

المحاضرة -2- التخطيط الإعلامي

الهدف التعليمي

تهدف هذه المحاضرة إلى تبيان أهمية التخطيط الإعلامي عموماً ودوره في نجاح الخريطة البرمجية، باعتباره الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة لدى الإذاعة والتلفزيون والتي تساعد بشكل كبير في الاختيار الأمثل للمضامين الإعلامية التي تتناسب مع خصائص الجمهور الموجه إليه.

تمهيد

يعد التخطيط سمة من سمات الإعلام الحديث فهو يمثل الأسلوب والمنهج السليم للنهوض بالعمل البرمجي في الإذاعة والتلفزيون، باعتباره عملية منظمة يتم من خلالها اتخاذ الإجراءات اللازمة لتحقيق الأهداف المطلوبة، والتخطيط الإعلامي يخضع لعدد العوامل التي يمكن أن تؤثر عليه في وضع الخطط الإعلامية المطلوبة.

1-تعريف التخطيط الإعلامي

التخطيط الإعلامي هو عملية إدارية يتم من خلالها فحص وتشخيص المجتمع المستهدف من أجل إحداث التغيير المطلوب، ويتم ذلك عن طريق استغلال الموارد والطاقات الإعلامية والتنسيق بينها، والتخطيط الإعلامي مطلب له الدور الفعال باعتباره يرتبط بالأهداف السياسية التي تسعى الدولة لتحقيقها عن طريق استغلال كافة هذه الإمكانيات، والتخطيط الإعلامي هو عملية مستمرة لا تتوقف عند موضوع معين أو وحدة محددة وإنما هي تتجدد وفق مستجدات الأحداث والاهتمام برأي الجمهور.¹

والتخطيط الإذاعي والتلفزيوني كجزء من التخطيط الإعلامي هو " التوظيف الأمثل للإمكانيات البشرية والمادية الموجودة أثناء فترة زمنية من أجل تحقيق الأهداف المحددة مسبقاً، والغاية منها الوصول إلى الكفاءة والاحترافية في العمل والاستثمار الأمثل في مجال الخدمة الإعلامية."²

1-رفعت عارف الضبع، الإذاعة النوعية وإنتاج البرامج الإذاعية، دار الفجر، القاهرة، 2011، ص108.

2-إسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة، الأردن، 2012، ص188.

كما أن التخطيط إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية بل يجب أن تشمل الأهداف العامة والخاصة القريبة والبعيدة، التي تتعلق فعلا باحتياجات الجمهور المستهدف ومقارنتها مع الإمكانيات والموارد المتاحة المتعلقة بالإنتاج والتنفيذ.¹

2- خصائص التخطيط الإعلامي

أهم الخصائص التي تميز التخطيط الإعلامي تتمثل في النقاط الآتية:²

- التخطيط يسير وفق أسلوب علمي مقصود.
- يتم في إطار زمني معين.
- يتضمن التخطيط تحديد الأهداف التي سيتم الوصول إليها.
- التخطيط عملية ديناميكية مستمرة.
- يتسم التخطيط بنظرة مستقبلية.
- يتميز التخطيط بالمرونة حتى يكون هناك تجاوب مع الواقع.
- يتطلب التخطيط فريق عمل من المتخصصين في مختلف المجالات الإدارية، الفنية، التقنية، الاقتصادية والاجتماعية.

3- أهمية التخطيط للمضمون الإعلامي

تتبع أهمية التخطيط للمضمون الإعلامي من عدة عوامل نذكر منها:³

- اختلاف طبيعة الجهات المالكة للقنوات التلفزيونية واختلاف أهداف كل منها عن الأخرى.
- تعدد الأهداف المطلوب تحقيقها من القناة التلفزيونية انطلاقا من رسالة الجهة المالكة ورؤيتها.

1- مصطفى حميد كاظم الطائي، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007، ص 110.

2- سلامي اسعيداني، إستراتيجية الإذاعة المحلية في تلبية الاحتياجات الإعلامية للمرأة الريفية الجزائرية، -دراسة تحليلية للبرامج الإذاعية الموجهة للمرأة الريفية بإذاعة الحضنة سنة 2011، رسالة دكتوراه في الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2014-2015، ص ص 85، 86.

3- محمود عبد الهادي، التخطيط الاستراتيجي للمضمون الإعلامي، ورقة مقدمة للملتقى الثالث حول القنوات الفضائية الهادفة، مارس 2011، ص 6.

- اختلاف ترتيب الأولويات في الأهداف والحصص المخصصة لكل هدف حسب أهميته.
- تعدد الوظائف التي يقوم بها الإعلام وتعدد فئات الجمهور الذي يتلقى الرسالة الإعلامية.
- صعوبة التأكد من وصول المنتج الإعلامي للجمهور المستهدف وتفاعله معه وتأثره به.
- كثرة الأفكار التي يمكن أن يتوزع عليها المضمون الإعلامي وضرورة وضع محددات علمية لاختيار هذه الأفكار.
- تعدد الزوايا التي تحتاج إلى تناولها إعلامياً، وهنا يجب بناء محددات منهجية مسبقة.

4- التخطيط الإذاعي والتلفزيوني

4-1- طبيعة التخطيط البرامجي وأهميته

التخطيط هو عملية منتظمة تتضمن اتخاذ مجموعة من الإجراءات والقرارات المتصلة بإستراتيجية الإنتاج البرامجي للوصول إلى الأهداف المطلوبة يسعى القائمون على محطات الإذاعة والتلفزيون إلى تحقيقها عبر مراحل خلال فترة زمنية معينة.

إن تحديد الخطة الإذاعية يرشد إلى تحديد مضمون البرامج وكيفية إذاعتها وعرضها والإجراءات التي أقرتها المحطة للعمل بها بحيث تتمكن من تحقيق رسالتها في التثقيف والإعلام والترفيه.¹

4-2- خصائص الخطة البرنامجية

هناك مجموعة من الخصائص التي يجب مراعاتها عند وضع خطة البرامج منها:²

- مرونة الخطة بحيث تكون قادرة على مواجهة كافة الظروف المتغيرة.
- أن تكون واضحة ومفهومة للقائمين على تنفيذها، وهذا لا يأتي إلا بالاشتراك في وضعها وتنسيق الجهود بينهم.
- تكامل الخطة من حيث ما تضمه من برامج وكذا التوازن في الخطة من حيث الموضوعات والقضايا التي تتناولها البرامج بما يتفق مع متطلبات إشباع رغبات وحاجات الجمهور.

1- محمد معوض إبراهيم وبركات عبد العزيز، إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2017، ص

2- المرجع نفسه، ص 28.

- التوازن في خطة البرامج من حيث المناطق المستهدفة والفئات أو القطاعات أو الطوائف.
- التنوع في أشكالها التي تقدم بها وكذلك في مضمونها الذي تتناوله لتحقيق التأثير المستهدف في جمهورها من المستمعين أو المشاهدين.

4-3- هيكله الخطة البرامجية

من المفترض أن تسير عملية التخطيط للبرامج الإذاعية والتلفزيونية بطريقة ديمقراطية من أسفل إلى أعلى، ويشارك فيها الجميع من العاملين في قسم البرمجة، ويتم وضع هذه الخطة بإتباع المراحل الآتية:¹

- يقدم كل من الإذاعي أو المسؤول عن البرامج اقتراحاته البرامجية إلى رئيس القسم أو مدير الإدارة التابع لها.
- يتولى رئيس القسم أو مدير الإدارة دراسة المقترحات المقدمة للتنسيق فيما بينها ثم رفعها إلى اللجنة المختصة.
- يتم مناقشة المقترحات في ضوء سياسة المحطة والإقرار باعتماد البرامج التي توافق عليها وتجسيد أهداف المحطة.
- يتم على مستوى كل قسم اتخاذ الإجراءات الخاصة بإنتاج البرامج الخاصة بها وفق جدول أسبوعي يوضح تفاصيل البرامج.
- تتولى إدارة التنسيق بالمحطة إصدار جدول الإعداد وتوزيعه على أقسام المحطة ليتم إنتاج البرامج قبل مواعيد إذاعتها وتقديمها لإدارة التنفيذ.