

المحاضرة -3- إعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية

الهدف التعليمي

هذه المحاضرة تتضمن الخطوات الأساسية لإعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية، والتعرف عليها يمكن للطالب من التمرس على الإعداد الجيد للبرامج.

تمهيد

يعتبر إنتاج البرامج الإذاعية أساس ديمومة مسيرة البث الإذاعي والتلفزيوني، لأنها تغطي فترات بثها التي قد تستمر على مدار أربع وعشرين ساعة، لذا وجب العمل على التخطيط والتنسيق والتنفيذ إنتاج برامج متنوعة تلبي رغبات المستمع حسب تنوّع ميله.¹

عملية إعداد البرامج تحتاج إلى معرفة ودراسة بشؤون ما يحيط وما بهم تطلعات الجمهور المستهدف، لذلك يتطلب من معدى البرامج متابعة ورصد المشكلات والاهتمامات لوضع الحلول الالزامية، من خلال طرح الآراء والمقترنات من ذوي الاختصاص، في شكل برامج إذاعية وبصيغ وأساليب متنوعة، لجذب اهتمام الجمهور،² و لإعداد البرامج الإذاعية، لا بد من إتباع عدة خطوات علمية ومنهجية، تتمثل في ما يلي :

1- اختيار فكرة وموضوع البرنامج

يجب أن تكون الفكرة مناسبة للوسيلة الإعلامية من حيث التقديم ، فهناك أفكار تصلح للإذاعة بينما لا تصلح للتلفزيون والعكس أيضا ، وبالتالي فإن اختيار الفكرة لابد أن يتناسب مع تقنيات العرض الإذاعي،³ وتتعدد المواضيع والقضايا والشخصيات التي يمكن أن تكون مادة صالحة للبرامج الإذاعية، ويمكن تصنيف هذه الموضوعات والقضايا في النقاط الآتية:

- مواضيع تشير الرأي العام.
- مواضيع تتسم بالأنانية والحداثة وتفرض نفسها على وسائل الإعلام.
- مواضيع وقضايا تتصل بإنجازات على أرض الواقع.

1- طالب فرحان : صناعة الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ط1، دار النفائس، عمان، الأردن، 2011، ص 68.

2- المرجع نفسه، ص 52.

3- إياد عمر أبو عرقوب: الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن، 2012، ص 101.

- النماذج والقدوة.
 - المبتكرین والمجدیین فی مختلف المجالات.¹
- فكرة البرنامج يجب أن:

- تحقق التكامل والتناسق مع بقية أفكار البرنامج، ولا تكون مقلدة أو مكررة للبرامج الأخرى.

- تتناسب مع المستوى الثقافي والعمري والتوقیت الذي تذاع فيه.
- تستجيب لاهتمامات واحتیاجات الجمهور.

- تتوافق مع السياسة الإعلامية للإذاعة وتتوافق مع خصوصية المجتمع.²

- يتحدد اختيار الفكرة، بناء على الأهداف التي يتطلب تحقيقها، وهي:
- إمداد الجمهور بالمعرفات والمعلومات.
 - تدعیم الاتجاهات والقيم الإیجابیة وتغيیر الاتجاهات السلبیة.
 - تغيیر السلوکیات السلبیة وتدعیم السلوکیات الإیجابیة.³

2-تحديد الجمهور المستهدف

بعد اختيار فكرة وموضوع البرنامج، تأتي الخطوة الموالية المتمثلة في تحديد الجمهور المستهدف بهذه الفكرة التي يحملها البرنامج، وتحديده يساعد المعد والمذيع على النجاح في البرنامج، وهذه الخطوة تحتوي عدة عناصر:⁴

2-1-نوع الجمهور

يجب تحديد الجمهور المستهدف بشكل دقيق لكل برنامج إذاعي وينقسم إلى:

* **الجمهور العام**، ويعني توجيه البرنامج إلى المستمعين جميعا دون اعتبار للسن والنوع والمهنة.

* **الجمهور الخاص**، ويعني توجيه البرنامج إلى فئة معينة محددة من فئات الجمهور.

-
- 1- نسمة أحمد البطريق وعادل عبد الغفار : **الكتابة للإذاعة والتلفزيون**، جامعة القاهرة، مصر، 2005، ص 16.
 - 2- رفعت عارف الضبع : **الإذاعة النوعية وإنتاج البرامج الإذاعية**، ط1، دار الفجر، القاهرة، مصر، 2011، ص 248.
 - 3- طارق الشاری : **الإعلام الإذاعي**، ط1، دار أسامة، الأردن، 2010 ، ص 156.
 - 4- محمد عبده هادي : **البرامج الإعلامية الإذاعية والتلفزيونية**، ط1، دار جامعة عدن للطباعة والنشر، عدن، 2010، ص ص 84، 85.

2- الوقت المناسب للعرض

لكل فئة من فئات الجمهور وقت مناسب لمخاطبتها، وهو الوقت المتوقع فيه كثرة عدد المترضين لوسائل الإعلام، حتى تكون كثافة التعرض أو الاستماع كبيرة من أجل تحقيق الأهداف المسطرة من خلال هذا البرنامج.

3- اختيار اللغة المناسبة لمخاطبة الجمهور

حيث أنه لكل فئة الأسلوب الذي تخاطب به، كذلك لا بد من استخدام كافة مستويات اللغة العربية في البرامج الإذاعية بدء من العامية وانتهاء بالفصحي، ويتحدد ذلك وفقاً للجمهور وطبيعة البرنامج.

4- تحديد شكل أو قالب عرض البرنامج

بعد تحديد نوع الجمهور واللغة والوقت، يجب أن تقوم بتحديد القالب المناسب للتوجه به إلى هذا الجمهور، ولا يكون بشكل عشوائي وإنما يرتبط بطبيعة ومضمون البرنامج، كذلك يتطلب دراسة احتياجات ورغبات الجمهور.

ويفيد تحديد الجمهور المستهدف في الجوانب الآتية:¹

- التركيز على أبعاد معينة في الموضوعات والقضايا المطروحة.
- تلبية الاحتياجات الحقيقية للجمهور المستهدف.
- اختيار الضيف الملائم.
- تحديد المدة الزمنية للبرنامج.
- تحديد الوقت المثالي لبث البرنامج.
- تحديد نوعية الموسيقى والأغاني الملائمة.
- تحديد أشكال الاتصال والتفاعل المناسبة مع أسرة البرنامج الإذاعي.

3- تحديد المصادر وجمع المعلومات

يتوقف نجاح البرنامج الإذاعي على حسن اختيار المصادر وجمع المعلومات التي تقييد في الإعداد، وهذه الخطوة تشمل على عدة نقاط:

1- نسمة أحمد البطريق وعادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص 18.

3-1-التخطيط للبرنامج

يبدأ التخطيط مباشرة بعد اختيار الفكرة أو الموضوع، وتحديد الجمهور المستهدف، والهدف من البرنامج وتحديد وقت البرنامج على خارطة الإرسال.¹

3-2-جمع المعلومات

يعتمد النجاح الحقيقي للبرامج الإذاعية في أحد أبعاده الأساسية على مقدار الجهد الذي يبذل من جانب المعدين في جمع البيانات والمعلومات التي تتصل بالموضوعات والقضايا والشخصيات التي تقدمها البرامج الإذاعية.

وتتعدد مصادر المعلومات التي تقييد في إعداد البرامج الإذاعية وتشمل:

- الجرائد، المجلات، الكتب، الدوريات العلمية.
- التقارير الرسمية بالوزارات والجهات الرسمية.
- البحوث والرسائل العلمية، المؤتمرات والندوات.
- نشرات المؤسسات والجمعيات الفاعلة في المجتمع.
- شبكة الانترنت من خلال موقع الدول والوزارات والجهات الرسمية وغير الرسمية.
- الخبراء في مختلف المجالات.²

3-3-اختيار ضيوف البرنامج

في هذه الخطوة يقوم معد البرنامج بترتيب المواجه مع كافة الأطراف المعنية بالبرنامج وتحديد الأوقات الملائمة للطرفين (أي الشخص المقصود بال مقابلة ومعد أو مقدم البرنامج،³ والشرط الأساسي في ضيوف البرنامج هو الإلمام والتخصص والمتابعة للموضوع، وهناك من يفضل أن يختارهم على أساس الخبرة بغض النظر عن شهرتهم في الميدان العام، وجاذبيتهم للجمهور، فالغرض منهم هو الوصول إلى الحقيقة فقط وحدها، وهناك من يفضل اختيارهم على أساس الشهرة لدى الجمهور بغض

1-محمد عبده هادي، مرجع سابق، ص 88

2-نسمة أحمد البطريقي وعادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص 18، 19

3-عاصف حميدي : العمل الإذاعي والتليفزيوني، مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع، ط1، مطبع الظفرة، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، 2004، ص 153.

النظر عن خبرتهم، والاختيار الصحيح يكون على أساس متطلبات موضوع البرنامج.¹

3-4-اختيار المؤثرات الصوتية

الهدف منها هو إضفاء المناخ العام لجو البرنامج أثناء التسجيل، فمشاهد التلفزيون يرى صورة المتحدث والمكان الذي يتواجد فيه، بينما الإذاعة لا يرى المستمع ذلك، وإنما يتخيل المكان الموجود فيه المذيع، من خلال التأثير الذي تحدثه المؤثرات الصوتية.

3-5-اختيار الموسيقى

للموسيقى أهمية كبيرة في البرنامج الإذاعي، والاختيار الجيد للموسيقى المصاحبة للبرنامج هو عنصر من عناصر الجذب واستقطاب أكبر عدد من المستمعين.²

1- رفعت عارف الضبع ، مرجع سابق، ص ص 82، 83.

2- محمد عبده هادي ، مرجع سابق، ص ص 91، 92.