

• المحاضرة الثالثة

أنواع البرامج الإذاعية ومراحل تنفيذها

1. مفهوم البرنامج الإذاعي :

البرنامج لغة هو الميزانية أو لائحة المنهاج، أو هو خطة لما ستقوم بمله.

يعرف البرنامج الإذاعي، بأنه كل مادة سواء مادة صوتية أو مادة مصورة، يمكن تقديمها من خلال الإذاعة، كما إنه يخاطب جمهور معين في فترة زمنية معينة، ويتكون من مقدمة ونهاية، ومحتوى بينهم يتم مخاطبة الجمهور من خلاله بتوصيل رسالة معينة

والإذاعة هي أكثر وسائل الاتصال انتشار، إذ تعتبر نقطة تحول رئيسية في الحياة الاجتماعية منذ نشأتها عام 1906 على يد ماركوني، كما إنها وسيلة إعلانية هامة وأساسية، كما تعرف الإذاعة بأنها وسيلة لنقل المعلومات والأفكار إلى المستمعين، وتتنوع في تقديم المحتوى، فتقدم محتوى ترفيهي أو تثقيفي أو محتوى إخباري كما تعمل على توعية المواطنين وتوسيع أفاقهم.

2. مكونات البرامج الإذاعية: يتضمن البرنامج الإذاعي بنية خاصة، وتتمثل في

- **البنية السمعية:** هي البنية التي تعمل على توظيف عناصر الصوت سواء كانت الموسيقى أو المؤثرات الصوتية.
- **البنية المونتاجية:** هي التي تعمل على تجميع كافة العناصر المكونة للعمل الإذاعي وتوحيدها في بناء مميز.
- **البنية الإدارية:** هي التي تعمل على توزيع الوظائف على المذيعين والقيادات والعازفين وتوجيه كل شخص وفقاً للسيناريو المكتوب، حيث أن السيناريو هو القصة والحوار المكتوب، و أنواع السيناريو الإذاعي متعددة مثل البسيط والخاص بالبرامج الموسيقية والشبه كامل والكامل.

3. أنواع البرامج الإذاعية والتلفزيونية:

تشارك البرامج الإذاعية والبرامج التلفزيونية، في نوعية البرامج التي تقدمها، حيث لا يوجد فارق كبير في إعداد البرنامج أو محاوره الضيف، وتنقسم البرامج الإذاعية والتلفزيونية في: [3]

• البرامج الحوارية

وهي تلك البرامج التي تعتمد على استضافة ضيف، يقوم المذيع بمحاورته، وتنقسم البرامج الحوارية إلى:

حوار فردي: وهو الحوار مع شخص واحد.

حوار المذيع مع ذاته: وهو الحوار الذي يقوم فيه المذيع بمحاوره نفسه، بأن لا يكون هناك ضيف يحاوره المذيع، بل يقوم بالحديث من خلال خبرات ومعلومات في المجال الذي يتناول الحديث عنه.

• أهداف البرامج الحوارية: تهدف البرامج الحوارية إلى:

- توسيع الأفق وزيادة الوعي لدى الجمهور.
- تعمل على التركيز على مشكلات المجتمع وتبسيط الضوء عليها.
- تقوم البرامج الحوارية بالبحث والتحليل وإيجاد الحلول للمشكلات.
- التفسير والتحليل لكل ما يشغل الرأي العام.
- مناقشة القضايا من خلال المسؤولين وذوي المعرفة.
- دور الاذاعة في نشر الوعي مهم وأساسي، لذا فيضعه كل مقدمي ومعدّي البرامج الحوارية صوب أعينهم.

• مكونات البرامج الحوارية : تعتبر مكونات البرامج الحوارية متداخلة فيما بينها وتتمثل في:

المحاور: وهو مقدم البرنامج الحوارين والقائم بتوجيه الأسئلة للضيف، ويفترض فيه المهارة والدقة والوعي الكافي بالمجال الذي يتناقش فيه، لكي يستطيع أن يصل المعلومات بشكل جيد، ويجد قبول حول ما قدمه.

الضيف: وهو صاحب المعلومات ومن المفترض أن يكون أكثر الناس وعي ومعرفة بالقضية.

مكان الحوار: وهو غالباً أستوديو حوار، وأحياناً يكون مكان عام، أو بيت الضيف أو مكتبه.

القضية: وهي المادة الخام في البرامج الحوارية، إذ أهم ما يمتلك المذيع قضية جيدة يستطيع أن يناقشها.

مجموعة الأسئلة: وهي أداة الحوار، التي يقوم المذيع باستخدامها لحل القضية، وإزالة التشويش وإيجاد المعلومات، ومن ثم حل الإشكالية.

الجمهور: المستمع هو الطرف الثاني للرسالة، فكل ما يقوم به المذيع يهدف في النهاية إلى إيصال الرسالة لجمهوره، لذا فالاهتمام بردة فعلهم ومدى قابليتهم للبرنامج أمر مهم للغاية.

الأدوات: العدد والأدوات والأجهزة المستخدمة في البرامج الإذاعية أمر مهم للغاية، وجودتها تؤثر على البرنامج، وكيفية إخراجها، كالميكروفون وهو المسؤول عن جودة الصوت، وغيره من أدوات البرنامج الإذاعي، كما أن الكاميرا مهمة وتجهيزات الاستوديو والديكور مهم في البرامج التلفزيونية.

• متطلبات البرامج الحوارية

يتطلب البرنامج الناجح محاور دؤوب ذو معرفة وعلم، كما يجب أن يكون على دراية بكيفية إدارة الحوار والتعامل مع الضيف.

إعداد قوي ومميز للبرنامج من حيث بحث القضية، ووضع التساؤلات، وترتيبها، كما يجب التأكد من أن التساؤلات ستغطي القضية كاملة، وتسمح بتناول كافة جوانبها، كما يجب التأكد من تغطية كافة التساؤلات التي تدور في ذهن الجمهور.

دراسة الجمهور المستهدف وهي أحد أهم مراحل إنتاج البرامج الإذاعية.

يجب أن تغطي الأسئلة شخص الضيف، حيث يجب أن يعرف الجمهور من هو الضيف، لكي يستطيع أن يثق في معلوماته.

يتطلب البرنامج الحوارية، مهارة الضيف وقدرته على الإجابة على التساؤلات، وتقديم المعلومات والأفكار للجمهور.

• البرامج المباشرة:

وهي تلك البرامج التي تعتمد على محاورة الجمهور بشكل مباشر وصريح، ويكون المحاور خبير في المجال الذي يتناوله، ولا يمكن اعتبار المحاور مزيع، بل يعتبر خبيراً، وذلك مثل ما يحدث في

• البرامج التحليلية الاقتصادية

• البرامج الدينية

• البرامج الاجتماعية

• البرامج الطبية

• البرامج الإخبارية:

هي تلك البرامج التي تهتم بعرض الأخبار بصورة مهنية، كما يعرض الخبر الصحفي دون إضافة أي آراء، وهي النشرة الإخبارية، أي يضع الشخص أمامه مجموعة من الأخبار ويقوم بقراءتها، ويكون لها مواصفات معينة، فلا كل المذيعين يصلحوا لتقديم النشرة الإخبارية، فقد يتطلب الأمر نغمة معينة وطريقة معينة من مخارج الألفاظ أكثر تشديد من غيرها من البرامج الإذاعية.

• برامج المسابقات:

وتعرف بأنها أحد الأنواع الخفيفة السهلة من البرامج الإذاعية، أو التلفزيونية، كما إنها تطلب إبداع في الفكرة المقدمة، كما يجب أن تكون الفكرة جديدة، وغير تقليدية، حتى تنال إعجاب الجمهور، وتحقق هدفها الأساسي وهو جانب التسلية والترفيه، وهو أحد أهداف الإعلام بشكل عام.

تعتمد البرامج الإذاعية التي تقدم المسابقات بالمعلومات الصوتية، أو الإجابة على مجموعة من التساؤلات النصية، ويختلف الأمر في التلفزيون، فقد يعتمد الأمر على الحركة والجري والحركات الاستعراضية.

• البرامج الوثائقية:

وهي البرامج التي تعرض معلومات ودراسات حول الطبيعة، أو استعراض معلومات تاريخية، أو معلومات أخرى، كما إنها تهتم بتغطية أفكار جارية، ووثائق تاريخية ومعلومات حقيقية.

وتعتبر تلك أعلى البرامج من حيث المعلومات والأخبار، حيث تهتم بجذب الجمهور، ولها العديد من المحبين وجمهورها دوماً من المثقفين ومحبي المعرفة، كما إنها تقدم المعلومات ووجهات النظر المختلفة، وتتناول كافة الجوانب الخاصة بالقضية أو الموضوع التي تناوله، وتتسم بالعمق.

• البرامج الرياضية:

وهي البرامج التي تتكلم عن المعلومات الرياضية، ولا سيما إنها تهتم بالتحليلات الرياضية، واستضافة المحللين والرياضيين، كما تهتم باللاعبين وأخبارهم، وتحليل المباريات، كما تركز على تحليل النتائج وتقييم اللاعبين، وتوضيح كافة الأمور التي تخص الرياضيين بشكل عام، وقد يتضمن مقابلات مسجلة أو مباشرة مع الشخصيات الهامة في المجال الرياضي.

• البرامج الثقافية:

وهي البرامج التي تهتم بالفنون والأدب والفن والشعر والأدب، كما تهتم بالكتب وتحليلاتها، والأدباء والشعراء، وتهتم باستضافتهم ومعرفة الجمهور بهم وبفنونهم، كما تهتم بالفنون المسرحية وغيرها.

• البرامج الاقتصادية:

وهي من البرامج الهامة، التي تتناول الحديث عن سعر العملة، كما تهتم بالتحليل الاقتصادي وأسهم البرصة، وقد تهتم تلك البرامج فئة معينة من الجمهور، ولها رسالة معينة وثابتة.

• البرامج الموسيقية:

وهي البرامج التي تهتم بالموسيقى بكافة أنواعها، حيث تهتم بالموسيقى الكلاسيكية أو الموسيقى الشبابية، كما ان يوجد محطات إذاعية متخصصة في تقديم هذا النوع من البرامج، ويوجد إقبال كبير من قبل المستمعين وهناك من يستمع لها طيلة النهار، كما هناك برامج تقدمها الإذاعة الموسيقية تهتم بتقديم الموسيقى والمعزوفات لكبار الفنانين والعازفين.

• برامج الأطفال:

وتلك البرامج تهتم بالأطفال بشكل عام، وتهتم بتقديم محتوى هام بالنسبة للطفل وممتع، كما إن الهدف الأول هو اس الطفل وتسلية، كما تهدف تنشئة الطفل وتنمية مهارتهم بشكل سليم.

• البرامج الاجتماعية:

وهي البرامج التي تهتم في المقام الأول بالأمور الاجتماعية، كما تسلط الضوء على المشكلات الاجتماعية الحياتية، مثل التجميل والمرأة والمجتمع والعلاقات الاجتماعية، وتكون مثل البرامج الصباحية.

4. القوالب الإذاعية: متعددة نذكر منها

- قالب الحديث المباشر.
- قالب الحوار والمقابلة.
- قالب المائدة المستديرة (الندوة).
- قالب استعراض الكلام امام جمهور المشتركين
- قالب المسابقات.
- قالب التحقيق.
- قالب المعالم أو البرنامج الخاص.
- قالب المجلة .

وعموما هذه أهم مميزات هذه هي القوالب:

1. برنامج الحديث المباشر:

يقتصر على متحدث واحد، يوجه حديثه إما لجمهور المستمعين والمشاهدين عبر وسيلة الإعلام ، أو ج مهور الاستديو، وهو يعتمد كلياً على:

- نجاح وقبول شخصية المتحدث.
- القدرة على عرض الموضوع ببساطة ووضوح .
- القدرة على جذب الانتباه الدائم
- ..عدم التكلف، والبعد عن التصنع

2. -برنامج المقابلة والحوار

ويصنف الحوار من حيث الهدف إلى ثلاثة أقسام :

- حوار المعلومات ...ويهدف إلى الحصول على معلومات معينة من الضيف حول قضية أو حدث باعت باره مصدراً للمعلومات، أو مطلعاً عليها .
 - حوار الرأي: ويهدف إلى معرفة رأي الضيف في قضية، أو آراء الناس العاديين في شيء معين.
 - حوار الشخصية: ويهدف إلى تعريف المشاهدين بجوانب شخصية الضيف، سواءاً كان من الناس المشهورين أو غير المشهورين .
- ومكونات الحوار الناجح تشمل عناصر عدة تتعلق بالمقدم ، والموضوع، والأسئلة، والزمن، والمكان، واللغة، والجمهور والضيف المناسب لموضوع الحوار.

3. -برنامج المجلة:

وهو قالب أو شكل يتم عرضه بصفة دورية، ويتضمن فقرات متنوعة من حيث الشكل والمضمون، تربطها وحدة عضوية، وتقدم بأسلوب يكسبها خصائص المجلة المطبوعة وأحياناً يطلق على حلقة البرنامج اسم «العدد»، وتأخذ فقرات البرنامج عناوين المجلة المطبوعة مثل : موضوع الغلاف، الافتتاحية، شخصية العدد... وهكذا.

وبصفة عامة فإن المجلة تجمع القوالب الأخرى بشكل مصغر، ففيها الحديث المصغر، والحوار المصغر، والخبر المصغر، والتقرير المصغر.

4. البرنامج الخاص:

وهو البرنامج ذو المحور الواحد، الذي يسعى لإبراز الموضوع بمختلف القوالب الفنية، مثل الدراما، والحوار، والأغنية، والتحقيق، والرسوم، والصور، وعناوين

الصحف، واللقطات الأرشيفية، مع إضفاء عناصر الحركة والتنوع والانتقال بين اللقطات والمواقف والفقرات، وإبراز التناقض في الآراء والمواقف المختلفة، وتحقيق التشويق والقلق والترقب، وتعميق التفاصيل والشرح والتوضيح وعقد المقارنات، ليعطي معلومات شاملة عن مشكلة معينة أو موضوع معين. وهو يرتبط بذاتية المنتج وأسلوبه الخاص بتوصيل فكرته إلى الجمهور.

5. برنامج التحقيق:

وهو البرنامج الذي يعرض الموضوعات بأسلوب يتسم بالعمق، استناداً على التحليل الواقعي، ولقاء الأشخاص أصحاب العلاقة، والمعايشة الحقيقية،

فبالمكان والزمان والظروف والأشياء ذات الدلالة. وهو ثلاثة أنواع أساسية:

الأول: التقرير الإخباري: وهو يستلزم الحيوية والسرعة والعرض المختصر .

الثاني: تحقيق الحدث: وهو التحقيق الذي يبحث عما وراء الأحداث الآنية، ويوضح الخلفيات، والعلاقات الكامنة، والأسباب غير الظاهرة، وهو مثلاً لتحقيق الصحفي الذي يركز على إجابة سؤال (لماذا؟) ولا يكتفي بإجابة أسئلة الخبر الصحفي (من ؟)، (متى؟)، (ماذا؟)، (أين؟) .

الثالث: تحقيق المعالم: وهو لا يستلزم أن يكون هناك حدث يبني عليه البرنامج، وهو يشمل أنواع متعددة، مثل تحقيق المشكلات، تحقيق الإنجازات، تحقيق الشخصية، تحقيق المكان، تحقيق الاستفتاء، والتحقيق

التاريخي. وبرامج التحقيق (الريبورتاج) أو ما تسمى (بالبرامج الوثائقية) أو (الصحافة الاستقصائية

6- قالب المائدة المستديرة:

وهو عبارة عن حلقة نقاش حول موضوع محدد يجلس أطرافه من المتخصصين على مائدة واحدة للحوار والتنافس والتباحث حول موضوع الحلقة .

7 - قالب المسابقات:

يعتمد على جذب انتباه المستمع بتحفيزه على المشاركة للوصول لحل لموضوع المسابقة ، ويمكن ان يكون برنامج المسابقات برنامجاً قائماً بذاته ويمكن ان يكون جزءاً في اي قالب إذاعي اخر.

8. قالب استعراض الكلام أمام جمهور المشتركين ،

عن طريق حضور الحلقات اثناء تسجيلها او اذاعتها وقد تكون ايضا في الحوار

5- العناصر المكونة للبرنامج الإذاعي:

هناك عناصر عدة تشترك في تكوين البرنامج الإذاعي يمكن تحديدها فيما يلي:

1- الكلمة:

هي الوسيلة الأولى للاتصال البشري والتي تميز الإنسان عن غيره من المخلوقات، وتضفي عليه صفة الكائن الاتصالي "Communication animal" الذي يميل للاتصال بغيره من أبناء جنسه من خلال استخدامه الكلمات للتعبير عن انفعالاته وعلاقاته مع البيئة المحيطة به، ولقد كان الاتصال بين جماعات البشر الأولى يتم بطرق بدائية بسيطة، ثم تطور ذلك إلى أن تعارفت كل جماعة بشرية على بعض الحركات والإيماءات والإشارات التي تعكس معاني معينة وتنقل أفكاراً محددة، وسرعان ما تطورت هذه الحركات والإشارات إلى لغات مختلفة لكل منها مفرداتها، وتعارفت كل جماعة على لغة معينة ارتضتها وسيلة للتفاهم والاتصال بين أفرادها. والواقع أن "الكلمة لا تستطيع أن تؤدي وظيفتها بصورة مجردة، إذ لا بد من وضعها في سياق من الجمل، أي توظيفها وسنط سلسلة من الكلمات حتى تؤدي وظيفتها بطريقة مثلى، ومن هنا لا بد لمن يستخدم الكلمة أن يكون على علم كامل بقواعد اللغة التي يستخدمها، وأن يتمتع بمعرفة حصيلة كبيرة من مفردات تلك اللغة ومرادفاتها، ثم الأهم من ذلك أن يعرف المدلول الصحيح للكلمة في أعراف الجماعة التي تتلقاها وتستخدمها، فاستخدام الكلمات ليس عملية سهلة كما قد يظن البعض بل هي عملية غاية في التعقيد، إذ إن قيمة الكلمة وأهميتها تتوقف على قدر ما توصله من معان وعلى قدر ما تترجمه من أحاسيس.

الكلمات الملموسة والكلمات المجردة :

وتنقسم الكلمات إلى قسمين: كلمات ملموسة وكلمات مجردة: ١. الكلمات الملموسة: هي تلك التي تشير إلى شيء محدد (إنسان - هر - جبل - شجرة.. إلخ)، وهذه كلمات تحمل معاني محددة واضحة المعالم

ويمكن رؤيتها أو سماعها أو الإحساس بها من قبل البشر، وهي جزء من سياق حياتهم اليومية الاعتيادية، الأمر الذي يجعل استخدامها سهلاً ولا يحتمل معه عدم أو سوء الفهم .ب. الكلمات المجردة: هي تلك التي تشير إلى صفات أو معان مثل (جميل – حرية – عدم - ديكتاتورية.. إلخ)، وهذه كلمات تحتوي على جوانب من العاطفة أو الشعور والاتجاهات والآراء الفلسفية والمصطلحات، وهي من ثم تختلف باختلاف خبرات وقدرات وخلفيات من يستخدمها والإطار الدلالي والمعرفي الفكري له، الأمر الذي يحتمل معه إساءة فهمها أو فهمها بطريقة عكسية تماماً".

إشكاليات استخدام الكلمات المجردة في الإذاعة:

- السياق الثقافي المختلف والمتنوع للمستمعين، فكلمة مثل "الحرية" لها العديد من المعاني والتفسيرات وفقاً لطبيعة وثقافة من يستخدمها، بل إن هذه الكلمة قد تعني معاني مختلفة من ثقافة إلى أخرى ومن مكان إلى مكان ومن شخص إلى آخر، أي أنها حمالة أوجه، ومن هنا فحين نستخدم هذه الكلمات في الاتصال بالآخرين من خلال وسائل الإعلام فإنها قد تقلل من فعالية عملية الاتصال وردود الاتصال المتعلقة بها.
- . دلالة الكلمة واختلاف تلك الدلالة باختلاف الظروف النفسية والاقتصادية والسياسية لمن يستخدم أو يتلفي هذه الكلمات، فالكلمة الواحدة قد تعني معاني مختلفة بالنسبة لشخص واحد باختلاف الظروف التي قيلت فيها والتي لا علاقة لها بالتركيب الحرفي للكلمة، كما أن تصوراتنا أو اتجاهاتنا إزاء الآخرين تلعب دوراً مهماً في مدى فهمنا للكلمات التي نستخدمونها، فكلمة واحدة مثل "صباح الخير" قد يقولها لك شخصان مختلفان أحدهما تشعر نحوه بود وصداقة، والآخر لا تشعر نحوه بتلك المشاعر، مما يجعلك تفهم الكلمة نفسها بطريقتين مختلفتين وتتخذ موقفين متباينين يختلفان باختلاف اتجاهك نحوه من قال، ثم إن النطق السليم للكلمة وحسن إخراج ألفاظها تعد عوامل مهمة في مدى فهم معانيها فهماً صحيحاً، ولذلك لا بد لكي تؤدي الكلمة وظيفتها بفعالية من أن تحمل للمستقبل المعنى نفسه الذي يفهمه ويريده المرسل، وإلا فقدت الرسالة معناها وهدفها.
- وفي سياق ذلك، يمكن فهم خطورة اختيار الألفاظ والكلمات التي تستخدم في صياغة الرسالة الإعلامية، ويمكن القول إن هذه الخطورة تزداد في حالة الإذاعة أكثر منها في أي وسيلة أخرى. فمثلاً الصحافة أو وسائل النشر المطبوعة لا يطلع عليها سوى قلة من الجماهير التي نالت حظاً وثيراً من التعليم، ومن ثم فإن هناك حداً أدنى من الفهم المتبادل

بين من يكتب ومن يقرأ، ولكن الإذاعة تستهدف الوصول إلى كل قطاعات الجماهير المثقفة والفئات المثقفة والأمية على قدم المساواة، ولهذا تواجه تحدياً كبيراً في صياغة رسالة ملائمة لمختلف تلك المستويات والأذواق والمرجعيات، وهو أمر يشكل عبئاً مضاعفاً على الإذاعيين، كما يفرض على الرسالة الإذاعية وجوب أن تكون بعيدة عن التعقيدات الفنية وخالية من الألفاظ الضخمة حتى يسهل على جمهور المستمعين إدراكها وفهمها في يسر وبساطة، ولقد حتمت طبيعة العمل الإذاعي إيجاد فن جديد للكلمة المنطوقة، وهو مخاطبة الجماهير بطريقة أساسها الألفة والبساطة والوضوح والمباشرة.

2- الموسيقىⁱⁱⁱ؛

تعد الموسيقى من العناصر الرئيسية المكونة للبرامج الإذاعية، وعنصر رئيسي ومهم في جذب المستمعين إلى المحطة الإذاعية وبرامجها، ولقد شكلت منذ بدء العمل الإذاعي عنصراً أساسياً من عناصر التشويق الإذاعي، ومن ثم حرصت الإذاعات المختلفة على إفراذ ساعات طويلة من إرسالها لتقديم الموسيقى والأغنيات سواء بصورة منفصلة، كما في البرامج الموسيقية والغنائية، أم ضمن برامجها المختلفة، كمقدمة أو افتتاحية ونهاية للبرنامج، أم قد تكون مستخدمة في الربط أو النقل بين أجزاء البرنامج أو إيجاد فواصل بين فقراته، ويمكن أن تعمل الموسيقى كمؤثر نفسي وبخاصة في البرامج الدرامية. ونظراً لكون الموسيقى جزءاً مهماً وأساسياً في الإنتاج الإذاعي فإنه يجب على من يتصدى للعمل الإذاعي أن يعرف أوجه استعمالها المختلفة.

أوجه استخدام الموسيقى في البرامج الإذاعية :

- الموسيقى هي نفسها موضوع البرنامج، وفي هذا المجال يمكن أن تكون موسيقا حية تقدم مباشرة أو أن تكون مسجلة من قبل على أشرطة أو أسطوانات. 2. تستخدم كمقدمة أو افتتاحية للبرامج الدرامية وغير الدرامية وكذلك كنهاية لها. 3. تستخدم كلحن مميز للبرامج الثابتة سواء الدرامية أم غير الدرامية أيضاً.
- تستخدم كنقلات بين أجزاء البرامج غير الدرامية، وبين مسامع البرامج الدرامية، ففي برامج المنوعات تستخدم الموسيقى كفواصل بين الفقرات التي يتضمنها كل برنامج للدلالة على انتهاء الفقرة السابقة وفصلها عن الفقرة اللاحقة للدلالة على أن كلا منهما وحدة قائمة بذاتها.

- أما في البرامج الدرامية فتعني الموسيقى عند استعمالها كنقلات تغييراً في الزمان والمكان، وفي هذه الحالة يجب أن تعطى أهمية كبيرة لعملية اختيار هذه النقلات التي يجب أن تكون معبرة عن المزاج ومتفقة مع الجو الذي يصوره الموقف، وأحياناً تستخدم الموسيقى كمؤثر صوتي، ولعل سبب استخدام الموسيقى كمؤثر صوتي أن بعض المؤثرات الصوتية لا تصور الجو المطلوب تماماً.

- تستخدم بنجاح لتصوير الجو النفسي وفي خلفية المواقف الدرامية كعامل مساعد على نقل هذا الجو إلى المستمع، وهنا تصبح الموسيقى التعبيرية مساعداً للمخرج في الوصول إلى أعماق التعبير، غير أن استخدام الموسيقى الشائعة، أو تعدد الآلات في إيقاعات مدوية يفسد هذا التعبير عن الجو النفسي.

- تستخدم في الإعلان الإذاعي وذلك لتحقيق الأهداف التالية: جذب انتباه المستمعين للإعلان وبخاصة إذ استخدمت في بداية الإعلان، وإذا كانت معروفة من أكبر عدد ممكن من المستمعين، كذلك فإن الحركة المفاجئة التي تصدر عن أي آلة موسيقية تلعب دورها في جذب أذن المستمع للإعلان. تعد الموسيقى إحدى المؤثرات الفعالة في إثارة العواطف والأحاسيس ولاسيما إذا كانت مناسبة للسلعة أو الخدمة المعلن عنها. تعمل الموسيقى على إثارة خيال المستمع، وخلق صورة ذهنية مواتية للسلعة أو الخدمة المعلن عنها.

- تستخدم للاحتفاظ بانتباه المستمع وربطه بالإعلان المذاع.

- تثبت الموسيقى الإعلان وتساعد على تذكره وبخاصة إذا ارتبطت في ذهن المستمع بموقف معين خاص بالسلعة أو الخدمة المعلن عنها، كما أنها تساعد على تثبيت اسم الخدمة أو السلعة أو المتجر.؟

- في بعض الأحيان تستخدم الموسيقى كمؤثر صوتي، مثال ذلك استخدام الآلات النحاسية وآلات الإيقاع لتصوير العواصف والرياح سواء على المستوى الواقعي أم الرمزي، ويرجع سبب استخدام الموسيقى كمؤثر صوتي إلى أن بعض المؤثرات الصوتية لا تصور الجو العام المطلوب إلا من خلال الموسيقى.

تعد المؤثرات الصوتية أحد العناصر المهمة التي يتكون منها البرنامج الإذاعي، وتسعى هذه المؤثرات إلى خلق صورة محسوسة لمقاطع المسرحية أو الحلقة أو البرامج الإذاعية المستخدمة فيها، ومن هنا فإن تأثيرها يرتبط بقدرتها على إثارة خيال المستمع وتحفيزه، كما تعد من العوامل المكملة للعمل الإذاعي وتلعب دوراً مهماً في عملية الإحياء للمستمع بالمكان والزمان، فهي تعد مع الموسيقى عين المستمع، ومن خلالها يعطي المذيع للمستمع وصفاً سمعياً تفصيلياً عن حيثيات الموضوع الذي يسمعه من خلال خياله.

المؤثرات الصوتية من حيث نوعها:

- **مؤثرات حية، واقعية طبيعية،** تصدر عن مصادرها الطبيعية كخطوات الأقدام، وفتح الأبواب وإغلاقها، وهي تعمل على استدعاء صورة ذهنية معينة لمخيلة المستمع، أو أنها تشير إلى وقوع فعل معين يستعاض به عن شخص يؤديه. 2. مؤثرات صناعية، وهي إما مجردة لا تشير إلى فعل حركي مثل أصوات الرياح والأمطار وخير المياه، أو أنها كهربائية تصدر عن آلات كهربائية كرنين جرس الباب أو الهاتف أو عمل آلة معينة، وأما حركية تشير إلى حركة معينة كصوت تحرك القطار أو سيره، أو إقلاع طائرة أو سباق الخيل، وكل هذه المؤثرات لا يمكن إحداثها عن طريق الإنسان بل تستخدم أداة لإحداثها، فهي كما يتضح من اسمها صناعية أي لا دخل للإنسان فيها، ومع ذلك فإن تأثيرها النفسي كبير.

المؤثرات الصوتية من حيث طبيعتها : تنقسم المؤثرات الصوتية من حيث طبيعتها إلى قسمين :

- مؤثرات حية تنفذ في الاستديو.
- مؤثرات مسجلة ،
- خارج الاستديو.

ويمكن القول إن جميع المؤثرات الصوتية بدءاً من أصوات الطائرات إلى صراخ الطفل يمكن أن توجد مسجلة، على الرغم من أن المؤثرات الحية تكون عادة أكثر تأثيراً، والمؤثرات الحية ذات نوعين مختلفين (كما أسلفنا): الأول: وهو المؤثرات الطبيعية أي التي تصدر عن مصادرها الطبيعية (كخطوات أقدام الممثلين في الاستديو). الثاني: المؤثرات الصناعية التي تستخدم للدلالة على أصوات لا يمكن

إيجادها بطبيعتها داخل الاستديو مثال ذلك استعمال خشخشة أوراق السيلوفان للدلالة على اشتعال النيران).

وتستخدم المؤثرات الصوتية بنجاح لأداء كثير من الأعراض التعبيرية الإذاعية ولإعطاء عدد من التأثيرات مثال ذلك :

- **تصوير المكان :** فالخطوات مثلاً إلى جانب صوت الأبواب المعدنية وانطلاق صفارة قد يدل على السجن، وموسيقا كمان ناعمة إضافة إلى أصوات أطباق وملاعق معدنية وشوك قد تشير إلى مطعم بل ربما مطعم ذو طابع معين أو في بيئة معينة.
- **توجيه اهتمام المستمع وعاطفته:** مثال ذلك صوت مطرقة القاضي المفاجئة في أثناء نظره إلى إحدى القضايا يضع أمام مخيلة المستمع على الفور منظر القاضي.
- **تحديد الوقت :** وفي هذا المجال كثيراً ما يكون استخدام دقات الساعة أو صياح الديكة للدلالة على الوقت.
- المساعدة في توفير الجو النفسي المطلوب: الدرامية. تخفي دلالاته على المستمع.
- . تستخدم المؤثرات الصوتية في الإعلان لتحقيق الأهداف النفسية التالية: جذب انتباه المستمع إلى الإعلان وبعد الهدف الأول لاستخدام المؤثرات الصوتية. سيقال بعدها. تذكره. ومثال ذلك استخدام المؤثرات الصوتية لتأزم الحالة النفسية للشخصيات في محاولة للوصول إلى القمم
- الإشارة إلى دخول الشخصيات وخروجها: خطوات الأقدام المتباعدة ثم فتح وغلق الباب، أو فتح وغلق الباب ثم صوت الخطوات المقبلة أمر لا استثارة خيال المستمع مما يؤدي إلى خلق صورة ذهنية مواتية للسلعة أو الخدمة المعلن عنها. ه تعمل المؤثرات الصوتية على إثارة اهتمام المستمع بالإعلان لأنها تجعله يتقرب ما ه يستهدف استخدام المؤثرات الصوتية الاحتفاظ بأذن المستمع طوال فترة تقديم الإعلان. تساعد المؤثرات الصوتية على تثبيت اسم السلعة أو الخدمة، كما تساعد على سرعة
- العمل كنقطة بين جزئي برنامج، أو التعبير عن تغيير في الزمان والمكان في البرامج الدرامية، حيث يمكن استخدام المؤثرات الصوتية الدالة على مضمون الفقرات التالية كوصلات لهذه الفقرات، كذلك قد يستخدم المؤثر الصوتي للدلالة على طبيعة ومضمون البرنامج ككل (مثال ذلك: صوت البحر للدلالة على برنامج حول المصيفين أو الصيد، أو استعمال صوت جهاز "التيكر" في برنامج إخباري).

6- مراحل تنفيذ البرنامج الإذاعي:

تمر عملية الإنتاج الإذاعي بمراحل عدة أساسية^٧

1- اختيار وتحديد الفكرة: (بعد اختيار الفكرة الجيدة الصالحة للإنتاج الإذاعي أولى الخطوات،

ويمكن أن تستمد فكرة البرنامج من مصادر عدة: تاريخية، دينية، التراث، القصص الشعبية،

الواقع، من خيال الكاتب، إلخ، وتفضل مراعاة شروط عدة في هذا الصدد:

- الوضوح: فالأفكار غير الواضحة تترك المعد وتترك المستمع . الابتعاد عن الأفكار التقليدية المستهلكة . لا قيمة للأفكار التي انتهى النقاش حولها في المجتمع كخروج المرأة إلى العمل.
- التنوع في الأفكار لتشمل المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأدبية.. إلخ.

- أن تتوافق الأفكار مع اهتمامات الجمهور ورغباته، وتخصص المعد.

• مراعاة الاتجاه العاطفي للمستمعين، ومراعاة أخلاقيات المجتمع.

• توخي الدقة الشديدة إذا تم تناول الموضوعات الدينية والتاريخية والعلمية. و الأفكار التي تستمد من أفكار الناس وأحاسيسهم في الأفضل للمعالجة

2- اختيار فريق العمل الإذاعي الكفاء المتخصص.

3- التأكد من توفر الأدوات والأجهزة الإذاعية.

4- تحديد الجمهور المستهدف: تعد هذه الخطوة بالغة الأهمية لنجاح أي إنتاج إعلامي، ويتعلق بذلك

تحديد الوقت المناسب لتقديم البرنامج ليناسب وقت الجمهور، واللغة المناسبة له، وتحديث

الشكل والقالب المناسبين للجمهور .

5- الإعداد للبرنامج الإذاعي: وهذا من أهم مراحل الإنتاج ويتضمن:

التخطيط للبرنامج

• تحديد مصادر المعلومات والبحث وجمع المادة

• اختيار شكل البرنامج .ه اختيار المؤثرات والموسيقى

6- التجميع النهائي: وهذا يوضع السكريبت (سيناريو مبدئي) وذلك بوضع تصور النص الإذاعي، وتوزيعه على فقرات، وتحديد نوع موسيقا الربط، والمؤثرات الصوتية، وتحديد وقت كل فكرة أو مقطع على حدى

7- مرحلة التسجيل النهائي: وهي المرحلة النهائية في مراحل الإنتاج الإذاعي وتشمل خطوات عدة

- حجز الاستوديو: يتم ذلك بالاتفاق مع مدير الاستديو، ومدير المحطة الإذاعية.
- كتابة السكريبت أو النص الإذاعي.
- التسجيل النهائي للبرنامج.
- الميكساج والمزج الإلكتروني للصوت.

(kenanaonline.com) - نادية النشار القوالب الإذاعية، القوالب الإذاعية ١١ - د.نادية النشار^١

- نهلة العيسى، الإخراج الإذاعي والتلفزيوني، منشورات المجتمع السوري الافتراضية، دمشق، 2020، ص

ص 64 – 65. ii

- المرجع السابق، ص – ص 70 – 72. iii

- نفسه، ص – ص 72 - 74 iv

- للمزيد أنظر: كمال الحاج، م س ذ، ص – ص 8 – 9. v