزاء برنامج الفيتشر فإنها تكون ذات إيقاع سريع من حيث الانتقال بين اللقطات الصوتية والنص ، وهذه الأجزاء تتضمن عادة الأفكار الأقل أهمية عن الأفكار التي يتضمنها الجزء الأول .

وقبل نهاية البرنامج ن توضع معلومة ، أو قضية أو فكرة أو رأى علي درجة كبيرة من الأهمية يكون المسؤول عن البرنامج قد احتفظ بها خصيصا كمفاجأة تجذب انتباه المستمع وتظهر حرفيه هذا المسؤول لو أظهر من خلال بعض فقرات البرنامج أن هناك مفاجأة هامة في نهاية الحلة ، لأن هذا عامل مساعد في جذب انتباه المستمع والمحافظة عليه(دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ٣٠١

(٠

أما عن الأداء أو التقديم ، فإن قراءة النص وفقرات الربط يفضل أن يقوم بها شخص واحد ، لأن كثرة الأشخاص هنا تؤدي إلى نوع من اللخبطة بين اللقطة الصوتية والنص. أما إذا كان هناك ضرورة لأن يقدم البرنامج شخصان فيتعين أن يقوم بذلك مذيع ومذيعه علي أن يقوم المذيع بإلقاء النص السابق

***** تدريبات إذاعية *****

واللاحق لتسجيلات الأصوات النسائية، بينما تقوم المذيعة بإلقاء النص السابق واللاحق لأصوات تسجيلات الرجال ، ويكون ذلك من خلال توزيع فقرات النص علي مقدمي البرنامج توزيعا واعيا ومتناسبا ، ومن الأخطاء الشائعة تقديم برنامج الفيتشر بواسطة اثنين من المذيعين (الرجال) أو اثنتين من المذيعات (النساء) مع عدم صياغة فقرات الربط بين اللقطات الصوتية بما يميزها عن النص، فيختلط الأمر في ذهن المستمع بين ما إذا كان الكلام المنطوق صوت المذيع / المذيعة أو صوت الضيف المتحدث في البرنامج.

تصور مبسط لحلقة من برنامج فيتشر عن تلوث الهواء في القاهرة الكبرى :
نعرف فيما يلي مثلا مبسطا لحلقة من برنامج فيتشر يعتمد فقط علي اللقطات الصوتية وفقرات الربط، وبالإضافة إلى موسيقي اللحن للبرنامج (التتر) وهذا المثال لا يمثل نمطا ثابتا للفيتشر، لأنه كما سبقت الإشارة ليس هناك مثل هذا النمط، وإنما تتعدد أساليب الفيتشر وفق الرؤية الذاتية للمنتج وعلى الرغم من أن المثال الآتي يتناول مشكلة تلوث الهواء في القاهرة اعتمادا علي اللقطات الصوتية وفقرات الربط ، إلا أنه من الممكن تناول نفس المشكلة بأساليب متعددة سواء بالاعتماد علي اللقطات الصوتية وفقرات الربط فقط، أو بالاعتماد علي وسائل عرض وتقنيات أخرى(دكتور بركات عبد العزيز : ٢٠٠٠ : ٣٠٢ : ٣٠٦

(٠٠

المذيع : إذاعة خدمة المجتمع من القاهرة تقدم

موسيقي سريعة الإيقاع ثم Fade out

المذيع : صحتك والبيئة

نفس الموسيقي السابق ثم Fade out

***** تدريبات إذاعية *****

المذيع : هل يستغني أى منا عن الهواء ؟ لعنا جميعا نعرف المصير المحتوم للإنسان إذا توقف تنفسه دقائق معدودات ، إن الهواء نعمة الله على الإنسان والنبات وسائر الكائنات الحية، وقد ارتفعت الأصوات أخيرا في أنحاء العالم تحذر من تفاقم مشكلة تلوث الهواء بدرجة تهدد حياة الكائنات الحية علي سطح الأرض وفي مقدمتها الإنسان ، وتفيد التقارير الموثوق فيها بأن القاهرة تأتي في مقدمة مناطق العالم الأكثر تلوثا، حول أبعاد هذه المشكلة يقول خبير شؤون البيئة :

لقطة صوتية : كانت بداية المشكلة فى الخمسينيات ثم وصلت إلى صورتها المتفاقمة حاليا ففي تلك الفترة أقيمت مصانع عديدة في منطقة شمال القاهرة وصل عددها إلى ١٠٠٠ مصنع بالإضافة إلى آلاف الورش ، في هذا الجو الصناعي المعقد تتصاعد كميات هائلة من غاز الكربون وثاني أكسيد الكبريت وأكاسيد الحديد والماغنسيوم والزنك وفي جنوب القاهرة من طره شمالا حتي التبين جنوبا توجد صناعة الأسمنت وما ينتج عنها من أتربة دقيقة وكثيفة، بالإضافة إلى الأدخنة المنبعثة من مصانع الحديد والصلب والكوك والكيماويات ومحطات الكهرباء التي تستخدم الفحم في توليد الطاقة، وقمائن الجير وغيرها - كل هذه الغازات والأدخنة والأتربة تلوث الهواء بما يهدد صحة الإنسان.

المذيع : وهناك بعد آخر لمشكلة تلوث هواء القاهرة بدرجة خطيرة ، وهذا ما يوضحه الدكتور أستاذ الفيزياء بجامعة القاهرة بقولة :

لقطة صوتية : عادم السيارات ، فقد بلغ عدد السيارات التي تسير يوميا في شوارع القاهرة حوالي ١.٥ مليون سيارة وينطلق منها غازات سامة مثل أول

***** تدريبات إذاعية *****

أكسيد الكربون والرصاص وثاني أكسيد الكبريت والهيدروكربونات بالإضافة إلى الأتربة والغازات الناتجة عن عمليات الإنشاء والحفر المستمرة وحرق القمامة ، كل هذه العوامل جعلت مشكلة تلوث الهواء في القاهرة الكبرى تتجاوز المعدلات المسموح بها عالياً.

المذيع : ولكن ما معني أن معدلات تلوث الهواء في القاهرة تتجاوز الحدود المسموح بها دولياً؟ وما هي هذه المعدلات المسموح بها دولياً؟ الدكتور / سعيد العربي خبير شؤون البيئة بالأمم المتحدة يلقي الضوء علي هذا الموضوع بقوله :

لقطة صوتية أولاً : هناك مبالغة فيما يتعلق بتلوث هواء القاهرة ، صحيح أن هناك تلوث ولكنه لم يتعد الحدود المسموح بها إطلاقاً ، فمعدل تلوث هواء القاهرة بغاز أول أكسيد الكربون بلغ ٨٠٠٠ ميكروجرام سنوياً في المتر المكعب بينما الرقم المسموح به دولياً هو ١٠ ميكروجرام.

ثانياً : مصانع الأسمنت المقامة جنوب القاهرة تتصاعد منها أتربة الأسمنت بنسبة معينة من الإنتاج الكلي للمصانع، وهذه النسبة تقل عن معدلات المسموح بها دولياً.

ثالثاً : لكن الأتربة العالقة في هواء القاهرة تتراوح ما بين ٢٥٠ ، ٢٥٣ ميكروجرام في المتر المكعب سنوياً بينما الحدود المسموح بها عالياً تتراوح ما بين ١٥٠ و ٢٣٠ ميكروجرام ، وهذا هو المصدر الخطير للتلوث.

رابعاً : نسبة تركيز الرصاص في هواء القاهرة تبلغ ١٤.٩ ميكروجرام في المتر المكعب بينما المسموح به عالياً هو ١.٥ ميكروجرام ، وهذا مصدر آخر للتلوث.

***** تدريبات إذاعية *****

المذيع : وهل في ذلك من مخاطر حقيقية علي صحة الإنسان ؟ وما هي الأمراض التي يتسبب فيها تلوث الهواء ؟ وكيف نقي أنفسنا ؟ معنا الآن الدكتور أستاذ الصدر والقلب ليحسم لنا الإجابة علي هذه التساؤلات :

لقطة صوتية : تصاعد الأدخنة الخائقة والأتربة والغازات السامة خاصة غاز ثاني أكسيد الكربون يمنع وصل الأوكسجين بكميات كافية إلى الدم ، كما أن غاز ثاني أكسيد السيلكون يتسبب في مرض تحجر الرئة ، بينما يتسبب غاز ثاني أكسيد الكبريت في أمراض خطيرة بالرئة ، وقد كان هذا الغاز يستخدم في الحروب حتي وقت قريب وكان يسمى " حارق الرئة " كما أن تراب الأسمت المتصاعد من المصانع باستمرار يمكن أن يؤدي إلى الإصابة بسرطان الرئة وأمراض الشرايين والالتهابات الرئوية ، وحساسية الصدر والعين

المذيع : ولكن كيف نقي أنفسنا شر هذه الأمراض ، وخاصة أن الهواء الذي نستشقه ملوث؟ عن هذا السؤال يجيب أستاذ الصدر والقلب بقوله :

لقطة صوتية : في البداية يجب القضاء علي مصادر التلوث وهذه مسؤولية تقع علي عائق الأجهزة المعنية في الدولة، والتي بدأت بالفعل في اتخاذ إجراءات للحد من التلوث، وفي الوقت نفسه لابد من مشاركة المواطنين وتجاوبهم مع هذه الجهود ، ولما كان من الصعب تجنب مخاطر تلوث الهواء بالذات فإن أقصي ما يمكن عمله هو تركيب ستائر داكنة علي الشبائيك والبلكونات ، والعناية بتربية النباتات في المنزل وزراعة الأشجار حوله قدر الإمكان، ووضع القمامة في أكياس بلاستيكية محكمة الإغلاق مع عدم حرقها

***** تدريبات إذاعية *****

في الشوارع والحرص علي النظافة العامة كل ذلك يدعم الجهود المتواصلة التي تقوم بها أجهزة الدولة للحد من التلوث.

المذيع : رغم أن مخاطر تلوث الهواء في الهواء بالقاهرة الكبرى تتزايد في بعض المناطق الصناعية ، إلا أن هذه المخاطر لا تقلت منها المناطق الأخرى، فالتلوث الهوائي ينتشر في اتجاهات مختلفة ، علاوة علي وجود مصادر تلوث في المناطق غير الصناعية كعادم السيارات ، أو نتيجة حرق القمامة مثلا، وقد لمس ميكروفون البرنامج عمومية مشكلة التلوث أثناء تجواله في منطقة حلوان (حيث المصانع وتساعد أترية الأسمنت) وفي منطقة حلوان (حيث المصانع وتساعد أترية الأسمنت) وفي منطقة وسط المدينة حيث تكثر السيارات وما تنفثه من عوادم .

يقول بعض مواطني حلوان :

لقطة صوتية : ١- ألبس قميص أبيض نظيف وأخرج به وأمكث في الشارع لمدة نصف ساعة فقط ، إذا وضعته في الماء ستجد أن الماء قد أصبح أسود اللون.

لقطة صوتية : ٢- أنا بتصور إذا وزنت نفسي قبل الخروج من المنزل وبعد رجوعي سأجد أن وزني زاد عدة كيلو جرامات بسبب ما يتراكم علي راسي وملابسي من أترية.

لقطة صوتية : ٣- حاولت زراعة نباتات في المنزل ، وأشجار حوله لكن تراب الأسمنت - يغطي الأوراق وتموت الأشجار .

لقطة صوتية : ٤- إذا نظفت الشقة وتركت الشبابيك مفتوحة لمدة ساعة واحدة سنجد أنها امتلأت بالتراب.

***** تدريبات إذاعية *****

لقطة صوتية : ٥- نضطر في عز الحر إلى إغلاق النوافذ حتي لا تهاجمنا جيوش الغبار.

المذيع : هذا بعض ما عبر عنه أهالي منطقة حلوان فماذا يقول ساكني منطقة وسط البلد.

لقطة صوتية : ١- مش الضوضاء بس اللي مسببة المشكلة ، عادم السيارات جاب لي حساسية في الصدر..

لقطة صوتية : ٢- اضطررت إلى عمل حواجز زجاجية للبلكونة حتي لا يقتحم الشقة السناج الأسود نتيجة عادم السيارات .

لقطة صوتية ٣- لدى إحساس بأن الهواء هنا ثقيل في تنفسه عكس الهواء المريح النقي - إذ خرجت إلى الأقاليم .

لقطة صوتية : ٤- حجزت شقة في مدينة ٦ أكتوبر وسوف أعزل فيها فورا بعد أن أصبحت مشاكل الغبار والضوضاء هنا لا تطاق.

المذيع : كان هذا ما عبر عنه سكان منطقة وسط البلد لمشكلة واحدة وإن اتخذت مظاهر متعددة ، المشكلة واحد في خطورتها والمعاناة منها ، وإذا كانت أجهزة الدولة تقوم بمواجهة الممارسات الخاطئة بما لها من آثار فادحة علي صحة الإنسان ، فإن مسؤولية المواطن العادي لا تقل أهمية عن مسؤولية الدولة ، لكن هل نسهم نحن المواطنين في إيجاد المشكلة ، وما هو دورنا الإيجابي في مواجهتها ؟ وما هي الإجراءات التي اتخذتها الدولة ؟ هذه التساؤلات موضوع الحلقة القادمة من البرنامج.

موسيقي سريعة الإيقاع Fade out

المذيع : إلى اللقاء في حلقة قادمة مع

موسيقي سريعة الإيقاع ثم Fade out

المذيع : صحتك والبيئة

موسيقي سريعة الإيقاع ثم fade out

الفصل السادس

برامج البث المباشر

كانت الإذاعة فى مراحل نشأتها الأولى تقدم جميع موادها وفقراتها من أخبار وموسيقى وبرامج على الهواء مباشرة . ثم دخلت طورا جديدا من حياتها عندما اخترعت الأشرطة وأجهزة التسجيل ، وعندما زودت هذه الأجهزة بإمكانيات المونتاج . وعندئذ تحولت معظم البرامج من البث الحي على الهواء إلى البث المسجل من شريط . ولم يستثنى من ذلك إلا البرامج والفقرات ذات الطابع الآتى مثل الأخبار والتقارير الإخبارية ، ومواد الربط على الهواء والإذاعات الخارجية .

فى السنوات الأخيرة ، حاولت الإذاعية تطوير أدائها فى مواجهة تحديات القنوات الفضائية ، والإنترنت خوفا من انكماش قاعدة مستمعيها ، وكان من بين خططها فى التطوير ابتكار أفكار لبرامج تبث على الهواء مباشرة تحت العديد من المسميات والعناوين .

وتكاد برامج البث المباشر تقترب من شكل برامج العروض الكلامية Talk Show ولكن بدون حضور جمهور ، الذى يعتبر وجوده شرطا أساسيا فى برامج الـ Talk Show والبث المباشر عبارة عن فترة مفتوحة على الهواء يستضيف فيها المذيع المحاور بعض الشخصيات ذات الصلة بالموضوع

***** تدريبات إذاعية *****

المطروح للنقاش ، ويكون أستوديو الهواء مجهزاً لتلقى مكالمات هاتفية من جمهور المستمعين الذين يشاركون فى البرنامج بمدخلاتهم .
وكما هو الحال فى الندوة الإذاعية ينبغى أن يزيد عدد الضيوف بالأستوديو عن ثلاثة حتى يستطيع المستمع التمييز بين أصواتهم ، وتستخدم فى هذا الشكل فنون الحوار والمناقشة ، سواء مع الضيوف بالأستوديو أو مع المستمعين على الهاتف . ويحتاج هذا الشكل إلى معد ، ومخرج ومسئول عن تلقى المكالمات الهاتفية من المستمعين وتنظيم عملية إدخالها على الهواء . وقد اصبح هذا الشكل من المعالم الرئيسية فى إذاعات العالم . ونظراً لجاذبيته فقد أصبح أيضاً مصدر دخل لهذه الإذاعات بسبب إقبال شركات الإعلان على استثمار شعبيته وإذاعة الإعلانات خلاله .

وفى عالمنا العربى لا تكاد تخلو خريطة إذاعية من وجود برنامج أو أكثر من هذا النوع . وقد شهدت إذاعاتنا العربية تجارب رائدة فى برامج بث مشترك حى على الهواء بين إذاعتين وكان يتم الربط بينهما عن طريق دوائر تليفونية تقليدية توفرها هيئات المواصلات السلكية واللاسلكية . وبطبيعة الحال كانت هناك بعض المشكلات الهندسية التى تمثلت فى انقطاع الاتصال أحيانا ورداءة الصوت أحيانا أخرى . وقد أسهم مشروع التبادل الإذاعي عبر الساتل VAST الذى تم تدشينه فى ٩ فبراير ٢٠٠٠ وهو أحد إنجازات اتحاد إذاعات الدول العربية لصالح هيئاته الأعضاء ، فى حل هذه المشكلات بحيث أصبح فى الإمكان انضمام إذاعتين عربيتين أو ثلاث فى بث مشترك حى على الهواء من خلال هذا النظام المتطور ، وبجودة صوتية فائقة CD QUALITY ولا شك أن هذا النظام الجديد سيشجع الإذاعات العربية

المشاركة فيه على ابتكار العديد من أشكال البث المشترك على الهواء . (مرعى : ٢٠٠١ : ١٢٧) .

إنتاج برامج العروض الكلامية : Talk Show Programs

يوجد فى الولايات المتحدة الأمريكية أكثر من ٣٥٠ محطة إذاعية وفى كندا حوالى عشرين محطة كلها مصنفة كإذاعات تعتمد على برامج كلامية Talk Station وتعتبر برامج Talk Show أهم وأشهر هذه البرامج وهى عبارة عن البرامج الإذاعية التى تعتمد على الكلام بالدرجة الأولى ، من حوارات ومناقشات ومداخلات ، حول موضوعات تدخل فى دائرة اهتمام جمهور المستمعين وقد يتخلل هذه البرامج بعض الفقرات الفنية من موسيقى أو غناء . وفى الغالب وفى معظم الإذاعات يتخللها إعلانات تجارية .

وفى برنامج الـ Talk Show عبارة عن عرض كبير يديره مذيع محاور على درجة عالية من الخبرة والدراية والثقافة وخفة الظل والحضور وعادة ما يعاونه فريق محدود

ومن شروط هذا النوع من البرامج وجود مشاركة تفاعلية Inter-active من جانب الجمهور سواء كان حاضراً العرض فى قاعة مجهزة أو فى أستوديو كبير أو عن طريق الاتصال الهاتفى والفاكس أو من خلال ذلك كله ، ويستضيف البرنامج بعض الشخصيات البارزة المعروفة والمتخصصة فى الموضوعات المطروحة ، وغالبا ما يكون العرض حيا على الهواء لأن ذلك هو الذى يعطي هذا الشكل جاذبيته .

ومفتاح النجاح فى هذه البرامج هو القدرة العالية على التحاور لدى المذيع المحاور ، والذى يطلق عليه فى الولايات المتحدة الأمريكية مضيف البرنامج

Program Host إن الحميمية التي تتسم بها برامج العروض الكلامية جعلت هذه البرامج مألوفة ومحبية لدى جماهير عريضة من مستمعي الراديو خاصة أنه تهتم بمناقشة موضوعات معاصرة تهتم الناس وتقدمها بشكل مفيد وجذاب وممتع ، وتجعل المستمع طرفاً مشاركاً في العرض .
ومن الناحية الإنتاجية تعتبر هذه البرامج غير مكلفة نسبياً حيث أن معظم الضيوف في الغالب لا يتقاضون أجوراً نظير مشاركتهم فيها ، وقد يوفر لبعضهم تكاليف الانتقال والإقامة إذا كانوا من مناطق نائية عن مقر محطة الإذاعة .

المذيع المحاور في برامج الـ Talk Show :

يحتاج المذيع المحاور في هذا النوع من البرامج إلى مهارات عالية بعضها يمكن اكتسابه بالتدريب بينما البعض الآخر لا يمكن اكتسابه إذ من الممكن التدريب على فنون الحوار ومناقشة الموضوعات العلمية والاقتصادية والرياضية وحتى الإخبارية وكل ذلك يسهم في صنع وتكوين المذيع المحاور في برامج العروض الكلامية ، ولكن المقياس الحقيقي لقوة تأثير هذا المذيع المحاور ، هو كيف يضع ذلك كله في سلة واحدة ، ويستثمر أفضل استثمار في إذاعة حية على الهواء (محمد مرعي : ٢٠٠١ : ١٢٨) .

* وعلى المذيع المحاور في هذه البرامج أن ينمي لديه مهارتين أساسيتين :
أ- إدارة حوارات مثيرة حافلة بالمعلومات ، مع ضيوف متخصصين بالأستوديو .

ب- الحديث السلس الجذاب مع سلسلة الغرباء الذين يتصلون به هاتفياً على الهواء .

مواصفات المذيع المحاور فى برامج الـ Talk Show :

- * أن يتمتع بحضور مؤثر وأن يكون مثيرا للاهتمام على الهواء .
- * أن يكون واسع الاطلاع ن قادرا على الحوار فى دائرة واسعة جدا من مجالات المعرفة .

- * لا يعرف عبارة " لم أسمع عن هذا من قبل " إلا فى أضيق الحدود .
- * أن يقرأ بشكل منتظم أهم الصحف الوطنية والعالمية ، وأن يقرأ من ثلاثة إلى ستة كتب فى الأسبوع .

مهام المذيع المحاور فى برامج الـ Talk Show :

- * يجلس المذيع المحاور فى أستوديو صغير أو قاعة مجهزة ، وأى منهما يكون مرتبطا بغرفة مراقبة ، يجلس فيها المهندس ومساعد المخرج المسئول عن تلقى وتنظيم المكالمات الهاتفية والمخرج .

- * لا يستخدم المذيع المحاور جهاز هاتف ، ولكنه يتحدث فى الميكروفون العادى ، وتصله أصوات المتصلين مكبرة من خلال سماعة خاصة .
- * الأستوديو يزود بجهاز تأخير الوقت Time delay لاستخدامه كإجراء

- وقائى ضد أى ألفاظ هابطة أو خارجة تأتي على ألسنة المتصلين هاتفيا .
- * فى معظم الأحوال يكون الأستوديو مزودا بكونسول مثبت به عدة خطوط هاتفية آتية من غرفة المراقبة ، ويغذى هذا الكونسول بالمكالمات القادمة من المستمعين عن طريق مساعد المخرج ، ويختار المذيع المكالمات القادمة من الضغط على زر صوتى يشير إلى وجود مكالمات .

- * يمكن تزويد الأستوديو أيضا بجهاز فاكس يتلقى مداخلته مكتوبة من المستمعين .

***** تدريبات إذاعية *****

فى بداية البرنامج ، على المذيع المحاور أن يرتجل مقدمه يكون قد سبق له تحضير خطوط عامة لها ، تتضمن التعريف بنفسه وبمحطته ، ومدة البرنامج ، ومعلومات عن الضيوف المشاركين ، وأرقام الهواتف والفاكس التى يمكن الاتصال عليها ، ولمحة عن الموضوع الذى يدور حوله النقاش

*من البديهي أن المقدمة يجب أن تثير اهتمام المستمع ، لأن عدم اهتمام المستمع يعنى ببساطة عدم توقع أى اتصال هاتفى .

* على المذيع ألا يستمر طويلا فى الحوار فى الضيوف ، قبل إدخال المكالمة الهاتفية الأولى ، مهما كان سحر وجاذبية حديث الضيوف وذلك لتأكيد مشاركة المستمعين مبكراً .

* يمكن بالطبع إدخال أغاني وإعلانات تجارية ولكن - بشكل عام - لا تتحمل برامج العروض الكلامية تعدد المقاطعة بالإعلانات التجارية ، إلا إذا كان البرنامج تحت رعاية معلن .

*المذيعون المحاورون فى برامج الـ Talk Show مسئولون قانونا أمام محطاتهم عن كل ما يقال على الهواء ، وتزود المحطات مذيعيها بتعليمات متصلة حول مسئوليتهم القانونية والأخلاقية حتى يكونوا على دراية تامة بما هو مسموح وما هو غير مسموح ، وفقا لسياسة كل محطة (مرعى : ٢٠٠١ : ١٢٩) .

الفريق المعاون للمذيع المحاور فى برامج الـ Talk Show :

١- مخرج البرنامج أو مدير العمليات Operation Manager :

يقترح ضيوف البرنامج وفى بعض الأحيان يعطي التعليمات للمذيع بإضافة ضيف معين كما أنه يتابع أداء المذيع ، ويوجه إليه ملحوظاته من آن لآخر .

***** تدريبات إذاعية *****

٢- المنتج : Producer

يساعد فى اختيار الضيوف وجدولتهم (من قبل الآخر) كما أنه يعمل كمنسق مرور Traffic Director لتنظيم دخول وخروج الضيوف .

٣- مساعد مخرج للهاتف :

فى بعض الأحيان يقوم المنتج بهذه المهمة وهى التعامل مع المكالمات الهاتفية التى تصل من المستمعين ، وتنظيم إذاعتها على الهواء ، والتحكم فى المكالمات غير المرغوب فيها ، وفقا لسياسة المحطة التى تبث البرنامج.

٤- مهندس Engineer

يذيع الإعلانات وشعارات المحطة Station Logos ويقطع البرنامج لإذاعة الأخبار فى مواعيدها أو لإذاعة الأحداث الطارئة . Breaking News events

* التحديات :

أحد التحديات التى تواجه المذيع المحاور فى ال Talk Show هى القدرة على تحريض أكبر عدد ممكن من المستمعين الجدد على الاتصال هاتفيا بالبرنامج .

لضمان الحصول على مكالمات جديدة ، على المذيع تكرار الإعلان عن أرقام الهواتف والفاكس أثناء إذاعة البرنامج ، وحبذا لو أخبر المستمعين بأرقام الخطوط غير المشغولة ، ولكن دون المبالغة فى الحث والتحريض حتى لا يبدو المذيع كما لو كان يستجدي الناس أن يتصلوا به .

إذا ران الصمت على أجراس الهواتف ، وتوقف المستمعون عن الاتصال ، فقد يكون السبب واحداً من ثلاثة :

النقاش بالغ المتعة والإثارة لدرجة تجعل المستمعين يعزفون عن المقاطعة بالاتصال

النقاش جاف جداً وغير مثير ولم يحرض أحداً على الاتصال .
٤- إذا استخدم المتصلون من المستمعين ألفاظاً هابطة ، أو ذكروا أشخاصاً بطريقة تحط من أقدارهم ، أو أدلوا بأقوال تتضمن قذفاً أو تشويهاً للسمعة ، فيتم الضغط على زر يرفع صوت المتصل من الهواء ، ويذاع فوراً تحذير مسجل بعدم جواز مثل هذه الأمور ، وفي حالة عدم وجود تحذير مسجل ، يقوم المذيع المحاور بالاعتذار ويواصل تقديم البرنامج (مرعى : ٢٠٠١ : ١٣٠) .

البرنامج الخاص :

يختلط الأمر عند البعض عندما يذكر البرنامج الخاص feature إذ يعتقدون أنه والبرنامج الوثائقي the documentary سواء بسواء، بمعنى أنهما شكل واحد وإن اختلفت التسمية بينما الحقيقة أن كلا منهما شكل إذاعي قائم بذاته، ولكن لوجود بعض التشابه بينهما ، فقد آثرنا أن نتحدث عن الاثنين تحت عنوان واحد، وهو البرنامج الخاص، ربما لأن هذه التسمية هي الأكثر شيوعاً في إذاعتنا العربية .

البرنامج الوثائقي يعتمد على حقيقة كاملة تعززها الأدلة الوثائقية والسجلات المكتوبة والمصادر الموثوقة والمقابلات المعاصرة والهدف منه هو إعلام المستمع بموضوع أو موقف، وعرض ذلك بأسلوب الرواية المتحقة والمتوازنة والأمانة.

وربما لا تكون الفروق حاسمة بين الشكلين الوثائقي والخاص ، إذا يمكن التهجين بينهما فيتولد ما يمكن أن نطلق عليه البرنامج الخاص الوثائقي the

the drama أو البرنامج الوثائقي الدرامي feature documentary ، وغير ذلك من الأشكال المهجنة ، لأن الضرورة تحتم في كثير من الأحيان، إنتاج برامج ليست واقعية ولكنها تعتمد علي الواقع، ولكن لابد من الحذر ، لأن الجمع بين الحقيقة والخيال ، مسألة قد تخدع المستمع ولذلك لابد أن يكون واضحا للمستمع الحدود بين ما هو حقيقي وبين ما هو خيال فإذا قدم الإذاعي وصفا متوازنا متكاملا حقيقيا لشيء ما أو شخص ما، فذاك هو الجانب الوثائقي، أما حينما لا يرتبط ارتباط كاملا بالواقع، وكان يهدف أصلا أن يعطي مساحة للخيال حتي وإن كانت مصادر مادته حقيقية ، فذاك هو البرنامج الخاص feature (مرعى : ٢٠٠١ : ١٢٢) .

علي كل حال فسواء كان البرنامج خاصا أو وثائقيًا، فإن كلا من الشكلين يحتاج إلى بحث مسبق وجاد وعميق ، يجمع كل ما هو متاح من معلومات من كافة المصادر المكتوبة والشفاهية، بالإضافة إلى تعزيزها بالتواريخ والأرقام والإحصاءات والأفضل أن يقوم الإذاعي بنفسه بإعداد هذا البحث ولا مانع من أن يكون له مساعدون لأن هذا الشكل من البرامج ينسب دائما لمقدمه، إذ هو نجمه ، وهو الراوي فيه والرابط بين فقراته، هو الذي يستخلص من المعلومات التي جمعها، المقدمة العميقة التي ينشئها بلغته، والحافلة بالأرقام والإحصاءات والحقائق وهذه المقدمة وكذلك فقرات الربط بين أجزاء البرنامج ، تكون أكثر قوة وعمقا وتأثيرا من المقدمة وفقرات الربط التي سبق الحديث عنها في عرضنا لشكل التحقيق الإذاعي إن عمل الإذاعي في البرنامج الخاص يكاد يرتفع إلى مستوى مقال لكاتب صحفي كبير واسع الشهرة وقليل من الإذاعيين وبصفة خاصة في عالمنا العربي ، من يقبل على تقديم هذا

***** تدريبات إذاعية *****

اللون من البرامج نظرا لصعوبته وحاجته إلى وقت طويل في إنتاجه، رغم أنه يعتبر أهم الأشكال الإذاعية وأرقاها.

يعالج البرنامج الخاص قائمة من الموضوعات أوسع وأشمل من تلك التي يعالجها البرنامج الوثائقي وتكمن قوة البرنامج الخاص ، في تأثيره علي الخيال أكثر من تأثيره على الحقائق الذهنية، وإن كان يجمع بين الجانبين، وهو يعالج الأحداث أكثر من معالجته للقضايا، وهو في جوهره يعتمد على أسلوب الفن القديم لراوي الحكاية story teller في البرنامج الوثائقي يكون التركيز على جمع المواد الواقعية ، بينما يهتم البرنامج الخاص بكتابة النص الذي يأخذ شكل القصة القوية الطويلة، يستعرض الراوي (الإذاعي) فيها الأحداث بمهارة الكاتب الدرامي ، ويتعامل مع الحقائق المعروفة مع غطاء من الغموض والإثارة .

يصف لورانس جيليام الرئيس الأسبق لقسم البرامج الخاصة في هيئة الإذاعة البريطانية، البرنامج الخاص بأنه " يجمع بين أصالة وموثوقية الحديث البشري وبين القوة الدرامية في المسرحية ، ولكن على عكس المسرحية التي مهمتها خلق الوهم الدرامي كهدف في حد ذاته، فإن مهمة البرنامج الخاص feature هي إقناع المستمع بواقعية ما يقدم حتي وإن كان يقدم في قالب درامي " (مرعى

: ٢٠٠١ : ١٢٣) .

الفصل السابع

المونتاج التلفزيوني

المونتاج لفظ مستعار من السينما وهو جزء من العملية الإبداعية التي تصنع الفيلم وهو فن ربط أجزاء الفيلم بحيث يوحي بالديمومة والاستمرارية والمونتاج هو مرحلة تلى التصوير النهائي للعمل الفنى وهو ترتيب وبناء الأحداث والأفكار المتضمنة فيه بحيث يبدو وحدة متكاملة تشكل مفرداتها لغة مفهومة وكأنه جملة موسيقية متناسقة ومترابطة وهو فن اختيار وترتيب اللقطات فى تتابع معين والإنتاج التلفزيوني عبارة عن مجموعة من اللقطات المتتابعة ترتبط ببعضها فى تسلسل معين يعبر عن فكرة معينة أو موضوع معين وعملية قطع وتركيب وترتيب هذه اللقطات هو ما يعرف بعملية المونتاج^(١).

وظائف المونتاج :

يؤدى المونتاج التلفزيوني عدة وظائف هي^(٢) :

(١) محمود عطا الله ، المونتاج فى التلفزيون ، مجلة الفن الإذاعى ، العدد ٨٥ سبتمبر ١٩٧٩ ، ص ٥٣ .

(٢) محسن محمد عبد المنعم ، فن المونتاج ، مجلة الفن الإذاعى ، العدد ١١٥ ، أكتوبر ١٩٨٧ ، ص ٥٥ .

***** تدريبات إذاعية *****

١ - **الجمع** : هو أول وأبسط الوظائف التي يقوم بها المونتاج عند جمع أجزاء البرنامج على شريط واحد وبترتيب معين وكلما كان هناك عناية واهتمام فى تصوير البرنامج كلما سهل ذلك من عملية المونتاج .

٢ - **الترتيب** : يقصد بها ترتيب اللقطات والمشاهد فى السيناريو النهائى وقد يطلب المونتير ترتيب مادة مصورة يبلغ طولها الزمنى ساعة للحصول على فيلم لا يتجاوز ١٥ دقيقة إلا أن المونتير ليقوم بهذا العمل قد يواجه صعوبات نتيجة تركيز المادة المصورة على جانب معين وإهمال جانب آخر هام من جوانب الموضوع .

٣ - **التصحيح** : ويقصد بهذه الوظيفة تصحيح الأخطاء بقطع اللقطات غير المرغوب فيها واستبدالها بلقطات أخرى مع مراعاة درجات الحرارة اللونية وأصوات الخلفية لأن المونتير قد يجد اختلافاً بين اللقطات فى هذه الجوانب .

٤ - **البناء** : تعتبر هذه الوظيفة من أصعب وظائف المونتاج لأنها بمثابة عملية خلق جديدة للعمل الفنى وتظهر براعة المونتير من خلالها .ويقوم المونتير فى أثناء ترتيب اللقطات بالانتقال من لقطة لأخرى مستخدماً الأساليب الفنية للانتقال والتي سبقت الإشارة إليها والمتمثلة فى القطع والمزج والمسح والظهور والاختفاء علماً بأن وظيفة كل أسلوب تختلف عن الآخر وإن كان يجمع بينهم الرغبة فى تحقيق نقل سلس من لقطة لأخرى .

أنواع المونتاج

هناك نوعان للمونتاج التليفزيوني هما :

***** تدريبات إذاعية *****

١ - **المونتاج الفوري** : ويتطلب قرارات فورية أثناء إذاعة البرنامج التليفزيوني على الهواء فعلى المخرج أن يتخذ قرار القطع مثلاً وتنفيذه فى نفس الوقت تقريباً ويتم هذا النوع من المونتاج من خلال لوحة التحويل فى الاستديو .

٢ - **المونتاج المؤجل** : وهو عملية تجميع اللقطات التى يتم تصويرها فى تتابع معين متكامل وعملية المونتاج تتم عادة بعد الانتهاء من تسجيل البرنامج ولذلك سمي بالمونتاج المؤجل ولهذا النوع من المونتاج عدة مزايا منها :
* يوفر الوقت الكافى لرؤية ما تم تسجيله من لقطات واختيار أفضلها وهو ما يفتقد فى المونتاج الفورى .

* يمكن إعادة التصوير مرة أخرى إذا ثبت أن اللقطات التى تم تسجيلها غير كافية أو غير صالحة كما يمكن إضافة لقطات أخرى للبرنامج من المكتبة التليفزيونية .

* يتوافر أيضاً الوقت الكافى لتحديد الأصوات التى سيتم استخدامها فى البرنامج وإمكانية الخطأ أو النقل بين مصادر الصوت المختلفة .

ويلعب المونتاج المؤجل دوراً مهماً فى عملية الإنتاج التليفزيوني لأنه ومن خلاله تتم رواية القصة أو الحدث بأكبر قدر من الوضوح والتأثير وهذا يحتم على المونتير أن يكون على علم تام قبل أن يبدأ عمله بفكرة البرنامج والهدف المراد توصيله للمشاهد مع التزامه بالواقع والأمانة فى نقل الحدث لأن المونتاج كثيراً ما يستخدم لخداع المشاهد خاصة فى الحملات الانتخابية

خطوات المونتاج :

***** تدريبات إذاعية *****

تمر عملية المونتاج بعدة خطوات يبدأ بعضها أثناء التصوير وأهم هذه الخطوات^(١) :

١ - تدوين المعلومات الأساسية بالنسبة للقطات التي يتم تصويرها فى موقع الحدث أو بعد ذلك عند مشاهدة وتفرغ الأشرطة ويتم تدوين كل مشهد وكل لقطة مرتبة حسب مكانها على الشريط ومدة كل لقطة ورقم الـ counter أو time code إذا توافر الى جانب تدوين مضمون كل لقطة ومدى صلاحيتها ويقرر المونتير أثناء مشاهدة الأشرطة وتفرغها اللقطات التي يمكن الجمع بينها فى المونتاج وبناء على ذلك يقوم المونتير بوضع قائمة أخرى تسمى Editing shot sheet تتضمن اللقطات التي تشكل البرنامج مرتبة حسب ورودها فى السيناريو التفصيلي ومحدد بها بداية ونهاية كل لقطة من حيث الصوت والصورة والأصوات المصاحبة وفقاً للشكل التالى :

رقم المشهد	رقم اللقطة	رقم Take	المدة	بداية اللقطة	نهاية اللقطة	مضمون اللقطة	صالحة	غير صالحة

(١) سوزان القليني وهبة الله بهجت ، إنتاج البرامج للراديو والتلفزيون ، القاهرة ، مكتبة الشباب ، ١٩٩٣ ، ص

--	--	--	--	--	--	--	--	--

٢ - تسجيل control track على شريط التسجيل وتتم هذه العملية بتسجيل color Bars أو Black على كل الشريط على سبيل الاحتياط .

٣ - تبدأ عملية المونتاج باستحضار اللقطة الأولى وفقاً لما ورد في الـ log Editing shotlist ويجب عند إجراء مونتاج لحديث تليفزيوني تحديد الصوت والصورة بدقة وإذا كان هناك تعليق لمصاحب للصورة يفضل تسجيل التعليق أولاً ثم تركيب الصور واللقطات المناسبة بعد ذلك .

٤ - تبدأ في هذه المرحلة تغطية Jumpeuts بلقطات cut aways و In serts ويعتقد البعض أن Jumpeuts تخص الصورة فقط ولكن قد يحدث أيضاً Jumpeuts بالنسبة للصوت ويتم تغطيتها أيضاً بـ cut aways و In serts .

٥ - بعد الانتهاء من مونتاج البرنامج يقوم المونتير Black عقب آخر لقطة في البرنامج وهي خطوة ضرورية لما قد يحدث من أخطاء أثناء إذاعة البرنامج إذ يخطئ بعض مخرجى التنفيذ عند تحديد نقطة قطع نهاية البرنامج .

***** تدريبات إذاعية *****

وتستخدم لقطات cut always بكثرة فى الأحاديث التلفزيونية لتغطية
Jumpeuts مثل لقطات استماع الضيف لأسئلة المذيع أما لقطات In serts
فهى تقرب الحدث الذى يتحدث عنه الضيف وذلك بإضافة لقطات واقعية لما
يتحدث عنه الضيف خلال المقابلة التلفزيونية وهى تستخدم أيضاً لتغطية
. Jumpeuts

الفصل الثامن

الشريط الإخبارى فى أخبار التلفزيون^(١)

يعد الشريط الإخبارى News Bar خدمة إخبارية مستحدثة منذ حرب الخليج الثانية عندما قام العراق بغزو الكويت عام ١٩٩٠ وكانت شبكة الأخبار الأمريكية C.N.N لها سبق فى هذه الخدمة تبعثها المحطات الإخبارية المتخصصة والمحطات العامة سواء كانت العربية أو الأجنبية فى تقديم هذه الخدمة للمشاهد حتى أصبح الشريط الإخبارى منتجاً أساسياً فى الخدمة الإخبارية اليومية فى معظم القنوات الأرضية والفضائية.

ولعل أهم ما يميز هذه الخدمة أنها سريعة ويمكن أن تحقق سبق فى ملاحقة الأخبار وتوصيلها بكل تطوراتها لحظة بلحظة للمتلقى بفارق زمنى ملحوظ قبل القطع على الهواء وتقديم أهم الأنباء أو Breaking News بعبارة أخرى إن خدمة الخبر العاجل أضحت وسيلة أسهل وأسرع فى التنافس بين الفضائيات.

ولكن تحتاج هذه التقنية من الناحية التحريرية إلى قدر كبير من القدرة فى أمور ثلاثة:

- اليقظة لتحقيق السرعة المطلوبة فى ملاحقة الأخبار.

(١) إبراهيم الصياد ، الشريط الإخبارى السهل الممتنع فى الأخبار التلفزيونية ،
<http://www.egyptradio.tv/magazine/akhabar.html>

***** تدريبات إداعية *****

- الصياغة اللغوية والنحوية المختصرة للأحداث التي ترد تباعاً من وكالات الأنباء أو من مصادر الأخبار التقليدية الأخرى مثل المراسلين بالداخل والخارج أو من غير التقليدية التي يكونها رجل الأخبار من دوائره الخاصة بالداخل والخارج.

- امتلاك مهارة التعبير باللغة العربية عملاً بالقول الشائع خير الكلام ما قل ودل.

إن اللغة العربية تتميز بأنها لغة غنية بالمفردات وربما هذه الميزة جعلت البعض يستسهل عن طريق الاستطراد في عرض الخبر والتلاعب بالألفاظ دون حاجة حتى ولو كان بعضها يقود إلى المعنى نفسه وهو أمر بعيد عن الأداء المهني الصحيح ليس فقط في التعامل مع خدمة الشريط الإخباري ولكن مع جميع الخدمات الإخبارية خاصة نشرات الأخبار بالتلفزيون ومن هنا يصطدم محرر النيوزبار بإشكالية أن هذه النوعية من الأخبار تحتاج إلى صياغة خاصة فيها أقل عدد من الكلمات في شكل هو أقرب ما يكون إلى مانشيت الصحيفة ولذا فإن أخبار الشريط الإخباري يجب أن تكون جملاً اسمية وليست فعلية وأن تكون الأفعال في زمن المضارع وليس الماضي كما في المثال التالي:

- عباس يدين المذبحة الإسرائيلية في بيت حانون

إن الخبر أقرب إلى العنوان وبالتالي عندما يقرأ المتلقى الخبر هكذا:

- يدين عباس المذبحة الإسرائيلية في بيت حانون

يكتشف أن الصياغة في شكل العنوان أفضل وأقرب إلى المطلوب من وظيفة الشريط الإخباري.

***** تدريبات إذاعية *****

لكن من المهم أن يراجع المحرر الخبر قبل تخزينه ويجرب حذف الكلمات والحروف الزائدة فى المثال السابق يمكن حذف الإسرائيلية لأنه من البديهي أن الذى قام بالمذبحة فى بيت حانون القوات الإسرائيلية وبالتبعية يجب حذف حرف الجر . فى . الأمر الذى يستلزم معه حذف أداة التعريف . ال . من المذبحة لتصبح صياغة الخبر على النحو التالى:

- عباس يدين مذبحة بيت حانون.

وإذا استخدم المحرر فى المثال السابق كلمات زائدة من باب الشرح للمشاهد يصبح الخبر كالتالى:

- الرئيس الفلسطينى محمود عباس يدين المذبحة التى ارتكبتها القوات الإسرائيلية فى بيت حانون اليوم.

نلاحظ أن الصياغة المهنية للخبر توفر ١٠ كلمات وحرفين كالتالى:

- عباس يدين مذبحة بيت حانون

- وهكذا نرى أن الصياغة الأخيرة المختصرة هى الشكل الأفضل للخبر فضلاً عن أن برنامج الشريط الإخبارى Soft-Ware لا يسمح إلا بعدد معين من الكلمات لا يتجاوز ١٢ كلمة.

إن على محرر أخبار الشريط الإخبارى أن يراعى ما يلى:

* تجنب استخدام الأسماء الموصولة مثل الذى والتى والذين فى الخبر لأن

استخدامها لا يصح إذا ما اعتبرنا الخبر فى الشريط الإخبارى عنوان .

* اسم العلم المشهور يذكر لقبه فقط دون الحاجة إلى ذكر موقعه أو منصبه

مثال:

نكتب عباس

- الرئيس الفلسطينى محمود عباس

***** تدريبات إداعية *****

- د. أحمد فتحي سرور رئيس مجلس الشعب نكتب سرور
- * الشخصيات الأجنبية تعامل بنفس الأسلوب طالما أنها معروفة للمتلقى، أما اسم العلم غير المشهور فلا نذكر اسمه ونكتفى بمنصبه أو موقعه مثال:
- المتحدث باسم متمردي جبهة تحرير التاميل
- نكتفى بالقول المتحدث باسم التاميل..... وهكذا.
- * إذا استخدم المحرر جملة القول لا بد أن تتسب للقائل دون ذكر فعل القول مثال:

- مبارك يقول نحن مع وحدة شعب لبنان
- الأفضل القول مبارك: مصر مع وحدة شعب لبنان.....
- لاحظ الفرق بين الجملتين.

* تعتبر أداة التعريف . ال . أو التعريف بالإضافة من أكثر الأمور التي تجر إلى الإسهاب لما تفرضه من استخدام الأسماء الموصولة كما أوضحنا سابقاً ونوضح في المثال التالي:

- شمال بيروت يشهد الحادث الذي أدى إلى مقتل وزير الصناعة اللبناني ببيير الجميل

من المثال نلاحظ أن المحرر أسهب في العرض الخبري باستخدام أداة التعريف ال واسم الموصول الذي فخرج الخبر عن كونه عنواناً إلى جزء من عرض خبري مطول وهو غير مطلوب في الشريط الإخباري ومن هنا يفضل تحرير الخبر كالتالي:

- شمال بيروت يشهد حادث اغتيال يودي بحياة وزير الصناعة اللبناني

***** تدريبات إذاعية *****

نلاحظ استخدام التعريف بالإضافة دونما أى حاجة لاستخدام الاسم الموصول بعد ذلك .

وهناك رأى يقول إن على المحرر عند صياغة الخبر تجنب التعبيرات الوصفية ويلتزم بالتعبيرات التقريرية لأن الوصف يتطلب استخدام أكبر عدد من الكلمات للوصول إلى المعنى أما التعبيرات التقريرية فهي الأقرب لوظيفة الشريط الإخبارى فى أخبار التلفزيون.

أن عدداً قليلاً من الكلمات يدل على الحدث هو الشكل الأمثل الذى يشبع رغبة المتلقى فى معرفة الأخبار خاصة العاجلة منها أما الإمعان فى الوصف فهذا مجال يمكن متابعته فى الصورة التى تقدمها نشرات الأخبار ومثال ذلك:

- انفجار هائل يؤدى إلى اندلاع حرائق تصل ألسنتها إلى عنان السماء فى بغداد.....خبر وصفى.

- انفجار هائل يسفر عن اندلاع حرائق فى بغداد ...

..... خبر تقريرى

لاحظ هنا الفارق بين الصياغتين .

ونعتقد أن استخدام ظرف الزمان . أمس واليوم . فى الخبر بالشريط الإخبارى

يضر بوظيفته فإذا استخدم مثلاً أمس فى خبر بالنيوزبار وصف الخبر بأنه

قديم لأن الوظيفة الأساسية للشريط عرض الأخبار . الآنية . أما استخدام اليوم

هو من باب التزيد كما أوضحنا فى مثال اغتيال الوزير اللبناني إلا إذا كان

***** تدريبات إداعية *****

اليوم للدلالة على المستقبل وكذلك غدا فهو أمر مقبول على الشريط الإخباري.

مما تقدم نخلص إلى القول بأن الخبر على الشريط الإخباري:

- معبر ودال على الحدث News Even الذى وقع الآن أو قبل قليل أو سيقع فى وقت لاحق اليوم أو الغد.

- مختصر لا يخل بالمعنى المراد تمريره للمتلقى ويحتوى على الشئ الجديد الذى يجب توضيحه بسرعة وبموضوعية.

- أقرب ما يكون للعنوان التلغرافى فى شكل جملة أسمية.

- مراعاة الصياغة اللغوية وعدم استخدام الألفاظ الغريبة أو التراكيب المعقدة أو الجمل الطويلة والاعتراضية.

- مراعاة قواعد الصرف والنحو خاصة فى المضاف إليه والمجرور والمثنى والجمع والأرقام والأعداد المركبة وغيرها.

المراجع

- ١ - إبراهيم الصياد ، الشريط الإخبارى السهل الممتع فى أخبار التلفزيون
<http://www.egyptradio.tv/magazine/akhabar.html> ،
- ٢- دكتور بركات عبد العزيز ، اتجاهات حديثة فى إنتاج البرامج الإذاعية ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، دار الكتاب الحديث ، ٢٠٠٠ .
- ٣- د . حسين أبو شنب ، الإنتاج الإعلامى : راديو ، تلفزيون ، مطبوعات ، الجزء الأول ، راديو / تلفزيون ، الطبعة الأولى ، غزة ، مكتبة دار المنارة ، ٢٠٠٠ .
- ٤- حسن أحمد حسن ، برامج الحوار الإذاعي المرئي ، مجلة الفن الإذاعي ، العدد ١٥٩ ، مارس ٢٠٠٠ .
- ٥ - د . سوزان القليني ود . هبة الله بهجت ، إنتاج البرامج للراديو والتلفزيون ، القاهرة ، مكتبة الشباب ، ١٩٩٣ .
- ٦- محمد مرعي ، الأشكال الإذاعية المتقدمة علي الصعيد الدولي ، مجلة الفن الإذاعي ، العدد ١٦٢ ، يناير ٢٠٠١ .
- ٧- محمد حمد بن عروس ، الأسس الفنية ، للإذاعتين المسموعة والمرئية ، الطبعة الأولى بنغازى ، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان ، ١٩٨٧ .
- ٨ - محسن محمد عبد المنعم ، فن المونتاج ، مجلة الفن الإذاعي ، العدد ١١٥ ، أكتوبر ١٩٨٧ .
- ٩ - محمود سامى عطا الله ، المونتاج فى التلفزيون ، مجلة الفن الإذاعي ، العدد ٨٥ سبتمبر ١٩٧٩ .

المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
٢ - ٢٠	الفصل الأول مفهوم التدريب الإذاعي
٢١ - ٧١	الفصل الثاني الحوار الإذاعي والتلفزيوني
٧٢ - ١٠١	الفصل الثالث التحقيق الإذاعي
١٠٢ - ١٣٦	الفصل الرابع المجلة الإذاعية
١٣٧ - ١٦٠	الفصل الخامس برامج الفيتشر
١٧١ - ١٧٥	الفصل السابع المونتاج التلفزيوني
١٧٦ - ١٨١	الفصل الثامن الشريط الإخباري