

المقومات البنائية للكتابة الإذاعية Structural elements of radio writing



د. كنانة محمد فوزي

(جامعة 20 أوت 1955_سكيكدة)

Email : kenzaifaouzi@yahoo.fr

الملخص

باعتبار الإذاعة المسموعة مؤسسة إعلامية ، فهي تتطلب عدة طرق ووسائل و عناصر لنقل المعلومات و الأفكار ، ولكي يتحقق ذلك وحب على القائمين عليها التخطيط المحكم لها، هذا الأخير يتيح أكبر قدر من المشاركة لجميع شرائح المجتمع ، حتى أنّ هناك من يعتبر أنّ حالة التخلف التي تعيشها دول العالم الثالث مرهونة بإنهاء حالة التخلف في مجال الاتصال و لا يتأتى ذلك إلا بتوافر عدة عوامل تأتي في مقدمتها توفر المعلومة التي أصبحت تمثل احد أقوى المؤشرات حول نوعية الديمقراطية السائدة في أي بلد ، إلا أنّ هناك عوامل تعيق خاصة في دول العالم الثالث منها ما يتعلق بالتكنولوجيا و استخدامها في مجال الاتصال، و منها ما يتعلق بضعف التمويل و التنسيق بين الأجهزة المسؤولة عن التخطيط ، و الأخطر من ذلك جهل أو تجاهل الإحتياجات الحقيقية للمجتمع ما يؤدي في الكثير من الأحيان إلى انفجارات اجتماعية عنيفة نتيجة هذا التجاهل المتراكم و عدم رسم استراتيجيات في الاتجاه الصحيح الذي يتحرك فيه المجتمع.

الكلمات المفتاحية: أشكال الإنتاج الإذاعي - عناصر الإنتاج الإذاعي - مراحل الإنتاج الإذاعي .

Abstract

Since Radio is a mass media institution, it requires many methods, media and elements to transmit informations and ideas; and in order to realize that, it is necessary for their supervisors to well planify the whole process, that makes equal participation chances for most parts of the society. There are some who think that the state of under development in third world countries can't be stopped until the degradation state of the communication field is ended. It depends on some factors; starting by the availability of information which represents a powerful indicator of democracy kind in whatever country. Nevertheless, there are some constraining factors especially in the third world countries concerning technology and its use in the field of communication, as well as the weak funding and the weak coordination between the sectors responsible of planing. The more serious is the ignorance of the society real necessities that leads in most of the time to social violent explosions because of that ignignorance and the lake of correct strategies in the society.

Keywords : Forms of radio production - elements of radio production - Steps of radio production.

المقدمة

يقول الكاتب الأمريكي "والتر ليمان" (Walter Lippmann) في معرض حديثه عن الإذاعة: "إن المجتمع الحديث لا يقع في مجال الرؤية المباشرة لأحد، كما أنه غير مفهوم على الدوام، و إذا فهمه فريق من الناس فإنّ فريقاً آخر لا يفهمه". (شرف، 1979، ص:190) فالفن الإذاعي هو فن حضاري يرتبط بالتقدم التقني و التكنولوجيا بالدرجة الأولى زيادة على إنتشار التعليم و لو بدرجات متفاوتة مابين وسائل الإعلام سواء التقليدية منها أو الميديا الجديدة، لكي يجعل المجالات المركبة و المعقدة في متناول الجمهور المستهدف، فالإنتقال إلى المجتمع الحديث يتيح لوسائل الإعلام و الإتصال -الإذاعة المسموعة- الإرتقاء الدائم بما لهم من قدرة على إحداث الإستجابات المتجانسة بين الوحدات المختلفة للمجتمع المعقد.

أولاً، الإنتاج الإذاعي في الراديو:

1- أشكال الإنتاج الإذاعي في الراديو: إنّ الإنتاج الإذاعي مثله مثل أي فن عبارة عن شكل و مضمون، و هذا الشكل هو بمثابة القلب الذي يصب فيه الإذاعي مضمونه أو هدفه الذي يقصد انه يقدمه للناس، و أشكال الإنتاج الإذاعي التي استخدمت في كثير من وسائل الإعلام التي سبقت ظهور الراديو، إلا أن هذه الأشكال أخضعت لطبيعة الراديو و أصبحت أشكالاً فنية خاصة بالإذاعة المسموعة لذلك فان معرفة هذه القوالب و محاولة حصرها و فهمها ضرورة ملحة. (الحسن، 2008، ص:89) ، ويمكن حصر هذه الأشكال في الآتي:

أ- الحديث و المقابلة: أداة المحرر الرئيسية التي يقوم باستخدامها من أجل الحصول على معلومات، و في أكثر أنواع القصص يكون على رجل الأخبار أن يتحدث إلى شخص أو أكثر من شخص إما حديثاً مباشراً أو بواسطة الهاتف و تعتبر المقابلة

طريقا عالية المرونة من أجل الحصول على المعلومات. يمكن أن تتم وجها لوجه أو عن طريق الهاتف، كذلك يطلق إسم برامج الحوار أو المقابلات الإذاعية على هذا النوع من البرامج التي تقوم على استضافة شخص معين و محاورته من خلال مجموعة من الأسئلة التي توجه إليه. (الحسيني، 2005، ص: 33) و تعتبر اللقاءات و المقابلات الإذاعية واحدة من أهم المواد التي تقدمها الإذاعة السمعية إلى جمهورها و هي في نفس الوقت تحظى برضا و قبول المستمع لأنها: (فلاتة، 1997، ص: 95)

-تزود المستمع بمعلومات أساسية و حديثة و مباشرة.

-تمتاز بالآنية و الحيوية و العفوية و عدم التكلف.

-تولد لديه قناعة و ثقة في المعلومات التي تحصل عليها.

و المقابلات الإذاعية يمكن أن تكون برنامجا قائما بذاتها، أو مجرد فقرة من فقرات البرنامج الذي يتضمن عدد آخر من الفقرات المتنوعة، و من أحاديث و مقابلات و صور صوتية. تشمل المقابلة الإذاعية كل مجالات الحياة تقريبا، من السياسة و الاقتصاد إلى العلوم و الفنون و الأداب، إلى السير الذاتية و الشخصية، كما تقوم ببعض مهام الاتصال المعروفة من إعلام و تثقيف و ترويج... الخ. (الحسيني، 2005، ص: 114) و تعتبر اللقاءات و المقابلات واحدة ن أكثر المواد الإذاعية حيوية و فاعلية و مصداقية، و هناك معايير محددة يفترض توفرها في معدها و في كيفية توجيه الأسئلة و كيفية التفاعل معها. (فلاتة، 1997، ص: 104) نوجزها فيمايلي:

(الحسيني، 2005، ص.ص: 114، 115)

-تحديد هدف البرنامج.

-تقديم الشخصية التي نجري معها الحوار.

-تحضير المذيع أو مقدم البرنامج.

-تحديد موضوع الحوار.

-صياغة أسئلة الحوار ومراعاة عامل الوقت و طبيعة الموضوع المثار.

ب-التحقيق الإذاعي: تعني كلمة "تحقيق" إعادة نقل الحدث أو الحديث بزواياه المختلفة و تقيمه من موقع الحدث إلى الجمهور المستهدف، و قد استعار الراديو مفهوم "الريورتاج" من الصحافة المقروءة، و أصبح يعني نقل الصورة الصوتية بكل ظلالها من مكان الحدث إلى المستمع، و يعتمد التحقيق أساسا على الخبر و الرأي.(مكاوي، 2008، ص ص:81، 82) و تكون مصادر التحقيق الإذاعي إما المناسبات السياسية، أو الاجتماعية، أو الدينية، أو الأخبار اليومية، أو خطابات القراء، و البحث في مشاكلهم عن طريق تلقي مكالماتهم و بريدهم الإلكتروني و برقياتهم. (الحسيني،2005، ص ص:108، 109) و تنقسم التحقيقات الإذاعية إلى نوعين رئيسين: (مكاوي، 2008، ص ص:81، 82)

➤ التحقيق الحي: يعد أقدم أنواع التحقيقات الإذاعية و يتسم بصدق التعبير حيث يقود المستمع إلى مواقع الأحداث و ينقل صورة صوتية صادقة لما يدور من وقائع، غير أن عيب هذا النوع هو عدم التحكم الكامل في وقت البرنامج، و عدم إمكانية تفادي الأخطاء التي قد تحدث على الهواء مباشرة.

➤ التحقيق المسجل: يتم تقديمه بعد إجراء عملية المونتاج و التحكم في العناصر المختلفة، و إدخال عناصر صوتية مثل الموسيقى و المؤثرات الصوتية، و يمكن تقديم تحقيق قصير و متكامل حول حدث استمر عدة ساعات من خلال التركيز على المراحل المميزة و ربطها بعبارات مناسبة.

➤ المجلة الإذاعية: و هي مثل المجلة المطبوعة تماما مع فارق بسيط، هو أنها تتناول موضوعين أو ثلاثة موضوعات على الأكثر، و تتغلغل فيها لشرح الأحداث بكل الوسائل الممكنة. و لذلك فهي تعتمد على الفنون الإخبارية الأخرى و تضم

أجزاء منها، فقد تعتمد على الريبورتاج أو النقل الخارجي أو الحوار أو الندوة أو غيرها وفقا لطبيعة الأحداث التي تتعرض لها. (الحسيني، 2005، ص:198) و لقد ظهرت المجلة كشكل إذاعي في سياق محاولات الراديو تطوير أساليبه في الممارسة أمام منافسة التلفزيون.فأمام هذه المنافسة طور الراديو أساليب ممارسة جديدة من أهمها استخدام قالب المجلة في تقديم البرامج، فالمجلة الإذاعية قالب و شكل إذاعي يتضمن فقرات متنوعة من حيث الشكل و المضمون تربطها وحدة عضوية و تقدم بأسلوب يكسبها خصائص المجلة المطبوعة و هذه الخصائص تتحقق من خلال مسالك متعددة أهمها الحلقة البرمجية و يطلق عليها لفظ العدد و ليس الحلقة و تتراوح عادة ما بين خمسة عشر(15) و ثلاثين(30) دقيقة و تكون مدة المجلة ثابتة في كل الحلقات، و إذا كانت المدة تحدد على خريطة البرامج وفق أهداف و فلسفة الخدمة الإذاعية، فإنها تتأثر أيضا بالجمهور المستهدف،فالمجلة التي تستهدف جمهورا عاما تكون مدتها أطول من تلك المجلة التي تستهدف جمهورا فثويا. (بركات، 2000، ص 185)

أهم ما يميز المجلة الإذاعية شكلها و نقدها اللاذع للأوضاع السلبية و تعبيرها الصريح عن مختلف الآراء، و غالبا ما تهدف إلى الانتشار الأفقي من خلال تعدد المواضيع التي تحتويها، و تحتاج وضع الفقرات داخل المجلة إلى عناية شديدة حتى تستحوذ على اهتمامات المستمعين. كما يوجد أنواع عديدة من المجالات الإذاعية منها المجلة المنوعة التي تتسم بتعدد المواضيع و تخاطب كل فئات المستمعين، و هناك المجالات ذات الموضوع الواحد مثل المجلة الصحية،السياسية،العلمية،الرياضية،البيئية...الخ، و هناك المجالات الموجهة لفئات متجانسة: الأطفال، المرأة، الشباب. (مكاوي، عبد الغفار ، 2008، ص ص:88، 89) و يجب أن لا يستقر في الأذهان أن مهمة المجلة الإذاعية

هي اختيار حدثين أو ثلاثة من أهم أحداث الأسبوع و محاولة معالجتها بطريقة أكثر عمقا مما عولجت به في نشرات الأخبار، فان هذا الوضع من شأنه أن يصيب جمهور المجلة بالملل فالواجب أن يترك المجال مفتوحا أمام مجالات الأحداث الجارية دون أن تضطر إلى الالتزام بقواعد ثابتة محددة تحكم اختيار هذه الموضوعات على أنه يمكن الاهتداء في عملية الاختيار بمجموعة من المؤشرات من واقع التجربة العملية، فقد يكون الموضوع متعلقا بأحداث محلية أو عالمية. (الحسيني، 2005، ص: 202)

ج-الدراما الإذاعية: الدراما تشكل نوعا من الفن قائم على تصوير الفنان لقصة تدور حول شخصيات تتورط في أحداث ، هذه القصة تحكي نفسها عن طريق الحوار المتبادل بين الشخصيات، فالكلمات هي وسيلة التعبير عن أفكار و مشاعر و رغبات الأشخاص الذين تخيلهم الكاتب. تتضمن الدراما الإذاعية ما يسمى بالتمثيلية أو المسلسل الإذاعي. (بركات ، 2000، ص:211) فالكاتب الإذاعي حين يلجأ إلى الرمز ليعبر به، فإنما هو يعبر بالكلمة المنطوقة و يصور لنا الأحداث لا بالسرد أو القص و إنما بالعمل الإذاعي التي تتفاعل عناصره و ينساب إلى ذهن المستمع و خياله، فالحوار و الصوت يخلقان مسرحا خياليا للمستمعين. (إمام، 1985، ص:54) فالتمثيلية هي عمل فني متكامل يبدأ بالحوار الذي يأتي على ألسنة الممثلين، و هو الحوار الذي اتفق خبراء الإذاعة على أن له وظائف ثلاث هي: إعطاء المعلومات،التعبير عن العواطف وتطوير الحوادث حتى تفضي إلى العقدة. (بركات، 2000، ص:212) تجمع الدراما الإذاعية بين أسلوب المسرح و أسلوب حكاية القصة، فالمسرح في كل أنحاء العالم يتبع تقاليد و مفاهيم راسخة منذ القدم، و كذلك أسلوب حكاية القصة الذي يعد أسلوبا قويا و مؤثرا للتعبير عن الأبعاد الإنسانية، الآمال و المعتقدات، القيم و الاتجاهات، و السمات الخاصة بكل ثقافة و تستمد

الدراما أصولها من الثقافة الإغريقية القديمة، و تتبع أساليب وصفها "أرسطو" و هي تتضمن وحدات الزمان و المكان و الحدث و الحبكة التي تنطوي على الصراع الذي يعكس بعض الأزمات، و تساهم كل أزمة في تعقيد الأحداث إلى أن تصل إلى مرحلة الذروة و عندها يتم علاج المشكلة علاجاً نهائياً بما يؤدي إلى تطهير المتلقي. (مكاوي، عبد الغفار ، 2008، ص ص: 108، 109)

لقد أوجد الراديو مسرحاً جديداً غير محدود ينقل المستمع عبر الأزمنة و الأماكن دون أن ينتقل المستمع من مكانه. (بركات، 2000، ص: 213) و عند تطبيق قواعد البناء الدرامي على الإذاعة، نلاحظ أن الوحدة في الدراما الإذاعية هي وحدة الحدث أو وحدة الفكرة. بينما لا تعترف الدراما الإذاعية بوحدة الزمان و المكان، و يتحول الحدث الأساسي في الدراما الإذاعية إلى سلسلة من المسامع المتعاقبة، و يتم بناء كل مسمع وفق مبدأ الحدث الصاعد، و يعتمد البناء الكلي للنص الدرامي على ترابط المسامع المستقلة التي تحقق وحدة الحدث في النهاية. (مكاوي، عبد الغفار ، 2008، ص: 110)

و يمكن مناقشة خصوصية الدراما الإذاعية من واقع مقومات الدراما بوجه عام، تلك المقومات التي تتمثل في: (بركات، 2000، ص: 214)

✓ الحدث أو الفكرة، و التي يجب أن تكون ذات قيمة إنسانية و هادفة في المجتمع.

✓ الشخصيات: إذ يرسم الكاتب الإذاعي للشخصيات في العمل الدرامي في حدود ما يخدم الفكرة الدرامية موضحاً أبعادها الجسمية (ذكر أم أنثى)، الاسم، السن، المظهر، ثم من ناحية البعد الاجتماعي و يظهر في انتماء الشخصية إلى طبقة معينة أو فئة من فئات المجتمع و كذلك الوظيفة و

المستوى التعليمي و الثقافي و اتجاه التفكير... الخ، و في الأخير يرسم البعد النفسي و يتمثل في جانب الدوافع و الغرائز و ما ينشأ عن ذلك من أفعال و هدوء و من انطواء أو انبساط اجتماعيين، و من حب أو نفور و كراهية و حقد و ما يتصل بذلك من عقد نفسية محتملة الحدوث.

و يستخدم كاتب الدراما الإذاعية عناصر الموسيقى و المؤثرات الصوتية و الحوار للإيحاء بمواقف الحركة، و يتضمن النص الإذاعي شرحا لتتابع المشاهد و استخدامات الموسيقى و المؤثرات الصوتية و صدى الصوت. (مكاوي، 2000، ص ص: 214-219)

فبناء التمثيلية الإذاعية ينبغي أن يكون متكاملا و متوازنا تتضح فيه عناصره المختلفة ابتداء من الموضوع و العقدة و مرورا بالشخصيات و الحوار و انتهاء بالإخراج الذي يحول النص الإذاعي إلى تجربة حية من المسامع (المشاهد) المتسقة بالموسيقى و المؤثرات الصوتية. (إمام ، 1985 ، ص: 54)

د-البرامج الإخبارية: تقوم الإذاعات على اختلافها (محلية، وطنية، عالمية) بنقل الأحداث من موقعها مباشرة، أو تسجيلها لتذيعها في وقت لاحق، أو تقدم الأخبار الهامة من خلال نشرات أو مواجيز الأنباء بهدف إخبار الجماهير و إثارتها و إيقاظ الوعي لديها. كما تقوم بتفسيرها و تحليلها حتى يمكن للمستمع أن يستوعبها و يفهمها و يشارك فيها خاصة بعدما تعقد المجتمع الحديث و ازدادت تخصصاته و ترامت أبعاده و أصبح ما يحدث فيه غير مفهوم لعامة الناس، مما يتطلب شرحا و تفسيراً لمغزاه و جوانبه. (معوض، 1994، ص ص: 45)

و تعد الخدمة الإخبارية من المواد الأساسية التي تقدمها المحطات الإذاعية، ففكرة نقل الأخبار إلى أكبر عدد ممكن من الناس و في أسرع وقت ممكن، كانت و مازالت هدفا أساسيا للمجتمعات المختلفة، فالأخبار هي المعلومات الجديدة التي تهم الناس

و تؤثر فيهم.(مكاوي، عبد الغفار ، 2008 ، ص:89) فالقيم الإخبارية خصائص آنية أصيلة في الإخبار اصطلح على توافرها فيها، فان وجدت أو انتفت أمكن الحكم على ما للأخبار من قيمة و بالتالي على مدى صلاحيتها للإذاعة أو النشر لذلك يعتبرها البعض معايير للاختيار، أو هي بمثابة مقاييس أو مواصفات لتحديد قيمة الأخبار و أوزانها أو حجمها و يطلق عليها البعض صفة الخصائص الواجب توافرها في الأخبار، و بغض النظر عن المسميات فان الباحثين بشكل عام يتفقون على تحديد هذه القيم مع زيادة أو نقصان في عددها.(خزعل، 2003، ص:134) و أهم هذه القيم: .(الحديدي، 2001، ص ص:96،97)

- ✓ التأثير
- ✓ الصراع.
- ✓ الشهرة.
- ✓ القرب.
- ✓ المالية.
- ✓ القرابة.
- ✓ البساطة و الوضوح.
- ✓ الاستمرارية.
- ✓ السلبية.
- ✓ التراكيب أو البنية.
- ✓ التردد.
- ✓ الحد أو البداية.
- ✓ الدلالة أو المعنى.

✓ التوافق أو التناغم.

و يضيف لها "شانلي جونسون" و "جوليان هاريس" قيمتي الجنس و الحيوان. و البعض يضيف التوقع و الأهمية و الجسامة أو الضخامة و التشويق و الأخلاق العامة و سياسية الوسيلة كعناصر مكمل بينما يقصرها البعض الآخر لغرض التركيز على خمسة معايير إخبارية رئيسية و هي: (خزعل ، 2003 ، ص: 135)

✓ التأثير الكبير على الجمهور.

✓ الصراع سواء أكان ماديا أو معنويا حتى وإن كان اختلافا في الرأي.

✓ الشهرة، كإذاعة خبر لشخص معروف.

✓ القرب سواء الجغرافي أو السيكولوجي.

✓ الحدائة، أي أنها تحتوي على معلومات جديدة.

✓ الاهتمام أو المصلحة العامة أو الشخصية.

أما عن أنواع الخبر الإذاعي و تقسيماته، فهناك العديد من الأسس التي يصنف وفقا لها الخبر الإذاعي و الأخبار بوجه عام، و تأتي أهمية معرفة هذه الأسس ليس فقط من اجل مكونات أو بناء القوالب الإخبارية، و لكن أيضا من اجل الاستفادة بها في تحقيق نوع من التوازن في الممارسة الإخبارية للوسيلة، و تتمثل أهم أسس تصنيف الأخبار في عشرة عناصر أساسية هي: (معوض ، بركات، 1996، ص ص: 14-20)

● الموضوعية: يمكن تقسيم الأخبار الإذاعية على أساس مدى موضوعيتها إلى

قسمين: أخبار موضوعية (تقدم وفق ما حدث تماما) و أخبار ملونة (تقدم

كما تريد السياسة الإخبارية للإذاعة أن يفهمها الجمهور).

● المصدر: هناك أخبار مجهولة المصدر و هناك أخبار محددة المصدر، و هناك

أخبار من مصادر رسمية و ذات صفة قانونية و هناك أخبار من مصادر غير

رسمية.

- تكوين الخبر: يمكن تصنيف الخبر إلى قسمين: الأول خبر بسيط و هو الذي يتضمن حدثًا واحدًا، و الثاني خبر مركب وهو يتضمن أكثر من واقعة مرتبطة بالحدث الرئيسي.
- أسلوب العرض: يمكن أن نقسم الأخبار إلى قسمين: أخبار مجردة و أخبار مفسرة.
- محور التركيز: على هذا الأساس، فإنه تقسم الأخبار إلى ثلاثة أنواع: أخبار محورية الحدث، أخبار محورية الشخصية و أخبار محورية الحدث و الشخصية.
- الإعداد: و هي قدرة المحرر على إيجاد توليفة متكاملة من المعلومات و يصيغها بأسلوب إذاعي ذي لغة واضحة و معبرة تتسم بالدقة و البساطة و الشمول.
- الاتجاه أو التأثير المتوقع: يمكن تقسيم الأخبار حسب التأثير المتوقع إلى الأنواع الآتية: أخبار ايجابية، أخبار سلبية و أخبار ايجابية سلبية أي أخبار غير محددة أي لا تتضمن معنى الايجابية أو السلبية.
- طبيعة وقوع الحدث: و فق هذا الأساس يمكن تقسيم الأخبار إلى ثلاث مستويات: أخبار معروفة أو مؤكدة، أخبار متوقعة، و أخبار مفاجئة.
- نطاق التغطية الجغرافية: على أساس نطاق التغطية الجغرافية للخبر، يمكن تصنيف الأخبار إلى سبعة أقسام رئيسية هي: الأخبار المحلية، الأخبار الإقليمية، أخبار إقليمية/محلية، أخبار محلية/دولية، الأخبار الإقليمية/الدولية، الأخبار المشتركة (الجمع بين المحلي و الإقليمي و الدولي).
- مضمون الخبر: فهناك الأخبار السياسية و الأخبار الاقتصادية و العسكرية و تحليلها و مناقشتها و تفسيرها و شرحها للمتلقي، حتى يدرك الأسباب التي

أدت إليها و النتائج التي ترتبت أو يتوقع أن تترتب عليها.(راغب، 1999،ص:254) و تشغل المواد الإخبارية سواء نشرات الأخبار أو التحليلات و التعليقات الإخبارية و برامج الشؤون الخارجية، نحو خمس زمن الإرسال الإذاعي فضلا عن وجود قنوات إخبارية متخصصة تعمل على نقل الأخبار و تفسيرها على مدار الساعة.(مكاوي، عبد الغفار ، 2008، ص:89) و تعتبر نشرة الأخبار بمثابة رأس الحربة أو البصمة البارزة التي تعرف بها شخصية المحطة، و في كثير من الأحيان تعد المعيار الذي يمكن أن يقاس به أداء المحطة بصفة عامة.(نادر، السيد ، 2004، ص:26) و كذلك إن طبيعة النشرات و العروض الإخبارية و الفترات الزمنية المحددة التي تعرض فيها عدة مرات خلال اليوم الواحد، و طبيعة الجمهور المستمع المختلف اجتماعيا و ثقافيا و عمريا و جنسيا، و طبيعة الوسيلة الناقلة تلزم محرر النشرة الإخبارية بقاعدة رئيسية تحكم تحرير الأخبار المسموعة، تقوم على أساس أن الأخبار تكتب من قبل محرر لكي تقدم مقروءة من قبل مذيع و مسموعة من قبل جمهور ، منقولة من خلال و وسيلة إعلامية (الراديو) . تضمن وصول الرسالة بصورة ناجحة.(نادر، السيد ، 2004، ص:26) و تكون أخبار الإذاعة على أفضل صورها عندما تذيع الأحداث فور وقوعها.(ألان، 2008، ص:147) و في هذا الصدد يمكن استعراض عدة نماذج من المواد الإخبارية و تشمل ما يلي:

- نشرات الأخبار: يتفاوت الزمن المخصص للنشرة الإخبارية من إذاعة إلى أخرى، حيث يمتد بين خمسة (5) و خمسة عشر(15) دقيقة و أحيانا يمتد لنصف ساعة أو أكثر و هو ما يعرف بالفترة الإخبارية.(مكاوي، عبد

الغفار، 2008، ص:90) و يرى البعض أن معدل النشرة الإخبارية هو خمسمائة (500) كلمة، و أن القليل من نشرات الأخبار تتعدى هذا الرقم، كما أن أخبار الراديو تكتب حوالي عشرة (10) كلمات في السطر الواحد. (رزاقبي، 2004، ص:55) و تنقسم الفترة الإخبارية إلى ثلاثة أجزاء بنسبة متساوية و هي: نشرة الأخبار ، تقارير إخبارية ، و مجلة إخبارية، و قد يختلف الزمن المخصص لكل جزء منها حسب أهمية الأحداث و توافر المصادر الإخبارية و احتياجات الجمهور المستهدف.(مكاوي، عبد الغفار ، 2008، ص:90)

● التعليق و التحليل الإخباري:فالتعليق الإخباري هو حديث إخباري مباشر يكتبه شخص متخصص للتعبير عن رأي معين في قضية ما أو حدث.(بركات ، 2000،ص:60) أما التحليل الإخباري فهو شرح للخبر و مقابلته بالأخبار الأخرى المرتبطة بذات الموضوع سواء كانت متوافقة معه أم متعارضة. (مكاوي، عبد الغفار ، 2008،ص:61) فالتوجه الإذاعي في الدول المتقدمة و الديمقراطية يحرص على إبراز الرأي و الري الآخر ثم التفاعل بينهما الشيء الذي يمكن أن يؤدي إلى رأي ثالث أو رابع. (راغب، 1999، ص:262)

● شريط الأخبار: عبارة عن برنامج إخباري يستهدف فصل التحليلات و التعليقات عن الأخبار المجردة و يتطلب هيئة تحرير كبيرة و إمكانيات تقنية إضافية حتى ينتج بشكل جيد. و يختار رئيس التحرير عددا محددًا من الأخبار التي تحتاج إلى شرح و تركيز من بين كم هائل من الأخبار المتاحة و

يأطر من طرف مهارات عالية في استخدام الشرائط المسجلة و فقرات الربط بين المواد المقدمة. (مكاوي، عبد الغفار، 2008، ص: 91)

● التغطية الإخبارية: و تتضمن ما يلي: (مكاوي، عبد الغفار ، 2008، ص: 92- 94)

- تغطية الاجتماعات و الخطاب.
- تغطية المؤتمر الصحفي.
- تغطية الأحداث الخاصة.
- تغطية الأحداث الرياضية.

هذه هي أهم الأشكال الإخبارية بالإذاعة، و هناك أشكال أخرى أساسها الخبر، و من خلالها تؤدي الإذاعة وظائفها المتعددة في النظام الاجتماعي، فالمادة الإخبارية هي جوهر الوظيفة الإعلامية لأنها تتضمن معلومات تمكن الناس من فهم الظروف الشخصية و البيئية و التصرف تجاهها عن علم و معرفة، و عليه فان دور المادة الإخبارية في تجسيد وظائف الإذاعة كوسيلة اتصال يتأثر حتما بالظروف السياسية و الاقتصادية و الثقافية التي تعمل فيها الإذاعة، و يختلف هذا الدور من مجتمع إلى آخر و لكن المادة الإخبارية تظل ذات أهمية رئيسية للفرد و المجتمع و الإنسانية بوجه عام. (بركات ، 2000، ص: 61، 62)

هـ-برامج المنوعات: يمكن تعريف الترفيه من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية بأنه محاولة وسائل الاتصال التنفيس عن الجمهور المستهدف لإحداث تأثير معين، من خلال تحقيق حالة من الاستمتاع و الاسترخاء لهذا الجمهور. إذ يتضح من هذا التعريف أن الترفيه هو هدف و وظيفة في نفس الوقت، فهو وظيفة هادفة تتكامل فيما بينها لتكون هذه الغاية التي هي أصولها و قواعدها. (بركات ، 2000، ص: 62)

و قد أشار "جراهم دقيقي" إلى أن تضمين نشرات الأخبار حدثًا طريفًا و مسليًا ليس أمرًا سيئًا أو معيبًا، بل هو ضروري لإيجاد نوع من التوازن مع الحروب و الكوارث التي تستحوذ على أولويات اهتمام الإذاعة. (راغب، 1999، ص:356) و تضم برامج المنوعات العديد من العناصر المختلفة: عروض كوميدية ، مواقف درامية ، موسيقى غنائية ، نكت ، مونولوج ، حوار و تعليق، إذ يحقق وجود هذه العناصر مجتمعة ميزة نسبية لبرامج المنوعات لا تتحقق في أشكال البرامج الأخرى، تستهدف برامج المنوعات التسلية و الترفيه و التخلص من القلق و التوتر و النقد الاجتماعي البناء في إطار من المرح و البهجة. (مكاوي، عبد الغفار ، 2008، ص: 103) و بذلك تمثل المنوعات في الإذاعة العمود الفقري أو القلب الأساسي للوظيفة الترفيهية، أو لتحقيق أهداف الإذاعة في الترفيه عن الجمهور و في نفس الوقت تشكل وسيلة لا يستهان بها في تحقيق الأهداف الآجلة الخاصة بالتعليم و اكتساب المعارف و الخبرات للجمهور. كما يساهم الترفيه في تأصيل القيم الاجتماعية المألوفة و يحث الأفراد على التمسك بها و وضعها موضع التطبيق الفعلي في سلوكياتهم. كما يساهم في الدعوة إلى نشر الاتجاهات الاجتماعية الجديدة المرتبطة بمراحل التطوير المستمر في المجتمع بشرط ألا تتعارض مع ما هو راسخ من قيم و مبادئ. (بيركات، 2000، ص ص: 238-239) و-البرامج التعليمية و التثقيفية: يعد المذيع وسيلة سمعية احتلت مكان الصدارة بين الوسائل المستخدمة في مجال التوعية و التثقيف و التعليم، بعد أن أصبح في متناول جميع الناس على اختلاف طبقاتهم و مستوياتهم التعليمية. و يقدم المذيع إذا ما استخدم كوسيلة تعليمية الكثير من الفوائد من خلال: (عليان، الدبس ، 2003، ص ص: 139-140) -توصيل المعلومات و الخبرات إلى المتعلمين.

-توصيل الدرس بصوت معلم أو مذيع.

-يستفيد المتعلم و المعلم من خلال استماعه للدرس أكثر من مرة.

-تضاعف فائدته في المدارس البعيدة عن المركز المدني الذي لا تتوفر فيها وسائل تعليمية، كما يمكن استخدامه في التعليم ذاتيا. (عطبة ، 2008 ، ص:60)

و تستهدف البرامج التعليمية و التثقيفية قطاعات متخصصة من الجماهير، و يناسب هذا الاستخدام الدول النامية نظرا للافتقار إلى وسائل الاتصال و المواصلات، و قلة أعداد و إمكانيات المدارس و المعلمين و زيادة نسبة الأمية. تهدف البرامج التعليمية إلى إثراء الجانب المعرفي لمستقبليها من الجامعات المستهدفة و تنقسم هذه البرامج إلى نوعين أساسين: الاول يطلق عليه البرامج التربوية و هو غير مرتبط بمنهج دراسي، أما الثاني فهو مرتبط بمنهج دراسي محدد و يطلق عليه اسم البرامج التعليمية المنهجية. (مكاوي، عبد الغفار ، 2008 ، ص :94)

و يذكر "ليفينسون" ما يزيد عن اثني عشرة ميزة للإذاعة السمعية في مجال التعليم منها: أنها تثير العواطف و تحدد الاتجاه،تعطي المدرس المزيد من الصلاحيات و الشجاعة، تساعد المتعلم على المشاركة في العملية التعليمية و لا تعطي للمدرس فرصة لأن يتولى العملية التعليمية بمفرده، و تساعد الطالب على التخيل و التمييز بين الأشياء و تساعد على تطوير المنهج و المعلومات. (فلانة ، 1997، ص:150)

و من بين الأهداف التعليمية التي تسعى إليها الإذاعة السمعية مايلي:

-أهداف معرفية:تتمثل في إكساب الطلاب ثقافة عامة، التعريف بالمواد الدراسية، تعريف الطلاب بمشكلات المجتمع المحلي و العالمي.

-أهداف وجدانية: أن يقدر الطلاب الأعمال الإذاعية و يتذوقها، و أن ينتهج الطالب أسلوبا عمليا في التفكير و تنمية روح الولاء للوطن و حبه.

-أهداف مهارية: تتمثل في توظيف طاقات الطلاب في ممارسة العمل الإعلامي.
(نصار، 2009، ص ص: 95-99)
و من بين أشكال البرامج التعليمية مايلي: (مكاوي، عبد الغفار ، 2008، ص ص: 95-99)

-برامج ما قبل المدرسة.

-برامج موجهة لطلاب المدارس.

-برامج الجامعة المفتوحة.

-برامج تعليم الكبار.

-برامج المرأة.

و- **برامج الفيتشر** : كلمة فيتشر (Feature) من الكلمات الأجنبية و هي تعني ملامح أو معالم، فقد تستخدم لتدل على ملامح الوجه، أو ملامح جانب معين من جوانب الحياة، و لقد استخدم بعض الباحثين مصطلح "برامج الإبراز" بدلا من "برامج الفيتشر" باعتبار أن هذه البرامج تنطوي على إبراز شخص أو حدث أو مفهوم أو قضية من كافة الوجوه و تقلسم صورة متكاملة عنها للمستمع، و لقد أسفرت الممارسة الإعلامية المتطورة باستمرار عن ظهور الفيتشر كقالب إذاعي يتحدى القوالب الإذاعية التقليدية و المعروفة. (بركات، 2000، ص: 288)

حيث يتطلب هذا النوع من البرامج بحثا دقيقة، و تقييما عميقا للمادة المسجلة التي تبرز التفاصيل و الخلفيات و وجهات النظر. كما يستخدم المونتاج بحرفية عالية للتأكيد على الفكرة أو الرأي، و يستهدف هذا القالب البراجمي تحليل الموقف الحالي و التنبؤ بالمستقبل بناء على تحليل منطقي مدروس. (مكاوي، عبد الغفار ، 2008،

ص ص: 83-84)

و برامج الفيتشر كقالب إذاعي لم تستقر بعد على تعريف محدد لها، و لعل ذلك يرجع إلى أن ذاتية المنتج يكون لها دور ملحوظ بالرغم من الجانب الموضوعي و المتمثل في الالتزام بالحقيقة و المعايير الإذاعية المقبولة في توصيل الفكرة إلى الجمهور. فان له جانبا ذاتيا آخر هو ذاتية المسئول عن البرامج، إلا أنه يمكن أن نذكر تعريفا صريحا للفيتشر بأنه: قالب إذاعي يعرض عن المضمون بأسلوب إبداعي تحدده ذاتية المنتج مع الالتزام بالمعايير الإذاعية. (بركات، 2000، ص:288) و يقع هذا الشكل البراجمي بين نمط تغطية الأحداث الخاصة و نمط البرامج الوثائقية إلا أنه يختلف عن البرامج الخاصة في الجوانب التالية: (مكاوي، عبد الغفار ، 2008، ص ص:85-86)

-يتسم الحدث الخاص بالسرعة و الفورية في الإعداد، بينما يتطلب برنامج الفيتشر تخطيطا مسبقا و إعدادا دقيقا.

-تغطية الأحداث الخاصة لا تستوجب الإعداد المسبق للنص المكتوب، في حين يتطلب برنامج الفيتشر وجود النص الدقيق.

-غالبا ما تداع الأحداث الخاصة على الهواء مباشرة، و تشترك فيها جميع وسائل الإعلام، في حين يتميز برنامج الفيتشر بكونه احد إبداعات الإذاعة التي تبرز شخصيتها و لا يشترك في تغطيته وسائل إعلامية أخرى.

إن الفيتشر كقالب إذاعي إنما هو بمثابة تأكيد لفكرة هامة، مفادها أن القوالب الإذاعية قابلة للتطوير بل إنها يجب أن تكون كذلك بالفعل، و أن الذات المبدعة بإمكانها ابتكار أساليب جديدة في إطار ما هو متعارف عليه من قوالب إذاعية، و كذلك ابتكار قوالب إذاعية جديدة تماما خارج هذا الإطار. (بركات، 2000، ص:290)

ن-إعلانات الإذاعة: و يمكن تعريفها على أنها مجموعة من الأصوات المصممة لتحفيز الأشخاص على اتخاذ إجراء ما، فالإعلان يروج لبيع سلعة أو خدمة أو فكرة. و تتنافس الإذاعة مع آلاف الرسائل التجارية الأخرى التي يتعرض لها المواطن كل يوم. (مكاوي، 1983، ص:379) و يعتبر الوقت في برامج الراديو هو الوحدة التي تباع تماما مثل الحيز (المساحة) في الوسائل الأخرى، و أول ما يجب أن يفكر فيه المعلن الذي يرغب في استخدام الراديو كوسيلة لتوصيل رسائل إعلانية هو: (إمام ، 1985، ص:148)

-البرامج من حيث هي برامج مسجلة أو برامج حية

-وقت إذاعة البرامج، أي أين تكون نسبة الاستماع ملحوظة.

-عدد المستمعين.

و تتخذ إعلانات الراديو أشكالا عديدة يمكن حصرها على النحو التالي: (مكاوي،

عبد الغفار، 2008، ص ص:106-107)

-الإعلان المباشر: ويكون مركز يقدم رسالة صريحة من خلال صوت واحد فقط و

دون مؤثرات صوتية.

-الإعلان متعدد الأصوات: يجمع بين صوتين أو أكثر لتقديم السلعة.

-الإعلان الحواري: يعتمد على أسلوب الحوار بين شخصين لإظهار مزايا السلعة.

-الإعلان الدرامي: يجمع بين الحوار و الموسيقى و المؤثرات الصوتية.

-إعلان الصورة الذهنية: يعتمد على إثارة خيال المستمع من خلال استخدام الخيال

التاريخي أو خلق صورة ذهنية ايجابية.

-الإعلان الفكاهي: يعتمد على ابتكار موقف فكاهي مرح يتم توجيه الرسالة

الإعلانية من خلاله.

-الإعلان السريع الخاطف: و يشير للإعلانات السريعة ذات العشر أو الخمس عشرة ثانية.

-الإعلان الغنائي: وهو التعبير على السلعة أو الخدمة من خلال فقرة غنائية.

-الإعلان المدمج مع أحد البرامج: و يتوحد مع محتوى البرامج.

و يتضمن محتوى الإعلان في الإذاعة خمسة عناصر أساسية هي على النحو التالي:

(مكاوي، عبد الغفار ، 2008، ص ص: 107- 108)

-خصائص السلعة أو الخدمة.

-خبرات المستخدمين للمنتج.

-المزايا التنافسية للسلعة أو الخدمة.

-تعميق الفائدة للمستمع.

و في الأخير تجدر الإشارة إلى أن هناك اختلاف في الخصائص و الوظائف بين الإذاعة المحلية او الاذاعة الحكومية، فهذا الاختلاف هو الذي يدفع المعلنين إلى اختيار المحطات الإذاعية الكبرى و القوية القدرة على إيصال بثها إلى عدد كبير من المستمعين و العمل على اختيار الوقت الأمثل لعرض السلعة سواء قبل برنامج معين أو بعده أو أثناءه مقابل ثمن يتحدد بالدقيقة أو أقل فالإذاعة تبيع الوقت. (راشد ، 1981، ص: 520)

ي-البرامج الوثائقية: (مكاوي، عبد الغفار ، 2008، ص ص: 84- 88)

هي شكل إذاعي مستقل يتضمن صبغة تعليمية و هو لا يعتمد على الخيال تماما و لا على الواقع تماما و إنما يقدم وصفا للمجتمع الإنساني مع تعليقات على السلوك البشري و الاجتماعي و تعتبر البرامج الوثائقية أرقى أشكال الفنون الإذاعية، فهي تتيح للكاتب الإذاعي إبراز مهاراته و قدراته و استخدام أقصى إمكانيات الراديو.

يعتمد البرنامج الوثائقي على تحليل الماضي و عرض جوانب الحاضر و التنبؤ بالمستقبل و تنقسم إلى ثلاثة أنواع:

-برامج تستهدف رفع الروح المعنوية لدى الشعب.

- برامج تطرح مشكلة حيوية تواجه المجتمع سواء سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية و سبل علاج هذه المشكلة في إطار واقعي.

- برامج تعرض الحقائق المجردة من خلال تفاصيل الحياة اليومية.

و غالبا ما يتراوح عمر البرنامج الوثائقي بين خمسة عشرة(15) وستون (60) دقيقة، كما يعتمد على الصوت فقط من خلال أسلوب السرد (Narration) و تكمن الاستعانة بالموسيقى و المؤثرات الصوتية لإحداث الأثر الدرامي وعادة ما تكون الشخصية الرئيسية في البرنامج هي الراوي (Narrateur) و أسلوبه في الحديث للتعبير عن القصة، بالإضافة إلى أسلوب "الراوي" تستخدم البرامج الوثائقية الممثلين المحترفين و صوت الأشخاص الحقيقيين، كما يمكن عمل توليفة من كل ذلك في برامج وثائقي واحد، و تعد الاهتمامات الإنسانية هي مفتاح الكتابة الجيدة للبرامج الوثائقية حتى إذا كان الهدف هو تقديم حقائق مجردة.

ثانيا، عناصر الانتاج الإذاعي بالراديو:

1-العناصر الهندسية: العناصر الهندسية هي التي تقوم بالجانب الهندسي في الإنتاج الإذاعي، و تشمل الآتي:

أ-الأستوديو:(مكان الإنتاج): يعتبر أستوديو الإذاعة المكان الملائم الذي يبدأ منه الإنتاج الإذاعي، أي المكان الذي يتم فيه تحويل ما كتبه الكاتب الإذاعي إلى أصوات مسموعة و هذا المكان له شروط يجب توفرها. (مرزوق، 1986،ص:104) إنه المكان الأكثر أهمية في مبنى الإذاعة، تكون غرفته مغلقة بمواد عازلة تمنع تسرب الأصوات و

الضحيج الخارجي. (الموسوعة العربية، 1999، ص:41) و كما هو معلوم فإن الإذاعة الصوتية تعتمد على الصوت باعتباره المادة الأساسية لبرامجها، فهو عبارة عن اهتزازات ذبذبية تحدث في وسط معين نتيجة لاهتزاز الأجسام في ذلك الوسط و إن تلك الاهتزازات تخلق خلخلة في الوسط الذي تمر خلاله بغض النظر عن طبيعته ما لم يكن عازلاً، حتى تصل إلى أذن المستمع. (الطائي، 2007، ص:22) لهذه الأسباب يراعى في تصميم الاستوديوهات مايلي:

-عزل الأصوات غير المطلوبة ، بحيث لا يسمع الإنسان داخل الاستوديو أي شوشرة، بمعنى أن يعد الاستوديو عدا سليما من ناحية العزل الصوتي.(مرزوق، 1986، ص:105) و ذلك من خلال منع وصول ضوضاء خارجية إلى داخل الاستوديو. (شكري، 199، ص:84) لهذا تختار أماكن بعيدة عن المناطق المزدحمة و الأماكن التي تحدث ضجيجا كالأسواق العامة و المطارات. (الطائي ، 2007، ص:24)

-عدم وجود نوافذ أو أبواب مباشرة، و يتم ذلك ببناء حائط داخلي على بعد عشرون(20) ستمتر من الحائط الأصلي و الحائط الجديد يعتبر فراغ هوائي يعمل على عزل الصوت. (مرزوق،2007، ص:105) أو توضع به مواد عازلة تكون عبارة عن "صوف زجاجي" بالإضافة إلى عزل الأرضية بطبقة عازلة للصوت. (شكري ، 1996، ص:84) هذا ما يسمى بالعلاج الصوتي.

-تغطية بعض أجزاء الاستوديو من الداخل بأجسام لها أشكال هندسية للتقليل من قوة الذبذبات عندما تصطدم بها الموجات مباشرة من أجل تحسين نوعية الصوت. و بما أن هناك نافذة واحدة في الاستوديو فيجب الحرص على أن يكون الزجاج سميك على شكل لوحين بهما فراغ يمنع دخول الأصوات، يوضع في هذا

الفراغ مادة تسمى "سيلكاجيل" و هي تشبه الرمل، حيث أن الرطوبة موصل جيد للصوت، هذه المادة تعمل على امتصاص هذه الأخيرة، و بذلك يكون الضامن للحصول على عزل صوتي جيد في الفراغ الموجود بين الألواح الزجاجية. (مرزوق، 2007، ص:105) و هناك عدة أنواع من الاستوديوهات نوجزها فيما يلي: (محفوظ، 2005، ص:95)

-أستوديو التنفيذ (أستوديو الهواء): يتم فيه التنفيذ أي بث المواد الإذاعية بأشكالها المختلفة، بدءا من نشرات الأخبار و مواد الربط على الهواء مباشرة. و هو مقسم إلى قسم خاص بالمذيع و قسم خاص بغرفة المراقبة مزودة بأجهزة التحكم و مراقبة المواد المذاعة و تنظيم و تحسين الصوت و تقويته قبل إذاعته على الهواء بواسطة عدد من الأجهزة كالمقوى و الخلاط و وحدة مراقبة الصوت و جهاز الإرسال، كما يحتوي هذا النوع من الاستوديوهات على أجهزة تسجيل لإذاعة البرامج و المواد المسجلة و لاقط الأسطوانات لإذاعة المواد الموسيقية أو أغاني على الأسطوانات.

-أستوديو إنتاج البرامج: هذا الأستوديو أكبر حجما من أستوديو الهواء و هو معزول صوتيا بنفس الطريقة و مقسم إلى قسمين، الأول خاص بالمذيع و ضيوف البرامج و الثاني خاص بمهندس التسجيل و أجهزة الهندسة الإذاعية اللازمة لعمليات التسجيل و التركيب و هي أجهزة تسجيل و أجهزة لاقطة اسطوانات وأجهزة تحكم لتحقيق التوازن الصوتي و ميكرفون للتخاطب و سماعة.

ب- الميكروفونات (اللاقطات الصوتية): تعتبر الميكروفونات الأداة الرئيسية لنقل الأصوات و تحتل مكان الصدارة في الإذاعة المسموعة، فهي التي تنقل الموجات الصوتية و تحولها إلى موجات كهربائية. لابد لميكروفون الإذاعة من شروط حتى

يكون صالحا للاستخدام، كأن يكون ذا حساسية خاصة أي ذا مستوى صوتي معين، إلى جانب أن يكون سهل الاستعمال، و لا يتأثر بالحرارة، و أن يتحمل الضغوط الصوتية و الفروق العالية في المستويات الصوتية. (الحسن، 2008، ص:86) تختلف أشكال اللاقطات تبعا لطبيعة عملها و الغاية من استخدامها، فكل نوع يتميز بخصائص معينة تميزه عن غيره و بخاصة فيما يتعلق بطرق إلتقاطها للصوت. (الطائي، 2007، ص:47) و المايكروفونات حساسة بما يكفي لالتقاط كل أنواع الأصوات، و يمكن للميكروفون أن يلتقط اقل الإشارات الصوتية. (ستيفنس ، 2008 ، ص:257) و يتم اختيار عدد مناسب من الميكروفونات و من أهمها: (شكري ، 2000 ، ص ص:76-78)

-الميكروفون الإتجاهي أو الشريطي: يلتقط الأصوات القادمة من ناحيتين فقط و هو لا يستخدم خارج الأستوديو لأنه يتأثر بحركة الرياح و هو يصطلح لتسجيل البرامج الحوارية داخل الأستوديو.

-الميكروفون الديناميكي (أو الملف): يلتقط الأصوات من جميع الإتجاهات بالتساوي عكس الميكروفون الإتجاهي، و هو يصلح للقاعات المكتومة و يستخدم في التسجيلات الخارجية.

-الميكروفون القلبي: و يجمع بين مزايا الميكروفون الشريطي و الميكروفون الديناميكي، يصلح بالقاعات التي بها صدى لأنه لا ينقل الانعكاسات.

-الميكروفون المكثف: يستخدم في الأماكن المغلقة و لا يستخدم في الأماكن المفتوحة، و هو يعطي صورة صوتية صحيحة.

-ميكروفون الشفاه: يمكن تقريبه من شفاه المتكلم حيث ينتقل صوته فقط مهما كانت الضوضاء من حوله، و هو مناسب للمحاضرين و المطربين.

-ميكروفون ذو اتجاه خاص: لا يستقبل إلا الصوت الموجه له مباشرة، و يرفض استقبال الأصوات المحيطة
-ميكروفون الرقبة: و هو الذي يتم تعليقه في رقبة المتحدث.
-الميكروفون اللاسلكي: و هو الذي لا يحتاج إلى وصلات سلكية.

2- العناصر الصوتية: إن القاسم المشترك بين الجانب البراجمي و الهندسي، هو المادة الخام التي يتشكل منها الإنتاج و هي الصوت و عناصره إما كلمة منطوقة أو موسيقى، أو مؤثرا صوتيا. (الحسن، 2008، ص:87) و يمكن تفصيلها كمايلي:
أ-الكلمة المنطوقة: هي الكلمة التي يمكن ترجمتها داخل الذهن إلى الصوت و تلك التي تساعد على تكوين صورة ذهنية. (شكري، 1996، ص:87) و المعروف أن سلاح الإذاعة هو الكلمة الموسوعة، و من مميزاتا أنها كلمة مقبولة و مفهومة، بسيطة و غير متكلفة و أسلوب كتابة هذه الكلمة يمكن تسميته بالأدب الإذاعي. (الحسن ، 2008، ص:87)

-الموسيقى: تعتبر الموسيقى مكونا أصيلا من مكونات الأسلوب الإذاعي. (بركات ، 2000، ص:230) و لقد وجد الراديو عونا على تدعيم إنتاجه و اجتذاب المستمعين حتى أصبحت جزءا هاما في الإنتاج الإذاعي. (الحسن ، 2008، ص:87) و تلجأ بعض المحطات الإذاعية الكبيرة إلى تخصيص فرق موسيقية كبيرة لإنتاج الموسيقى المصاحبة للكلمة، حيث تقوم بدور مشابه لدور الإضاءة في المسرح حيث أنها تزيد من أثر الانفعالات، كما أنها تستخدم للتعبير عن الصراع و الأحداث. (بركات ، 2000، ص:232)

ب-المؤثرات الصوتية: و هي الأصوات التي تعطي تعريفا بنوع المصدر الصوتي، كما تعرف بالمخلوقات المختلفة، و هي تحدد أيضا الإطار الزمني و المكاني

للأحداث، فعن طريق المؤثرات الصوتية تنشط مخيلة المستمع و يعيش واقع الأحداث. (شكري، 1996، ص:69) من هنا يمكن أن تستخدم المؤثرات الصوتية بحيث تكون ذات قيمة عالية للإنتاج الإذاعي. (بركات ، 2000، ص:227) كما يجب أن تستخدم في حدود الغرض المطلوب و بدقة متناهية، لان استعمالها غير المناسب يأتي بنتائج عكسية تماما. (الحسن ، 2008، ص:88)

ثالثا، مراحل الانتاج الاذاعي بالراديو:

يمر الإنتاج الإذاعي المسموع بعدة مراحل هامة لإنجاح أي شكل من أشكال الإنتاج الإذاعي. و تتمثل في أربعة مراحل هي:

1- تحديد الجمهور المستهدف: كانت البداية دائما في صياغة الرسائل الاتصالية هي رسم خصائص و سمات جمهور المتلقين باعتبارها المدخل إلى إدراك هذه الرسائل و تفسيرها، و لذلك فان عمليات و تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري يجب أن تفسر في ضوء مفهوم جمهور المتلقين النشط الذي يبحث عما يريد و يرفض ما لا يتوقعه، و يتفاعل مع أعضاء الجماعة المرتبطة به. و لذلك لا يمكن أن نغفل الطبيعة الاجتماعية لجمهور المتلقين في الاختيار و التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري و دوافع استخدامها، كما لا يمكن أن نغفل السمات الفردية و خصائص الشخصية و السمات النفسية للجمهور خصوصا عندما لا تصبح السمات العامة أو الخصائص السكانية كافية للتخطيط. (عبد الحميد ، 1993 ، ص ص: 133-134)

فقبل أن يتم اختيار أي برنامج لابد من تحديد الجمهور المستهدف في البداية، لان ذلك سيؤدي إلى تحديد الفكرة بشكل أسهل، كما سيؤدي إلى سهولة تحديد الشكل

الإذاعي المناسب لفكرة البرنامج المعني. (الحسن ، 2008 ، ص:91) إن أهم السمات الجديدة بالدراسة هي السمات ذات العلاقة بالسلوك الاتصالي و أهمها: (عبد الحميد ، 2008 ، ص ص:138-143)

-العزلة و الانتماء الاجتماعي: يساعد الانتماء الاجتماعي على تنمية السلوك الاتصالي في إطار السمات المميزة لجماعات الانتماء و بالتالي سهولة التخطيط له و توقع اتجاهاته.

-جماعات الانتماء: تعتبر جماعة الانتماء هي الجماعة المرجعية التي يشارك الفرد أعضاؤها في الدوافع و الميول و الاتجاهات و يتمثل قيمهم و معاييرهم في سلوكه الاجتماعي، و عندما تمتلك وسائل الاتصال الجماهيري (الراديو) المعلومات الأساسية حول الجماعات المرجعية لأفراد الجمهور المستهدف فإنه يسهل التخطيط لبرامج إذاعية.

-الأطر المرجعية و المعايير الثقافية السائدة: تظهر أهمية معرفة المعايير الثقافية السائدة في كونها موجها في صياغة البرامج الإذاعية و اختيار رموز و دلالات المعاني التي يحتويها، و ذلك حتى يحقق الأثر المطلوب لارتباط إدراك الفرد برموز العمل و دلالاته بأطر المرجعية بصفة خاصة و المعايير الثقافية بصفة عامة.

و تعد أبحاث جمهور وسائل الاتصال من المرتكزات الأساسية التي تعتمد عليها وسائل الاتصال الجماهيري في توجيه رسائلها إلى جمهور واسع، يمتاز بالأمزجة المتقلبة و الأذواق المتباينة و الحاجات المتجددة و الخصائص المختلفة في الجنس و السن و المهنة و مستويات التعليم و الثقافة و التحضر و يتصفون بالتنوع و عدم التجانس. و تجدر الإشارة إلى أن هناك نوعان من الخصائص لجماهير وسائل الاتصال، فالمجموعة الأولى تدور حول الخصائص العامة الشبه الثابتة و تتمثل في الجنس و السن و

مستوى التحضر أو التوزيع السكاني، و المجموعة الثانية تتعلق بالخصائص الخاصة التي توصف بكونها متغير بحسب الزمان و المكان و تتلخص في، الخصائص الاجتماعية ، الخصائص الثقافية و التربوية و الخصائص النفسية لجمهور وسائل الاتصال. (الطائي، 2007، ص ص: 134- 141)

و لما كان الجمهور هو المحور الأساسي و المستهدف لكل عملية إنتاج، لذلك كان لزاما دراسة دراسة دقيقة نوجزها كمايلي: (فلاتة ، 1997، ص ص: 126)

-تحديد طبيعة الجمهور و خصائصه.

-تحديد الموقع الجغرافي للجمهور.

-تحديد ما يريده الجمهور.

-دراسة واقع الجمهور.

2- اختيار الفكرة و موضوع البرنامج: كثيرا ما يخلط بين الموضوع و الفكرة، فالموضوع هو المضمون و ربما يكون موضوعا تاريخيا أو سياسيا أو اجتماعيا أو دينيا، أما الفكرة فهي وجهة النظر أو الهدف المقصود و هي بمثابة الرابط الموحد بين أجزاء الموضوع، و الفكرة تمثل قناعة الكاتب و ما يؤمن به، لذلك فان كل كاتب أو مؤلف إنما يعالج الموضوع بطريقته الخاصة و يعبر عن وجهة نظر معينة. (الحسن ، 2008، ص ص: 92) و تتحد فكرة البرنامج بناء على ثلاثة شروط حددها " أليسون" في: (فلاتة ، 1997، ص ص: 135)

-فكرة جيدة و قابلة للتنفيذ.

-تنفيذ الفكرة أو إنتاجها جيدا من الناحية العلمية و الفنية.

-العرض أو التقديم على نحو جيد و بناء.

و لا شك أن اختيار موضوع أي برنامج يتحدد وفقا لما نريد أن نوصله إلى الجمهور المستهدف و وفقا للهدف المطلوب إحداثه من البرنامج. و يسهل اختيار البرنامج

بعد تحديد الجمهور المستهدف. (الحسن، 2008، ص ص: 93) وتنوع اهتماماته و اتساع حاجته و ما يتعلق بأذواقه و ميولاته و اهتماماته و قيمة معتقداته و أوقات فراغه، فضلا عن أساليب تقديم هذه البرامج و ما تفرضه من تطوير لتدعيم قناعات الجمهور. (الطائي، 2007، ص ص: 115)

3- الإعداد للبرنامج الإذاعي: يمر الإعداد الإذاعي بمجموعة من المراحل الهامة تتمثل في الآتي: (الحسن، 2008، ص ص: 93)

-التخطيط للبرنامج -تحديد المصادر -البحث -جمع المادة -اختيار شكل البرنامج -اختيار المؤثرات الصوتية -اختيار الموسيقى -التجميع النهائي.

و سنركز في هذا العنصر على نقطة تبدو ذات أهمية و هي تخطيط و تصميم إنتاج البرامج السمعية من خلال أسلوب النظم الذي يستخدم للمساهمة في بلوغ أفضل مستوى إدارة و تأكد دوره في ميدان إنتاج البرامج الإذاعية و هو تعبير شاع استعماله للإشارة إلى عملية تطبيق التفكير العلمي في حل المشكلات.

إذ يبدأ التخطيط بتحديد الاحتياج الذي يعتبر بمثابة المدخل في عملية الإنتاج و في كل مادة إذاعية يفترض أن تكون هناك حاجة لإنتاجها و هذه تبرر بدورها الاتفاق على ذلك الإنتاج و استهلاك ما يلزم من وقت و جهد، و يتم النظر إلى الاحتياج من موقع المستفيدين. و بعد أن يثبت قيام الحاجة إلى

برنامج ما، تأتي مرحلة تحديد الأهداف، التي تصمم و تبني لخدمة المستفيد و لخدمة المجتمع، تمثلها الأهداف العامة و الأهداف الخاصة و الأهداف الطويلة المدى و القصيرة المدى و الدائمة و على العموم يمكن مراعاة الإجراءات الآتية: (فالنت، 1997، ص ص: 78-79)

-إدراك الأهداف و تحديدها.

-البحث عن الحلول المختلفة التي تمكننا من بلوغ تلك الأهداف.

-تقويم كل حل من هذه الحلول استنادا إلى تقدير كلفته و تقدير فائدته.

-عرض النتائج أمام المسؤولين عرضاً يمكنهم من اتخاذ القرار الأفضل.

4- **التسجيل النهائي:** تعد مرحلة التسجيل المرحلة النهائية في مراحل إعداد البرنامج و تنقسم إلى عدة مراحل: حجز الاستوديو، كتابة النص الإذاعي أو "الإسكربت" (Script)، التسجيل النهائي للبرنامج، المونتاج و المزج الصوتي. (الحسن ، 2008 ، ص ص:97) و يمثل إخراج البرامج و إنتاجها صورة ملموسة لما تتميز به تكنولوجيا العصر الحديث، ليس فقط من حيث التعقيد و التداخل بين الوحدات و العناصر المختلفة و لكن أيضاً من حيث كونه يعتمد على مبدأ العمل الجماعي، إذ يصعب تصور إنتاج أو إخراج برنامج إذاعي ناجح بتقديمه إلى المستمع كعمل فردي. (فلاتة ، 1997 ، ص ص:132- 133)

خاتمة

إن الإنتاج الإذاعي مثله مثل أي فن عبارة عن شكل و مضمون يعتمد على اللغة الإذاعية المتخصصة التي لها ضوابطها التي تحكمها من خلال قوالب إذاعية يصب فيها الإذاعي مضمونه أو هدفه ، بالإضافة إلى تدخل العناصر الهندسية هي التي تقوم بالجانب التقني في الإنتاج الإذاعي وهي على غاية كبيرة من الأهمية في عملية الإنتاج وكذلك تؤثر في التطورات الحاصلة في مجال الإذاعة نفسها.

المراجع:

- 1- ألان ستيوارت ، ثقافة الأخبار، ترجمة هدى فؤاد، مجموعة النيل العربية، مصر، 2008.
- 2- إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، الطبعة الثانية، دار الفكر العربي، الكويت ، 1985.
- 3- أحمد عادل راشد، الإعلام، دار النهضة العربية للطباعة و النشر، بيروت، 1981.
- 4- أميرة الحسيني، فن الإذاعة للكتابة و التلفزيون، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، بيروت، 2005.
- 5- بركات عبد العزيز، اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية: أصول الاحتراف و مهارات التطبيق، الطبعة الأولى، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2000.
- 6- حسن عماد مكاي، إنتاج البرامج للراديو، جامعة القاهرة (كلية الآداب) ، القاهرة ، 1983.
- 7- حسن عماد مكاي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي و العشرين، الدار المصرية اللبنانية، الطبع الأولى، القاهرة، 2008.
- 8- مرزوق يوسف، فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2007.
- 9- محمد محفوظ ، تكنولوجيا الاتصال: دراسة في الأبعاد النظرية و العلمية لتكنولوجيا الاتصال، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2005.
- 10- محمد معوض، الخبر في وسائل الإعلام، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 1994.
- 11- محمد معوض، بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي و التلفزيوني، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 1996.
- 12- محمد نادر، عبد الحكيم السيد، لغة الخطاب الاعلامي في ضوء نظرية الاتصال: دراسة اسلوبية لغوية في نشرات الاخبار الإذاعية، الطبعة الأولى ، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004.
- 13- محمد عبد الحميد، الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري، عالم الكتب، القاهرة، 1993.
- 14- محسن علي عطيه، تكنولوجيا الاتصال في التعليم الفعال، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، 2008.
- 15- ميشيل ستيفنس، البث الإذاعي، ترجمة (هشام عبد الله)، الأهلية للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2008.
- 16- مصطفى حميد كاظم الطائي، التقنيات الإذاعية و التلفازية و أهميتها التطبيقية في التعليم و التعلم، دار الوفاء، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2007.
- 17- مصطفى حميد كاظم الطائي، الفنون الإذاعية و التلفزيونية و فلسفة الإقناع، دار الوفاء، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2007.

المقومات البنائية للكتابة الإذاعية

- 18- مصطفى محمد عيسى فلاتة، الإذاعة السمعية وسيلة اتصال و تعليم، مطابع جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 1997.
- 19- نبيل راغب، العمل الصحفي: المقروء و المسموع و المرئي، الطبعة الأولى، مكتبة لبنان ناشرون، الشركة المصرية العامة للنشر لوجمان، مصر، 1999.
- 20- عبد الدائم عمر الحسن، الحوار الإذاعي: الإعداد و التقديم، الطبعة الأولى، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2008.
- 21- عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال: الجديد في إنتاج البرامج في الراديو و التلفزيون دار الفكر العربي، الطبعة الأولى، القاهرة، 1996.
- 22- عبد النبي خزعل، فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف و الموضوعية، الطبعة الأولى، الدار العلمية الدولية للنشر و التوزيع و دار الثقافة للنشر، عمان، 2003.
- 23- عبد العالي رزاق، الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، الانترنت، سلسلة الإعلامي المحترف، الجزائر، 2004.
- 24- عبد العزيز شرف، وسائل الإعلام لغة الحضارة، مؤسسة مختار، القاهرة، الطبعة الثانية، 1979.
- 25- ربحي مصطفى عليان، محمد عبد الدبس، وسائل الاتصال و تكنولوجيا التعليم، الطبعة الثانية، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2003.
- 2- المقالات:**
- 26- منى سعد الحديدي، "الخبر" مجلة الإذاعات العربية (موسوعة الإذاعة و التلفزيون) عدد(11)، تونس، 2001
- 3- الموسوعات**
- 27- الموسوعة العربية، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية، الرياض، 1999
- 28- نزار رمضان عمر، موسوعة الإذاعة المدرسية، الطبعة الأولى، مؤسسة حورس الدولية للنشر و التوزيع، الإسكندرية، 2009.