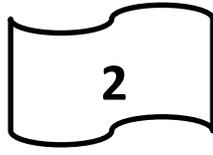


فن الكتابة للراديو والتلفزيون في العصر التفاعلي

دكتور محمد عبد البديع السيد



السيرة الذاتية

دكتور محمد عبد البديع السيد محمد .

- دكتوراه إعلام دولى من كلية الآداب - جامعة الزقازيق - ١٩٩٨م
مرتبة الشرف الأولى .

- ماجستير فى الإعلام السياسى - كلية الآداب - جامعة الزقازيق -
١٩٩٥م بتقدير ممتاز .

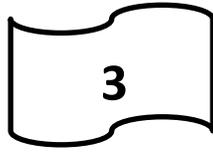
- بكالوريوس إعلام قسم صحافة ونشر - كلية الإعلام - جامعة القاهرة
١٩٨٣م

- أستاذ الإعلام المتفرغ كلية الآداب جامعة بنها .

- رئيس قسم الإعلام سابقا بكلية الآداب جامعة بنها .

- رئيس قسم البرامج السياسية بالإذاعة المصرية سابقاً .

- محرر ومعد ومقدم برامج سياسية في إذاعة صوت العرب سابقاً .



المقدمة



أصبح الراديو والتلفزيون من الأدوات الإعلامية والثقافية والترفيهية الأكثر أهمية في حياة الأفراد في المجتمعات النامية والمتقدمة علي حد سواء .

وبعد التطورات التكنولوجية الهائلة في مجال البث المباشر والارسال والاستقبال أصبحت العناية والاهتمام بالراديو والتلفزيون أمراً حيوياً ومهماً في هذه المجتمعات والتي يمكن عن طريقها تقديم برامج تؤثر في أفراد هذه المجتمعات لتحقيق اهداف التنمية الشاملة .

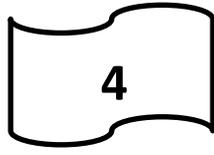
ويعد النص المعد للراديو والتلفزيون هو الأساس في عملية الإنتاج الفكري والفني للدراما والبرامج بأشكالها المختلفة حيث يساهم في حل العديد من قضايا المجتمع ومشكلاته المتعددة .

فالمهمة الأساسية التي يعتمد عليها مضمون البرامج المختلفة هي توفير المادة الإذاعية الصادقة التي تعبر عن فكر وتراث المجتمع وقضاياه المختلفة .

ومن هنا جاء هذا الكتاب الذي يضم بين دفتيه بايين . الباب الأول يتناول الكتابة للراديو ويضم ثلاثة فصول يتناول الفصل الأول خصائص الراديو وعيوبه ومميزاته ويتناول الفصل الثاني قواعد واساليب الكتابة للراديو ويرصد الفصل الثالث كتابة الأشكال الإخبارية المختلفة في الراديو أما الباب الثاني فيضم أربعة فصول يتناول الفصل الأول خصائص التلفزيون ويتناول الفصل الثاني كتابة الفنون التلفزيونية المختلفة ويعالج الفصل الثالث الكتابة للإعلام التفاعلي والفصل الرابع والأخير فيتناول الكتابة للمواقع الالكترونية .

ويعد هذا الكتاب خطوة في طريق العمل الإذاعي والتلفزيوني وعلي الله قصد السبيل

دكتور محمد عبد البديع السيد



الباب الأول

الكتابة للراديو

الفصل الأول

خصائص الراديو

يعتبر الراديو وسيلة إعلام قومية يستطيع الوصول إلي مختلف الأفراد والمناطق في أية بقعة من بقاع العالم خاصة بعد دخوله عصر الأقمار الصناعية حيث يتغلب الإرسال الإذاعي على الصعوبات الطبيعية التي تحول دون انتشار الموجات الإذاعية كالجبال والصحراوات والبحار والأنهار والتغلب على الصعوبات المصطنعة كسوء العلاقات السياسية بين الدول أو التشويش على موجات الراديو أو فرض حظر على الاستماع وحرمان الشعب من أجهزة الراديو القادرة على استقبال الإذاعات الأجنبية كما حدث في أوائل القرن العشرين .

ويتمتع الراديو كوسيلة اتصال بعدد من الخصائص والمميزات التي تتفرد بها عن سائر وسائل الإعلام الجماهيرية ومن أهم هذه المزايا ما يلي :

١ - لا يحتاج الاستماع إلي الراديو إلي معرفة القراءة والكتابة مما يجعله وسيلة إعلامية ملائمة لظروف المجتمعات التي ترتفع فيها نسبة الأمية .

٢ - لا يتطلب الاستماع إلي الراديو جهداً عضلياً أو ذهنياً ولا يحول بين المستمع واداء عمله خاصة العمال اليدوية وبذلك لا يظفر بالتركيز والانتباه اللذين يظفر بهما التلفزيون أو الكتاب أو الصحيفة .

٣ - لا يتطلب استخدام الراديو معلومات معقدة كالتلفزيون فلا يحتاج إلي إبيرال وضبط موجاته أسهل مقارنة بضبط قنوات التلفزيون الذي يسألترم ضبط الصوت والصورة .

٤ - يتميز الراديو بالقدرة على التجسد فى شكل شخص يثير أحياناً ويريح أحياناً أخرى ويمكن النظر إليه كصديق مطيع يتحدث إن شئت ويصمت متى أردت .

٥ - يوفر الاستماع الى الراديو الإحساس الجمعي فقد يشارك المستمع فى البرامج أو يشعر وهو فى بيته بأنه عضو فى جمهور كبير من المستمعين ولذلك يتيح الراديو الفرصة أمام المستمع فى أن يشارك سيكولوجيا فى أحداث اليوم وأخباره ويشارك مع الآخرين فى تشكيلة متنوعة من الأحداث وبالتالي يدعم الراديو التفاعل الاجتماعى بموضوعات جديدة .

٦ - يؤثر الراديو فى وجدان المستمعين من خلال الكلمة المسموعة والمؤثرات الصوتية والموسيقى والشعارات والإيقاع النفسى الذى يتراوح بين التوتر عن طريق الأخبار والمعلومات الجادة والاسترخاء عن طريق الموسيقى والعناصر الترفيهية .

٧ - يجمع الراديو بين ثلاثة أنواع من الاتصال فى آن واحد وهى الاتصال الطبقي والاتصال الجماهيري والاتصال المحلى إذ يرسل برامجه إلي الملايين بصفة عامة

٨ - يتلاءم الراديو مع الروح الفردية التى يحملها كل فرد حيث يستطيع الفرد أن يستمع إليه بشكل منفرد (١) .

وبالإضافة الى ما سبق فإننا يمكن أن نلور خصائص الراديو ومميزاته على النحو

التالى :

١ - الانتشار الواسع للإرسال الإذاعى :

الراديو أسرع وسائل الإعلام للنشر مقارنة بالصحف والتليفزيون ولذلك يلعب دوراً أساسياً فى تزويد العالم بالأخبار بسرعة وتحقيق السبق الإخباري أكثر من الصحف لأن الإرسال الإذاعى متصل ليل نهار وينتشر بسرعة ولا يحتاج إذاعة خبر مهم إلي أكثر من القطع على البرنامج والإذاعة على الهواء .

ولا يمكن لأي وسيلة إعلامية أخرى أن تنافس الراديو فيما يتعلق بنطاق التغطية الجغرافية الشاسع الذى يمكن أن يصل إليه إرسالها ، فيما مضى فهى تتخطى الحواجز والموانع الطبيعية والمصطنعة مثل البحار والصحارى والجبال ومحطات التشويش وغيرها خاصة بعد التطورات التكنولوجية الحديثة .

ولكن أصبحت الآن تنافسها الأقمار الصناعية وإن كانت الإذاعة دائماً أسبق فى الأحداث نظراً لسهولة إرسالها .

ونتيجة لذلك فإن الحكومات كانت ولا زالت تلجأ إلى الإذاعة وتتخذها سلاحاً لتحقيق أهداف مختلفة وذات أبعاد متعددة فى الداخل وفى الخارج ، فى السلم والحرب ، نظراً لما تتمتع به من ميزة هامة ، ألا وهى اتساع التغطية الجغرافية للإرسال الإذاعى الذى يجعل الكلمة الإذاعية تدور حول العالم سبع مرات ونصف المرة فى الثانية الواحدة ، مما يساهم بالتالى فى إمكانية الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير مقارنة بالوسائل الأخرى (٢) .

ولقد نشط نمو الاتصال الإلكتروني نتيجة التزايد المضطرد لقنوات الإرسال المستخدمة ، فعندما اخترع الراديو فى البداية ، كانت الأطوال المستخدمة هى ما يطلق عليه الآن الموجات الطولية ، وهذه الموجات آنذاك هى التى تستطيع الانتقال عبر مسافات بعيدة ، وأدخلت بعد ذلك تدريجياً الموجات المتوسطة التى تغطى دولة أو منطقة معينة ، غير أنه بغية توسيع نطاق الإرسال بدرجة أكثر أخذ الإذاعيون يستخدمون ترددات أعلى (الموجة القصيرة) . ولاشك أن استخدام الموجة القصيرة هو فى حقيقته يمثل امتداداً متنوعاً لوسائل الاتصال ، حيث تستخدم الدول هذه الموجة للإذاعات الخارجية لكى يصل الإرسال إلى المستمعين فى مناطق مختلفة

من العالم ويساعد على ذلك طبيعة موجات طيف الراديو القادرة على تغطية مساحات شاسعة من الكرة الأرضية فلا يمكن لأي وسيلة اتصال جماهيرية أن تتنافس الإذاعة فيما يتعلق بنطاق الجغرافية ، والإذاعة فى ذلك تتخطى الحواجز والقيود الطبيعية والمصطنعة مثل الصحارى والجبال وإلى حد كبير محطات التشويش خاصة بعد التطورات التكنولوجية الحديثة ، وتدور الكلمة المذاعة حول العالم سبع مرات ونصف المرة فى الثانية الواحدة مما جعل الراديو يظهر العالم وكأنه قرية صغيرة ، وشكل فى الوقت نفسه أحد الأسباب التى جعلت الإذاعة خصوصاً من بين وسائل الاتصال الجماهيرية تتسم بأنها أكثر هذه الوسائل تحت سيطرة الحكومة فى دول العالم المختلفة أى أن الحكومات نتيجة لاعتبارات وأسباب متعددة تلجأ إلى الإذاعة وتتخذها سلاحاً لتحقيق أهداف معينة فى الداخل والخارج سواء فى السلم أم الحرب ، وذلك لما تتمتع به الإذاعة من سرعة فائقة واتساع نطاق التغطية الجغرافية للإرسال الإذاعى ، وبالتالي إمكانية الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير (٣) .

٢ - دور الراديو فى خدمة التعليم :

لجأت كثير من الدول إلى إمكانية استخدام الراديو فى خدمة العملية التعليمية لأن أعداد المستقبلين الذين من الممكن أن تصلهم المادة التعليمية من خلال عشرات إن لم يكن مئات المدارس ، كما أن قدرة الإرسال الإذاعى على تغطية مساحة جغرافية شاسعة تجعل من الممكن استخدام الإذاعة فى التعليم بالنسبة للمناطق النائية التى لا تتوفر فيها بعد البنية الأساسية لإقامة المؤسسات التعليمية ، وتظهر هذه الخاصية التى تتمتع بها الإذاعة المسموعة خاصية الوصول إلى مناطق شاسعة بالنسبة للدول ذات المساحة الجغرافية الكبيرة ، الأمر الذى يجعل هذه الدولة أو تلك عاجزة عن

توفير مستلزمات العملية التعليمية ويزداد المر تعقيداً ، وبالتالي ضرورة استخدام الإذاعة فى التعليم إذا كانت الخريطة الطبيعية للدولة ذات طبيعة تضاريسية متباينة بين الجبال والسهول والبحار والوديان ، الأمر الذى يشكل أكثر من عقبة أمام العملية التعليمية ، هنا يكون استخدام الإذاعة فى الإعلام ضرورة أساسية .

وهناك أمثلة عديدة لدول نامية كان لها دور كبير فى استخدام الإذاعة الصوتية كأداة تعليمية ناجحة فى دول نامية عديدة على رأسها جمهورية مصر العربية التى تستخدم الإذاعة فى إمداد الطلاب ببرامج تعليمية منهجية للشاهدات العامة الابتدائية والإعدادية والثانوية ، وكذلك برامج تعليمية لطلاب الجامعات الإقليمية من خلال الإذاعات الإقليمية .

والى جانب البرامج التعليمية التى كانت تذيعها الشبكة المحلية فى السنوات السابقة وهى برامج الإثراء التعليمى للمراحل الابتدائية والإعدادية والثانوية ، هناك برامج محو الأمية وبرامج تعليم الكبار التى بدأت منذ عام ٨٣ / ١٩٨٤ م فى بث برامج جامعة على الهواء من خلال المحليات فى إذاعات وسط الدلتا وشمال الصعيد والعريش ، حيث تذيع برامج لمراد دراسية تابعة للجامعات فى هذه المناطق . كذلك تبث برامج تعليمية لمدارس التعليم الأساسى لتأهيلهم للحصول على درجة الليسانس أو البكالوريوس (٤) .

كما تبث إذاعة القرآن الكريم برامجها التعليمية لطلبة المعاهد الأزهرية الإعدادية والثانوية فى النحو والصرف والبلاغة والأدب والتوحيد والفقہ والتفسير والحديث كما تقدم إذاعة جمهورية مصر الغربية برامج لتعليم اللغة العربية من خلال برامج العربية بالراديو وذلك للمسلمين غير الناطقين باللغة العربية الذين يتعلمون لغة القرآن الكريم

وينهلون من خلال التعليم بالعربية كل ما يجعلهم يتعلمون هذه اللغة الهامة سواء فى قارة آسيا أو إفريقيا وذلك بلغات وسيطة هى اللغات الإنجليزية والفرنسية وأضيفت إليهما اللغة التركية .

كذلك دولة أخرى مثل الهند التى تستخدم الإذاعة الصوتية استخداما ناجحا فى التعليم فى أراضيها من خلال برامج عديدة من أشهرها نوادي الاستماع والمشاهدة التى أثارت إعجاب العديد من المهتمين بهذا الاتجاه فنوادي الاستماع والمشاهدة يتم فيها الاستماع إلي برامج تهتم المزارعين فى المجال الريفي وحل بعض المشكلات الريفية من خلال راديو الهند وذلك منذ عام ١٩٤٩ .

كما يتم من خلال هذه النوادي محو أمية الشباب وإعداد برامج تهتم بصحة الأم ورعايتها هى وطفلها فيتناول النقاط الهامة فى مراحل الحمل ثم الولادة ثم الطفل وتغذيته وتطعيمه ضد الأمراض المعدية حتى تنتهي السلسلة بمجموعة من البرامج عن النظافة كما يمكن الحديث عن تجربة هادفة لدولة متقدمة مثل المملكة المتحدة واستخدامها لتجربة ناجحة ألا وهى تجربة الجامعة المفتوحة أو جامعة الهواء نظراً لاعتمادها على التعليم الموجه إلي طلابها من خلال الراديو والتلفزيون أى من خلال هيئة الإذاعة البريطانية فهذه الوسيلة وهى المحاضرات عن طريق الراديو والتلفزيون وسائل علمية تربوية غير مكلفة إطلاقاً وتخدم بصفة أساسية الطلبة الذين يعملون فبعضهم يأمل فى الحصول على شهادة سواء لتحسين مركزه العلمي أو لتغيير العمل أو لإرضاء غروره والبعض الآخر يملك شهادة ولكنه يرغب فى تكملة دراسته حتى يحصل على أعلى الدرجات العلمية (٥) .

٣- السبق الإخبارى للراديو :

تتوافر للراديو فرصة السبق الإخبارى على وسائل الإعلام الأخرى ، فالإرسال الإذاعى متصل على مدار اليوم ومن خلاله يستطيع الإنسان الحصول على الأخبار فى أسرع وقت ممكن إذا ما قارناه بوسائل الاتصال الأخرى مثل الصحف والتلفزيون . فما أن يقع خبر فى أى بقعة من أنحاء العالم حتى يتم التعرف عليه ونقله فى التو والحال سواء من خلال وكالات الأنباء العالمية أو من خلال أقسام الاستماع السياسى بالإذاعات المختلفة .

ويعتبر الراديو المصدر الرئيسى للأخبار سواء بالنسبة للدول النامية أو المتقدمة ، خاصة عند وقوع الأحداث الهامة ، نظراً لأنه أسرع وسائل الاتصال فى نقل الخبر إلى الجماهير ، خاصة بالنسبة للدول التى تنتشر فيها الأمية أو التى تقل أعداد الصحف أو المناطق التى لاتصلها بصورة منتظمة أو فى وقت مناسب وذلك لعدم توفر وسائل النقل السريع ، كذلك بالنسبة للذين يعرفون القراءة والكتابة من ذوى الدخل المحدود وذلك لعدم قدرتهم على شراء الكتب والمجلات وشراء التلفزيون مثلاً والأطباق الفضائية . فالراديو هى بلا شك مصدر المعلومات الهام بالنسبة للملايين فى قارات آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية (٦) .

٤ - الراديو يتخطى حاجزى الفقر والأمية :

يعتبر الراديو وسيلة اقتصادية جعلتها من أكثر الوسائل التى تتناسب ظروف الدول النامية ، ذلك أن هذه الدول تواجهها عقبتان رئيسيتان هما انخفاض أو تردى الوضع الاقتصادى ، والأمية المنتشرة بين الجماهير والراديو يتخطى هاتين العاقبتين بحكم انه

رخيص الثمن ورخيص التكاليف فى عملية الإرسال والاستقبال على السواء كما أنه لا يحتاج إلى معرفة القراءة والكتابة للتعرض للمضمون الإعلامى الذى يقدم .

والواقع أن هذه الخاصية . خاصة تخطى الإذاعة المسموعة لحاجزى الأمية والفقير . هى التى تعيننا أكثر ونحن نتناول الإذاعة كوسيلة تعليمية ، فالأمية من الممكن أن تساهم الإذاعة المسموعة فى القضاء عليها أو التخفيف منها على الأقل ، والفقير الاقتصادى تتكيف معه الإذاعة فمن حيث عملية الاستقبال نجد أن إقامة محطة إذاعة لا تتطلب الكثير من الأموال ، بالإضافة إلى رخص مستلزمات عملية الإنتاج البرامجى نفسها ، ومن حيث عملية الاستقبال نجد أن رخص الاستقبال وانتشار أجهزة الراديو الترانزستور جعلها متناول مواطنى الدول النامية (٧)

٥ - الراديو كوسيلة إعلانية :

يمكن إضافة إمكانيات أخرى للراديو متمثلة فى جعله وسيلة إعلانية مقبولة لأن ما يهتم المعلن هو وصول الإعلان إلى قطاعات عريضة من الجماهير ، ووجود الإعلان فى ذاته يدعم اقتصاديات الإذاعة ، خاصة وأنه تقوم به إذاعات عديدة ضمن برامجها مثل إذاعة الشرق الأوسط وإذاعات أخرى موجهة مثل إذاعة مونت كارلو .

٦ - الراديو كجامعة مفتوحة على الهواء :

يعتبر الراديو بمثابة جامعة مفتوحة على الهواء وهى تمتاز عن الجماعات التقليدية لأنها لا تتقيد بزمان المحاضرات ولا بمكانها وينتسب إليها . الملايين داخل الدولة وخارجها حيث يستفيد من برامجها الجميع نظراً لتنوع برامجها الدينية والثقافية والفكرية والرياضية فى جميع الفروع من آداب وعلوم وفنون من خلال جميع الأشكال والقوالب التى تقدم سواء كانت أحاديث مباشرة أو حوارات أو ندوات أو مناقشات ، وذلك كله

ليس من خلال العديد من الخدمات الإذاعية بهذا الجهاز الصغير فما على المستمع إلا أن يدير مؤشر الإذاعة حتى يتعرف على كل ما يشتهى من أفكار وآراء سواء داخل دولته أو خارجها من الدول العربية والأجنبية المختلفة .

٧ - اقتصاديات الراديو :-

إن انخفاض الإرسال والاستقبال الإذاعي أضفى على الإذاعة أهمية خاصة سواء بالنسبة للدول النامية أم الدول المتقدمة ، فكلاهما تستخدم الإذاعة بشكل مكثف فى الداخل والخارج ، وإن اختلفت وتباينت درجات هذا الاستخدام . غير أن هذه الصفة للإذاعة . وأعنى بها كونها وسيلة اقتصادية . جعلتها من أكثر الوسائل التى تناسب ظروف الدول النامية ، ذلك أن هذه الدول تواجهها عقبتان أساسيتان هما : انخفاض أو تردى الوضع الاقتصادي ، والأمية المنتشرة بين الجماهير ، والراديو بمميزاته يتخطى هاتين العقبتين حيث أن الراديو يتخطى حاجز الأمية والفقير أما التلفزيون فعلى الرغم من أنه يتخطى حاجز الأمية إلا أنه سرعان ما يصطدم بعقبة الفقر أى أن التلفزيون رغم انتشاره الكبير على المستوى العالمى إلا أنه أقل انتشارا من الراديو نظرا لاعتبارات متعددة منها الجانب الاقتصادي فجهاز استقبال الراديو ارخص من جهاز استقبال التلفزيون بصفة عامة وتكاليف إقامة محطة راديو اقل بكثير من إقامة محطة تلفزيونية كما إن الإنتاج الإذاعي اسهل وارخص من الإنتاج التلفزيوني وغير ذلك من العوامل التى تجعل الإذاعة اقتصادية اكثر من التلفزيون وغيره من وسائل الإعلام والاتصال بالجماهير .

ولا يمكن فصل الخصائص الاقتصادية للإذاعة كوسيلة اتصال عن الخصائص الأخرى فالجمهور الواسع الذى من الممكن أن يصله الإرسال تكاليف قليلة كما

يضيف إمكانيات او خصائص أخرى للراديو متمثلة في جعله وسيلة إعلامية مقبولة لأن ما يهم المعلن هو وصول الإعلان الى قطاعات عريضة من الجماهير ووجود الإعلان في حد ذاته يدعم اقتصاديات الراديو (٨) .

٨ - الجو النفسي المرتبط بالراديو كوسيلة اتصال :-

يؤثر الراديو في المستمع تأثيراً كبيراً وبشكل صميم لأن علاقة الألفة بينهما تفتح عالماً خاصاً به وسط زحام الحياة .

ويكون الجو النفسى الذى يحيط بعملية الاتصال فى هذه الحالة موحياً للمستمع أن الراديو يتحدث إليه فقط ، لأن الراديو بطبيعته وسيلة اتصال ذاتية رغم أنه يخاطب الملايين فى وقت واحد .

هذه الخاصية للراديو يمكن أن تجعله عنصراً فعالاً يؤثر تأثيراً شديداً على المستمع خاصة عندما يتوجه إليك المذيع بقوله : (عزيزى المستمع) أو (أختى المستمع) أو (عزيزتى المستمعة) أو (أختى المستمعة) .

ويؤثر الراديو فى المستمع بشكل حميم لأن علاقة الألفة بينهما أي بين الراديو والمستمع تفتح عالماً كاملاً من الاتصال الضمني أنها علاقة بمثابة تجربة شخصية ذات طابع خاص تملك تحويل الفرد والمجتمع إلى جرة واحدة تردد فيها الأصداء وبطريقة تجعل المستمع يعيش هذه التجربة معايشة واضحة أي أن قدرة الراديو على احتواء المستمع بشكل عميق تجعل هذا المستمع يخلق لنفسه عالماً وسط زحام الحياة وتكون الحالة الذهنية أو العقلية للاستماع فى هذه الحالة موجبة للمستمع إن الراديو يتحدث إليه فقط لأن الراديو بطبيعته وسيلة اتصال ذاتية رغم أنه يخاطب الملايين فى وقت واحد ويؤكد مارشال ماكلوهان هذه النقطة بقوله " يتوجه الراديو شخصياً إلي

المستمع وبشكل حميم وخصوصي كما أن الراديو يعتبر امتدادا لجهازنا العصبي المركزي أليس جديرا بإثارة تأملنا أن هذا الراديو يتناغم بشكل خاص مع أول امتداد لجهازنا العصبي المركزي وهو اللغة العامية ؟ إن تزواج هاتين التكنولوجيتين الأهم من كل التكنولوجيات لابد أن يولد أشكالا جديدة وغريبة من الخبرات الإنسانية .

٩ - الراديو وإثارة حاسة التخيل لدى المستمع :

عند الاستماع للراديو تعود كل الخصائص الإيجابية التي سلبتها الصحيفة المطبوعة من اللغة المنطوقة فإذا استمعنا مثلا إلي مسرحية دون أن نشاهدها في هذه الحالة يتم استغلال الحواس العقلية لا أن نعتمد فقط على رؤية الحدث مما يولد نوعا من المشاركة الذهنية يقوى من فاعلية المضمون المقدم وبالتالي زيادة تأثيره وقد أثبتت بعض التجارب التي أجريت في مجال الإعلام والاتصال بالجماهير هذه الحقيقة ففي تجربة قام بها العلماء في مدينة تورنتو بكندا قدموا نفس المعلومات لأربع مجموعات عشوائية من الطلاب في وقت واحد عن تركيب اللغة غير المكتوبة وتلقت إحدى المجموعات عن طريق الراديو والثانية عن طريق التلفزيون والثالثة على شكل محاضرة والرابعة قرأتها مطبوعة وبالنسبة للمجموعات الثلاث الأولى قام قارئ واحد بتلاوة المعلومات بطريقة جافة دون استخدام السبورة ودون أن يكون من الممكن توجيه الأسئلة الخاصة ولم تتح لكل وسيلة أن تستخدم إمكانياتها الذاتية وتم وضع امتحان موحد لكل المجموعات بعد نصف ساعة يكون أثناءها قد أخذ علما بالموضوع وكانت النتيجة أن تفوقت مجموعتا الراديو والتلفزيون على المجموعتين الأخريين لكن عندما أعيدت التجربة مرة أخرى وأعطيت فيها الفرصة لكل وسيلة أن تستخدم إمكانياتها الذاتية كانت النتيجة أن تفوق الراديو على كل الوسائل حيث حصلت

المجموعة التى تلقت المعلومات بالراديو على أعلى نسبة من الدرجات وتفسر نتائج هذه التجربة بأن الراديو يعطى فرصة كبيرة للمشاركة أى مشاركة خيال المستمع فى تجسيم الواقع المقدم فى صورة مضمون وذلك اعتماداً على إثارة حاسة الخيال لدى هذا المستمع وإذا كان البعض يرى أن اعتماد الإذاعة على حاسة واحدة هى حاسة السمع يعتبر نوعاً من النقص أو القصور فإن هذا ليس صحيحاً إلا من الناحية الشكلية فقط ومصدر الصحة الشكلية أن مستمع الراديو محروم بالفعل من سحر الصورة التليفزيونية ومن ديكور السينما ومن إضاءة المسرح .

غير أنه من الناحية العملية والموضوعية نجد أن الراديو يعوض هذا القصور الشكلى بالاعتماد على ملكة خاصة وغير محدودة هى ملكة الخيال عند المستمع وهنا يمكن امتياز الراديو لا قصوره لأن الصورة تجد كل شىء أمام المشاهد وتحدده بينما نجد الراديو مسرحه فى ذهن المستمع ويتركه ليتخيل المكان والأشخاص والظروف التى تميز كل منهما مما جعل هذا المستمع أكثر تأثراً بما يقال وأكثر استيعاباً له الأمر الذى يفضى إلى القول بأن خيال المستمع يمثل لإمكانية هائلة فى يد الراديو تسهل من مهمته وتزيد من احتمالات فاعليته (٩) .

١٠- الصورة الذهنية للراديو لدى المستمعين :-

تتوقف مصداقية أى وسيلة إعلامية على الصورة الذهنية لها لدى جماهيرها وتتحدد هذه الصورة فى آراء الجماهير واتجاهاتها نحو هذه الوسيلة وتتشكل هذه الصورة من حصيلة عوامل وعناصر متعددة داخلية وخارجية مرتبطة بالواقع الذى تعيشه هذه الجماهير .

وكلما كانت آراء الجماهير واتجاهاتها نحو الوسيلة ذات الصفة إيجابية أو ذات طابع إيجابي أصبحت هذه الوسيلة تتمتع بصورة ذهنية إيجابية والعكس صحيح .

وقد أثبتت الدراسات والبحوث أن الإذاعة تحظى بمكانة عالية من الثقة والاهتمام فى نفوس الجماهير ويزداد هذه المر وضوحا فى الدول النامية مما يزيد من قابلية الإذاعة للتصديق من جانب المستمعين فى هذه الحالة تصبح الإذاعة مصدرا موثوقا فيه ولعل من الأمور المعروفة ما أثبتته بحوث الاتصال ودراسات الاتصال من أن المصدر الثقة يؤثر بدرجة كبيرة فى فاعلية الرسالة الإعلامية على النحو المطلوب وإذا قارنا الإذاعة بالصحافة مثلا فيما يتعلق بالقابلية للتصديق نجد أن الإذاعة تنصدر مكانا مرموقا فى الدول النامية بالذات حيث تقل الثقافة وتنتشر الأمية وقد أجرى روبر دراسة علمية حول اتجاهات الجمهور نحو وسائل الاتصال وكشفت هذه الدراسة أن الصحف من اقل الوسائل الإعلامية قابلية للتصديق .

١١ - الخصائص الحسية للراديو :-

نظراً لأن الإذاعة وسيلة تعتمد على الصوت فإنها تتخطى بذلك حاجز الأمية وتصل إلي القارئ وغير القارئ على السواء أي أنها تصل إلي جمهور عريض بكل مستوياته وأذواقه وخصائصه المختلفة عكس الصحافة والكتب والسينما والمسرح التى لكل منها جمهوره الخاص .

كما يمتاز الراديو بسهولة التعرض له دون أن يتكلف المستمع ارتداء ملابس والخروج إلي مكان الترفيه أو التثقيف مثلما هو الحال فى السينما أو المسرح أو الجلوس مشدودا مثلما هو الحال فى التليفزيون أو القراءة وتقليب الصفحات مثلما هو الحال فى الصحيفة أو الكتاب هذا بالإضافة إلي إمكانية الاستماع للراديو فى كل مكان فى

المنزل وفى السيارة وفى النادى قبل النوم وأثناء العمل فربة البيت مثلا يمكنها القيام بأعمال يدوية وهى تستمع للإذاعة وكذلك أصحاب الهويات اليدوية وما إليها يمكنهم ممارسة هواياتهم أثناء الاستماع إلي الإذاعة وقد أبرز الراديو الذى يمتاز بسهولة حمله والتنقل به من مكان إلي آخر هذه الميزة التى تتفوق بها الإذاعة على التلفزيون إذ أن التلفزيون يتطلب تفرغا تاما أثناء المشاهدة فهو إذا لا يناسب إلا الأوقات التى ليس فيها مشاغل (١٠) .

وهناك العديد من الخصائص الحسية التى يتمتع بها الراديو مما يجعله أداة فعالة للمساهمة فى تكوين جماهير عريضة بكل مستوياتها وخصائصها المختلفة ، يمكن بلورتها على النحو التالي :

* يتميز الراديو بأنه أصبح يذيع فى كثير من دول العالم طوال الأربع والعشرين ساعة ، أى أنه مع المستمع فى كل وقت من خلال يومه صباحاً ومساءً . فهو مع المستمع فى غرفه نومه ، فى غرفة المعيشة ، فى السيارة ، فى المكتب ، قبل النوم ، مما يجعله معه فى كل وقت سواء بلغة بلده أو بلغات أخرى لأنه ما أسهل على المستمع أن يدير مؤشر الراديو حتى يستمع إلى ما لذ وطاب من مختلف البرامج من جميع أنحاء العالم ، فهو لديه إمكانية البث المباشر منذ فترة طويلة من خلال الإذاعات الموجهة (١١) .

* يرى البعض أن اعتماد الراديو على حاسة السمع فقط يعتبر نوعاً من القصور وهذا قد يكون صحيحاً من الناحية الشكلية وخصوصاً أن مستمع الراديو محروم من سحر الصورة التلفزيونية بحركاتها وألوانها ومحروم من ديكورات السينما المتنوعة والمشوقة ، ومحروم أيضاً من الإضاءة فى المسرح (١٢) .

لكن الراديو من الناحية العملية والموضوعية يعوض كل هذا النقص من خلال اعتماده على ملكة خصبية وغير محدودة وهى ملكة الخيال عند المستمع ، وهنا يكمن امتياز الراديو لا قصوره ، لأن العناصر المرئية تجسد كل شىء أمام المشاهد وتحد من إنطلاق تخيله بينما يتبنى الراديو المسرح الخاص به فى ذهن المستمع ليتخيل الأشخاص والزمان والمكان مما يجعل المستمع أكثر تأثراً بما يقال وأكثر استيعاباً له وأكثر إنصاتاً .

إن خيال المستمع الخصب إمكانية هائلة فى يد الراديو تسهل من مهمته وتجعله أكثر تأثراً فى المستمع .

* يستخدم الراديو الموسيقى المؤثرات الصوتية والتتغيمات اللغوية فى الصوت وفقاً لطبيعة الموقف أو المستمع ، الأمر الذى يكون عنصر فعالية وتأثير ، كما أن استخدام الموسيقى فى البرامج من شأنه أن يجذب انتباه المستمع ويستحوذ على انتباهه ، إلا أن لذلك شروطاً معينة أهمها : ألا تطفى الموسيقى على المادة الإذاعية ، وأن تكون ذات صلة بالمادة التى يتم عرضها أو تكون مختارة بدقة بغرض جذب انتباه المستمعين ، بالإضافة إلى الموسيقى فإن المؤثرات الصوتية تلعب دوراً له أهمية بالغة لو أحسن استخدامها . خاصة مع البرامج الدرامية . فإنها تساعد على إدماج المستمع فى الموقف الدرامى وتقربه إلى نفسه كما لو كان هذا المستمع يعيش هذا الموقف حقيقة .

* استطاع الراديو أن يحقق ميزة الحجم المتناهى الصغر والذى يسهل حمله فى أى مكان ، كذلك التنوع فى الحجم والشكل والقدرة على الحصول على إرسال أكثر البلدان بعداً من خلال أجهزة الراديو المتعددة الموجات والموجات المتناهىة القصر والتي

تتنافس الشركات العالمية فى تطوير إرسالها وبثها ولعل آخرها اشتراك مصر فى القمر الصناعى الخاص بالإذاعة (١٣) .

* أصبح الإنسان المسافر بعيداً عن بلاده لا تمثل له الغربة شيئاً كبيراً مثلما كان فى الماضى عندما كانت الموجات الإذاعية مازالت فى دور التطور ، ولكن فى الوقت الحالى يستطيع الإنسان فى بلاد يومياً من خلال العديد من الأجهزة المتطورة ، لأنه من المهم جداً أن يكون الإنسان على دراية بما يحدث فى بلاده من أحداث وأن يكون الابن مرتبطاً دائماً بوطنه الدولة الأم .

* يعتبر الراديو من اكثر وسائل الاتصال جماهيرية مما شجع . الدول على اختلاف نظمها السياسية . على الاهتمام بإرسال برامج ذات أهداف سياسية ودينية وتجارية إلى شعوب مستهدفة بعينها حتى تجذبها إليها بمختلف البرامج المتعددة وزادت هذه الإذاعات أيضاً من ساعات إرسالها تبعاً لأهمية المناطق الجغرافية وأهمية الشعوب المستهدفة ، مثال الإذاعات الموجهة مثل إذاعات مونت كارلو وهيئة الإذاعة البريطانية وصوت أمريكا وراديو موسكو وألمانيا وغيرها من الإذاعات الموجهة ، من إلى الدول المختلفة ، فكما توجه إلينا إذاعات موجهة ، فمصر أيضاً توجه هى الأخرى العديد من الخدمات الإذاعية الموجهة سواء لآسيا أو أفريقيا أو أوروبا والأمريكيتين (١٤) .

* من المعروف أنه كلما كان المدرس فى العملية التعليمية يتمتع بثقة عالية من طلابه كان تأثيره فيهم أقوى ، وبالتالي تزداد فرص نجاح العملية التعليمية ، وفى علوم الاتصال نجد أن المصدر ذا الثقة والذى يتمتع بمصداقية يؤثر بدرجة كبيرة فى فاعلية الرسالة الاتصالية ومصداقية الوسيلة . وهى هنا الإذاعة المسموعة . تتوقف

على الصورة الذهنية لها لدى الجماهير ، وتتحد الصورة الذهنية كوسيلة اتصالية معينة فى آراء الجماهير واتجاهاتها نحو هذه الوسيلة أو تلك وتتشكل هذه الصورة من حصيلة عوامل وعناصر متعددة داخلية وخارجية مرتبطة بالواقع الذى تعيشه هذه الجماهير وكلما كانت آراء الجماهير واتجاهاتها نحو الوسيلة ذات صفة إيجابية أو طابع إيجابى أصبحت هذه الوسيلة تتمتع بصورة ذهنية إيجابية والعكس صحيح^(١٥) .

خلاصة ما سبق فإن الراديو يمتاز كوسيلة اتصال جماهيرية بأنه كان ولا يزال الوسيلة الأساسية للاتصال فى معظم أرجاء العالم ، حيث ترجع أهميته إلى سرعة وصول الرسائل المسموعة إلى الجماهير ، وإلى رخص ثمنه ، ويسر استخدامه فأحيانا ما يكون الراديو الوسيلة الوحيدة لنقل الأنباء وردود الأفعال وتفسير الأحداث .

هذا بالإضافة إلى أنه الوسيلة الوحيدة من وسائل الاتصال التى لا يمكن إيقافها إيقافا كليا وفعالا فهى تصل إلى جميع أنحاء العالم فى نفس الوقت متخطية حاجز الأمية والحدود والفواصل الجغرافية والطبيعية كما تتميز المادة الإذاعية بإمكانية تسجيلها وإذاعتها عدة مرات وتخطب المادة المذاعة مختلف فئات الجماهير وتنقل لهم الثقافة والعلوم والأخبار أينما كانوا كذلك فإن تنوع المادة المقدمة على مدار اليوم يتيح لها أن تقدم للمستمعين خدمات عديدة تفى بكافة احتياجاتهم ورغباتهم .

ويتسم الراديو بكونه يخاطب الإنسان الفرد بما يجعله وسيلة حميمة تحقق الألفة مع المستمع ويستخدم الراديو الكلمة المنطوقة والموسيقى والمؤثرات الصوتية بما يتيح له التأثير على العقل والعاطفة معا ففوة الراديو تأتى من كونه وسيلة دولية وحالية مرنة كما أن إنتاج برامجه لا يتطلب تكلفة مادية عالية مثل غيره من وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى .

الجوانب السلبية للراديو :

مع كل تلك المميزات السابقة نجد أن الراديو كوسيلة اتصال جماهيرية تحفه بعض العيوب مثل كونه وسيلة سمعية فقط أى تعتمد على الصوت وبالتالي التأثير يكون أقل بما إذا استخدمنا حاستى السمع والبصر معا فان قدرة الإنسان على التركيز وبالتالي حدوث التأثير المرغوب تكون أكثر فاعلية ما لم يتم استخدام السمع والبصر معا كما أن هناك عيبا آخر إلا وهو صعوبة استعادة الرسالة إذا فشلنا فى فهمها من المرة الأولى فنحن نستطيع أن نعيد قراءة ما لم نفهمه من صحيفة أو كتاب أو غيره ولكن هذه الميزة غير موجودة فى الراديو .

١ - الراديو يعد من أكثر وسائل الاتصال شيوعاً ولكنه وسيلة غير محدودة لا يعرف القائم بالاتصال نوعية الجماهير التى يتوجه إليها هل هى متعلمة ، أمية ، رجال ، نساء ، شباب ...الخ بل المصدر أو القائم بالاتصال لا يعلم من خلال هذه الوسيلة الجماهيرية إذا كان الجمهور يستمع إليه أم لا فى ذلك الوقت بالذات وأثناء تقديم البرنامج بمعنى آخر نجد أن الاتصال الإذاعى يتم من طرف واحد وسط مجموعة من الظروف المتنوعة التى قد تحول دون وصول الرسالة الإعلامية إلي المجتمع بالصورة المرجوة فالقائم بالاتصال هنا يخاطب أفراداً لا يعرفهم ولا يعرفونه ولا يستطيع أن يتلقى منهم ما يفيد استقبالهم وتقبلهم لرسالته إلا من خلال الاتصالات الهاتفية التى أصبحت الآن من أساسيات كثير من البرامج .

٢ - يفتقر الراديو إلي عنصر هام جدا من عناصر الاتصال ألا وهو رجوع الصدى الفورى فلقد أثبتت الدراسات أن الصورة التى يعرفها الإعلامى عن الجماهير التى يوجه إليها برامج هامة جدا تؤثر على طريقة إعداده وتقديمه للمادة الإذاعية وإذا كان

القائم بالاتصال أو المرسل يختار الجمهور الذى يوجه إليه رسالته فإن هذا الجمهور يرفض أو يختار ما يشاء من هذه الرسالة وليس أدل على معرفة رد فعل الجماهير ولكن هذا التعريف على رجح الصدق يظل غير معروف لمدة طويلة حتى يتم تفريغ البيانات وتحليلها وتقديم نتائجها النهائية من خلال البحوث وهى بذلك تحصل على رجح صدق مؤجل ولكن أمكن التغلب على هذه السلبية باستخدام الحوارات التليفونية المباشرة مع الجمهور مما أدى إلى التعرف على رد فعل سريع إلى حد كبير (١٦) .

٣ - عدم قدرة الجمهور فى التحكم فى وقت التعرض للاستماع إلى الراديو فالجمهور مقيد دائماً بموعد الإذاعة المحدد الذى لا يمكن تعديله أو تغييره بحيث إذا فاته البرنامج ولم يستمع إليه فى مواعده لا يمكنه الاستماع إليه مرة أخرى وهذا جانب سلبى بعكس الصحيفة أو الكتاب الذى يستطيع القارئ الرجوع إليهما وقتما شاء دون تحديد وقت محدد كما لا يستطيع المستمع أن يطلب من القائم بالاتصال أن يعيد ما قدمه مرة أخرى لأنه فاته جزء من البرنامج أو أن يقرأ بسرعة أو بطريقة معينة .

٤ - تقدمت أجهزة الراديو تقدماً كبيراً من الناحية التقنية مما جعل بعض الأجهزة تكون فى غير متناول المستمع غير القادر خاصة فى الدول النامية والتي يعتبر جهاز الراديو هو الوسيلة الرئيسية والهامة بالنسبة له .

وتتعرض الدول النامية لبعض المعوقات الفنية عن ضعف الإرسال أو تداخل الموجات أو سوء الاستقبال الناتج عن العوامل الجوية كما هو الحال فى بعض المناطق حيث لا تسمع الإذاعة إلا على الموجة القصيرة وهذا يستتبع أن يكون الجهاز ذا قدرة فنية عالية وأيضاً أن يكون المستمع ذا قدرة مادية مما يشكل صعوبة بالغة بالنسبة له .

كان الراديو يتعرض فى بعض الأحيان إلى التشويش والذي يقصد به هنا هو ما كانت تلجأ إليه الحكومات لمنع مواطنيها من الاستماع إلى الإذاعات المعادية أو الهجومية وهذا التشويش لا يتم بالطبع بالنسبة للخدمات المحلية ولكن بالنسبة للإذاعات الموجهة أساساً سواء كانت موجهة عن قصد أو يصل إرسالها عن طريق القرب الجغرافي .

وقد لجأت كثير من الدول إلى التشويش سواء فى أوقات الحرب أو النزاع السياسى حيث تزداد نسبة التشويش تجاه الدول المستهدفة نسبة كبيرة أو حتى فى أوقات السلم وكذلك أثناء الحرب الباردة بين الشرق والغرب وخاصة قبل سقوط الشيوعية وتداعي أنظمتها المختلفة (١٧) .

فعلى سبيل المثال كان الاتحاد السوفيتي قبل تفككه يلجأ إلى التشويش ضد الإذاعات الموجهة إليه من خلال إذاعتي راديو الحرية وراديو أوروبا الحرة الموجهتين من برلين الغربية من خلال الولايات المتحدة الأمريكية حيث كانت الأولى موجهة إلى شعوب الاتحاد السوفيتي وهدفها هو المعاونة فى تحرير الشعوب فى الاتحاد السوفيتي وإقامة حكومة نيابية مسئولة أمام الشعب أما راديو أوروبا الحرة فكان هدفه تقديم الحقائق والآراء التى تحدث فى العالم لدول أوروبا الشرقية وتمكين المنفيين من أوربا الشرقية من الاتصال بذويهم وكذلك مهاجمة النظم الاشتراكية .

والمعروف أن الاتحاد السوفيتي سابقا كان من أكثر دول العالم استخداما لمحطات التشويش التى تتكلف مبالغ باهظة قد تكون مساوية لنفس تكاليف محطات الإرسال وحالياً مع التقدم التكنولوجى الرهيب لوسائل الاتصال الجماهيرية أصبح التشويش غير مجد لأن الجمهور يستطيع تلقى ومعرفة المعلومة من خلال عديد من المصادر من

مختلف أنحاء المعمورة خاصة مع تطور أجهزة الاستقبال التليفزيوني والقمار الصناعية التي تورد الحدث في نفس اللحظة وهذه المحطات غير ناجحة في الوقت الحاضر كما سبق لأنها غالباً لا تستطيع تغطية كافة المناطق المستهدفة كما انه يحرم الفرد حق تلقي المعلومات كما انه يكون في كثير من الأحيان عاملاً مساعداً في نقل أخبار دقيقة وانتشار الشائعات الكاذبة وغالباً ما تكون دعايات مغرضة فمن الأفضل الرد عليها عن طريق تبصير الشعوب بالحقائق وتحسينها بالأخبار الصحيحة التي تزداد من خلال الإذاعة الرسمية للدولة البائة (١٨) .

٥ - التزايد الكبير في الخدمات الإذاعية التي تقدم برامج متنوعة ويجد المستمع نفسه أمام شبكة متشعبة من البرامج المختلفة ليس فقط داخل دولته ولكن من خلال العديد من الخدمات الإذاعية التي تبثها إذاعات العالم المختلفة فما على المستمع إلا أن يحرك مؤشر الجهاز تحريكاً طفيفاً حتى يستمع إلي الكثير والكثير وهذا في حد ذاته عامل إيجابي ولكنه في نفس الوقت مسئولية كبيرة تقع على عاتق الدول لأنه لا بد لها من العمل على الاحتفاظ بمستمعيها وذلك بتقديم أفضل المضامين وإلا سرعان ما تفقد مستمعيها إن لم تحاول جادة الاحتفاظ بهم .

٦ - المنافسة الشديدة للراديو من جانب كل من التليفزيون والقنوات الفضائية التي سحبت البساط إلي حد كبير من الإذاعة المسموعة (١٩) .

٧ - لا يمكن للمستمعين أن يتحكموا في وقت التعرض للراديو بمعنى أن هذه الجماهير مقيدة بمواعيد البث الإذاعي المحدد الذي لا يمكن تغييره بحيث إذا فات المستمع برنامج معين لم يسمعه في موعده لا يتمكن من سماع هذا البرنامج مرة أخرى وهذا عكس الأمر في الصحيفة وفي الكتاب مثلاً حيث يمكن للقارئ أن يحتفظ به ويقرأه وقتما يشاء كما أن الجمهور في حالة الاستماع للراديو لا يمكنه أن يطلب من القائم بالاتصال أن يعيد ما قدمه مرة أخرى أو يقرأ بسرعة معينة .

مراجع الفصل الأول

- ١ - محمد عبد البديع السيد ، نشأة وسائل الإعلام وتطورها ، بنها ، مطبعة مجدى ، ٢٠٠٢ ، ص ٤٩ .
- ٢ - د . ماجى الحلوانى ، د . محمد مهني ، مقدمة فى الفنون الإذاعية والسمع بصرية ، القاهرة ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، ١٩٩٩ ، ص ٢١ .
- ٣ - د . محمود منصور هنية ، محاضرات فى مدخل إلي الإذاعة (راديو - تليفزيون) ، كلية التربية النوعية ببنها ، د . ت ، ص ٤٩ .
- ٤ - د . ماجى الحلوانى ، د . محمد مهني ، مرجع سابق ، ص ٢٢ .
- ٥ - المرجع السابق ، ص ٢٣ .
- ٦ - نفس المرجع السابق ، ص ٢٥ .
- ٧ - نفس المرجع السابق ، ص ٢٤ .
- ٨ - د . محمود منصور ، مرجع سابق ، ص ٥٢ .
- ٩ - المرجع السابق ، ص ٥٣ - ٥٧ .
- ١٠ - نفس المرجع السابق ، ص ٥٨ - ٦٢ .
- ١١ - د . ماجى الحلوانى ، محمد مهني ، مرجع سابق ، ص ٢٨ .
- ١٢ - المرجع السابق ، ص ٢٦ .
- ١٣ - نفس المرجع السابق ، ص ٢٨ .
- ١٤ - نفس المرجع السابق ، ص ٢٩ .
- ١٥ - نفس المرجع السابق ، ص ٢٧ .
- ١٦ - نفس المرجع السابق ، ص ٣٠ .
- ١٧ - نفس المرجع السابق ، ص ٣١ .
- ١٨ - نفس المرجع السابق ، ص ٣٢ .
- ١٩ - نفس المرجع السابق ، ص ٣٣ .

الفصل الثاني

قواعد وأساليب الكتابة للراديو

قواعد الكتابة للراديو^(١) :

شهدت الكتابة للراديو تطورا كبيرا خلال الأعوام الماضية بحيث أصبحت فنا متطورا ومعقدا يقترب بها من كتابة السيناريو للسينما أو للتلفزيون . ويتعين علي كل من يتعامل مع الراديو كوسيلة اتصال جماهيري أن يطوع اللغة المكتوبة الي لغة منطوقة حتي تتلاءم مع طبيعة الراديو .

وعلي الكاتب الإذاعي أن يستحضر المستمع في ذهنه وهو يكتب لأن ذلك ينأى به عن داء البحث عن الكلمات الصعبة والعبارات المنمقة المعقدة ويجعله يلجأ دائما الي ما دعا اليه الجاحظ : " اللغة السهلة السليمة " .

وفي لغة الاتصال الاذاعي علينا أن نبحث عن الكلمة البسيطة الصحيحة التي تؤدي المعني مباشرة وان نستخدم كلام الناس العادي ولكن بأسلوب صحيح وسليم بعيد عن الإسفاف .

وليس اختيار الكلمات البسيطة وحده هو الذي يساعد المستمع علي الفهم وإنما لابد من ترتيب الأفكار وفق تسلسل منطقي مناسب يساعد علي مزيد من الفهم ومن ثم زيادة فرصة الارتباط وعدم الانصراف خاصة حينما نضع في الاعتبار أن الراديو وسيلة قابلة للغلق وأن مستمعيه ليسوا أسري له .

(١) محمد مرعي ، الأشكال الإذاعية المتقدمة علي الصعيد الدولي ، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (٤٥) ، تونس ، ٢٠٠٠ م ، ص ٢٣ - ٢٤ .

وعلي الكاتب أن يتذكر باستمرار أنه يتحدث الي شخص واحد وأن رسالته تنتهي في أذن المستمع وأنه من الخطأ النظر الي الحديث في الراديو علي انه تجربة جماعية .

وإذا وجه الكاتب الإذاعي حديثه للمستمع الفرد يكون لكلماته تأثير اكبر لأن المستمع سيشعر أن الحديث موجه له بصفة خاصة وبذلك تتوفر الحميمية التي يجب أن تتصف بها لغة الكتابة الإذاعية .

ويجب علي الكاتب الإذاعي المبتدئ أن يراعي ما يلي :

- ١ - الجملة الأولى في النص يجب أن تكون شيقة وجذابة تشد الانتباه .
- ٢ - الفقرة التالية تدخل في الموضوع مباشرة متضمنة المعلومات ذات الصلة .
- ٣ - الربط بعد ذلك بين نقاط الموضوع بحيث تبدو كحبات العقد إحداها تسلم للأخري بصوت مسموع قبل أن نكتبها أي أن نكتب ما يسمع بالأذن وليس ما يدور في الذهن.
- ٤ - الجملة القصيرة الخالية من العبارات الاعتراضية الطويلة أيسر في الأداء علي الفهم .
- ٥ - تجنب الألفاظ الغريبة والشاذة والكلمات غير المستخدمة واللجوء الي كلام الناس العادي ولكن بأسلوب فصيح سليم .

وتتطلب الكتابة المسموعة بالأذن أساليب مختلفة عن الكتابة لما يشاهد بالعين، كما هو الحال في المطبوعات أو الصور المتلفزة. فجماهير الراديو تتعامل مع الإذاعات وتكوّن صوراً ذهنية لها في سياق استماعها. وعلى الراديو لا يوجد ما يعرف بالفرصة الثانية. فمعظم ما يذاع ليس قابلاً للاسترداد والاستعادة. لذا يجب بث وإيصال المعلومة بوضوح وجلاء وإيجاز في الفرصة الأولى. ثم إن لفظ الكلمات يجب أن يكون واضحاً ومناسباً ومنسجماً مع نوع المعلومات التي يجري بثها .

كما يمكن رصد أهم قواعد الكتابة للراديو في النقاط التالية (١):

١ - الصوت جزء أساسي من النص وليس مكملا أو مجملا له : يهتم المحرر الإذاعي بمضمون المادة التي يقوم بكتابتها وعندما ينتهي من كتابة النص يبدأ في التفكير في الأصوات المحتملة التي قد يلحقها بالنص .

وقد تكون هذه الأصوات مقتطفات صوتية لمتحدثين أو أصوات مجسدة للأجواء المحيطة بالموضوع كصوت القطار أو الطائرات إلخ، بينما إن أراد المحرر أن يكتب نصا إذاعيا جيدا عليه أن يبدأ بالبحث عن الأصوات المحتملة. هذه هي الخطوة الأولى في الكتابة الإذاعية . ومن ثم يتمحور النص على هذه الأصوات وليس العكس. والنتيجة هي نص إذاعي متكامل العناصر وليس نصا صحفيا مكتوبا للصحافة المكتوبة ولكنه مقروء. فالصوت هنا هو المعادل للصورة في التلفزيون أو في السينما. وهو ضروري لمادة إذاعية جيدة كما أن الصورة ضرورية للتلفزيون .

والقاعدة الذهبية للكتابة للراديو: اكتب للراديو كما لو كنت تكتب للتلفزيون وابدأ بتخيل الصورة الأولى في التقرير ثم حول هذه الصورة إلى صوت.

٢ - **تطويع اللغة** : اللغة العربية لغة ثرية وقادرة على التعبير بدقة. هي ليست لغة جامدة في قوالب تقليدية متكررة غير ان تكرار استخدام بعض التعبيرات جعل هذه التعبيرات الجامدة تبدو وكأنها ضرورية للنص الإذاعي وهو ليس بالأمر الصحيح .

من الأمثلة على هذه التعبيرات الشائعة في الكتابة الإذاعية جملة "وأضاف قائلاوهو تعبير يمكن الاستغناء عنه بسهولة دون أدنى تأثير على النص، وإلغاؤه يجعل النص متحركا ويبتعد به عن القوالب الجامدة التي ملتها الأذن من كثرة تكرارها . ويرتبط بتطويع اللغة أيضا استخدام الجملة الإسمية بدلا من الجملة الفعلية في بعض المواضع مما يجعل اللغة أقرب إلى اللغة المحكية .

٣ - **الحكي** : عندما تكتب موضوعا للإذاعة تخيل صديقا وقد جلس أمامك وبدأت " تحكي له "

(١) نجلاء العمري ، الكتابة للإذاعة ، متوافر علي الرابط التالي :

<http://www.ingdz.com/vb/forumdisplay.php?f=126>

ما تكتب عنه. تخيل الجملة الأولى التي عليك استخدامها لكي تجذب انتباهه .
وتذكر أن قرار الاستمرار في الاستماع إليك يتوقف على هذه الجملة. فيها يمكنك أن تجذب
المستمع لكي يتابع القصة أو تفقده إلى الأبد إن وجد الجملة الأولى مملة أو عديمة الأهمية .
ابتعد عن التمهيد الذي يستهلك الوقت ويكرر ما ذكره المذيع عند تقديمه للمادة. وهو فارق
رئيسي بين الكتابة للراديو والكتابة للصحافة المكتوبة .
في الراديو الثواني معدودة وقيمة ولا حاجة على الإطلاق للتمهيد. حافظ على البناء بسيطاً
وسلسلاً قدر الإمكان مع التركيز على الزاوية التي اخترتها للمادة دون الانزلاق الى زوايا أخرى
أو جوانب إضافية للموضوع .
تذكر أنها مادة مسموعة من السهل ان تفقدها الأذن دون أن تكون هناك فرصة للعودة إليها مرة
أخرى على العكس من المادة في الصحافة المكتوبة .

أسلوب الكتابة للراديو^(١):

- سهلة: بحيث يستطيع كل من يسمعها أن يفهمها.
- مألوفة: بحيث لا يحتوى على أى مصطلحات غريبة على المستمع.
- بسيطة: بحيث تكون غير مركبة وغير معقدة .
- واضحة: بحيث لا تحتاج الى شرح أو تفسير .
- دقيقة: بحيث تكون المعلومات التي تحتويها مؤكدة .
- موجزة: بحيث تكون الجمل والعبارات المستخدمة قصيرة قدر الإمكان.

*مكونات البرنامج الإذاعي:

-أولاً: **الكلمة المنطوقة**: تتمثل الكلمة المنطوقة في بعض النصوص الإذاعية الذى يقرأه
المذيع أو مقدم البرنامج، ويتوقف تأثير الكلمة المنطوقة في البرنامج الإذاعي على شخصية

(١) كوران مصطفى ، أشكال البرامج للإذاعة الرقمية - قراءة وصفية ، متوافر على الرابط التالي :
[http://kawanakurd.com/\(A\(BLjRadSLzgEkAAAAMDgIMTA2N2QtNDcxNC00ODgyLWE1ODctZmU5NTgxYWI0YTNil0_g9v93LBykJhPeraQY_OufzQQ1\)\)/ar/Detail.aspx?id=450&LinkId=93&AspxAutoDetectCookieSupport=1](http://kawanakurd.com/(A(BLjRadSLzgEkAAAAMDgIMTA2N2QtNDcxNC00ODgyLWE1ODctZmU5NTgxYWI0YTNil0_g9v93LBykJhPeraQY_OufzQQ1))/ar/Detail.aspx?id=450&LinkId=93&AspxAutoDetectCookieSupport=1)

المذيع أو المقدم ويعتبر هو المسؤول عن المحطة الإذاعية لحظة وجوده على الهواء لإذاعة البرنامج، حيث يستحوذ على المحطة الإذاعية، ويعتبر مسؤولاً مسؤولية كاملة عن صوته خلال تواجده على الهواء ويعمل المذيع جاهداً على اجتذاب المستمعين من خلال حسن الإذاعة.

-**ثانياً: الموسيقى:** تعد الموسيقى أحد العناصر الأساسية في مكونات البرنامج الإذاعي ولا يخلو برنامج إذاعي من الموسيقى وخاصة الموسيقى المميزة للبرنامج أو ما يسمى بموسيقى التتر. وتخلق الموسيقى مناخاً وجواً عاماً للبرنامج حتى أن كثيراً من البرامج تعرف بموسيقاها المميزة، كما أن استخدام الموسيقى في البرنامج الإذاعي يعمل على عدم تسرب الملل إلى المستمع .

-**ثالثاً: المؤثرات الصوتية:** يوجد نوعان من المؤثرات الصوتية:

•**المؤثرات الحية أو الطبيعة:** (Life Effects) هي التي تسجل داخل الاستوديو أثناء تسجيل العمل الإذاعي مثل صوت خطوات شخص يسير على الأرض أو يصعد السلم أو يغلق الباب ويفتحة أو تسجيل من موقع الحدث نفسه عند إجراء تحقيق إذاعي مثلاً عن حادث وقع في الطريق.

•**المؤثرات المسجلة:** (Artificial Effect) هي المؤثرات الصوتية المسجلة مسبقاً على شرائط كاسيت وجاهزة للاستخدام مثل صوت أمواج البحر، صوت الرياح، صوت الرعد، أو أمطار غزيرة.

-**رابعاً: التسجيلات الخارجية:** تعد التسجيلات الخارجية عنصراً مكملاً للعناصر الصوتية المختلفة في بعض البرامج كجزء من مضمون البرنامج وتكون التسجيلات الخارجية أساسية في بعض أنواع البرامج مثل : التحقيقات.

***كتابة الإسكريبت للراديو :**

الإسكريبت هو الصورة النهائية التي يظهر فيها البرنامج الإذاعي ويتوقف جزء كبير من نجاح البرنامج على كتابة النص الإذاعي فهو الذي يجسد المجهود الذي بذل في إنتاج البرنامج منذ البداية. ويحكم الجمهور على البرنامج من خلال النص الإذاعي الذي يستمع إليه. فالمجهود السابق على كتابة النص الإذاعي هو مجهود غير محسوس من المستمع ولكنه في الوقت نفسه

مهم جدا لإنتاج برنامج جيد وكتابة نص إذاعي جيد. فالنص الإذاعي هو تجسيد لكل المجهود الذى بذل في مراحل الإنتاج المختلفة ويجب على المعد أن يهتم اهتماماً كبيراً بكتابة الإسكربت الإذاعي وحسن اختيار الكلمات المعبرة عن المضمون المحدد للبرنامج في الوقت المحدد لذلك.

***وعند تكوين الإسكربت لابد من مراعاة خمس نقاط رئيسية هي :**

•افتتاحية البرنامج وخاتمته:

تعتبر افتتاحية البرنامج الإذاعي هي الأساس في جذب المستمعين لمتابعة البرنامج إلى نهايته فإذا استمع الجمهور إلى افتتاحية جيدة للبرنامج بما يشد اهتمامه فإن ذلك يكون ضماناً كافياً لجذب المستمع إلى نهاية البرنامج، وتستخدم الإذاعة في البداية اللحن المميز للبرنامج والذى يعرفه المستمع جيداً ثم يأتى اسم البرنامج بعد ذلك معبراً عن طبيعة البرنامج ومضمونه. يجب على اختيار اسم البرنامج أن يكون له طبيعة خاصة ترتبط بطبيعة البرنامج نفسه أو مضمونه ولا يتشابه مع أسماء البرامج الأخرى في نفس المحطة الإذاعية.

ويجب أن يتميز اسم البرنامج أيضاً بجذب الانتباه إليه وأن يسهل تذكره بالنسبة للمستمع وأن يكون بقدر الإمكان اسماً قصيراً. بالنسبة لختام البرنامج فتعبر عنه الجمل النهائية في البرنامج أى الجمل التي يقرأها المذيع بعد انتهاء مضمون البرنامج نفسه.

وعادة ما يختم البرنامج بأسلوب لطيف بتوديع المستمع ووعده بلقاء جديد من برنامجه المفضل في حلقات قادمة، مع استخدام الموسيقى المميزة للبرنامج، مصاحبة للجمل النهائية في ختام البرنامج. ويجب ذكر اسم البرنامج مرة أخرى في نهايته مصحوباً أيضاً بالموسيقى المميزة للبرنامج.

•البداية القوية:

في بعض أشكال البرامج الإذاعية يكون من المهم بدء البرنامج بجذب انتباه المستمع مباشرة إلى أهم جزء في مضمون البرنامج ويكون ذلك بإدخال المستمع مباشرة وبسرعة إلى صلب الموضوع وإلى ذروة الأهمية فيه . وعندما تكون مقدمة البرنامج ضعيفة تصرف المستمع عن

متابعة البرنامج أو تدفعه إلى اختيار برامج أخرى للاستماع إليها.

• وحدة البرنامج:

كل برنامج من البرامج الإذاعية له طابع خاص. وله مضمونه الخاص ويتكون البرنامج من مجموعة من العناصر تحدد مضمون البرنامج. وكل عنصر من هذه العناصر يشكل فكرة أو وحدة تخدم الهدف الرئيسى من البرنامج ، فالبرنامج الذى تتحدد مدته بعشرين دقيقة يحتوى على أربعة عناصر على الأقل.

ولا بد أن يكون هناك ربط بين عناصر البرنامج المختلفة بحيث يظهر الشكل النهائى للبرنامج كوحدة واحدة تخدم الهدف من البرنامج. ويرتبط بوحدة البرنامج سلاسة الانتقال من فقرة الى أخرى ، و من فكرة الى فكرة ، ويجب أن يربط كاتب النص بين فقرات البرنامج بحيث تظهر كل فكرة كجزء من كل في وحدة البرنامج وتخدم كلها هدف البرنامج.

• اختيار الكلمات:

يتوقف نجاح النص الاذاعي على حسن اختيار الكلمات فيه ولكى يتم اختيار الكلمات بشكل جيد بما يتناسب مع طبيعة الإسكريبت الاذاعي لا بد وأن تفرق بين مستوى الاستخدام. بمعنى أن هناك كلمات معينة تستخدمها جميع الطبقات والمستويات وهناك كلمات أخرى يقتصر استخدامها على فئات معينة وعلى كاتب الإسكريبت أن يحدد منذ البداية اللغة التي يستخدمها في الكتابة وذلك بناء على الجمهور الموجه اليه البرنامج.

• التنوع:

يقصد بالتنوع استخدام أساليب مختلفة للتعبير عن الأفكار والعناصر التي يحتويها البرنامج. فالبرنامج الذى يتسم بالثبات وعدم التغيير وعدم تنوع فقراته يبعث على الملل من جانب المستمع ويكون برنامج غير جذاب وخاصة أن المستمع يبحث عن الاختلاف والتنوع ولذلك يجب أن يكون هناك تنوعاً فيما يقدمه البرنامج حتى يحقق الهدف منه ولكن هذا التنوع في أساليب التقديم وطرق العرض واختلاف المواقف وادخال حوارات أو لقطات صوتية وموسيقى لا يتعارض مع وحدة البرنامج وإنما يحافظ في النهاية على وحدة البرنامج ويشعر المستمع بالحيوية.

الفصل الثالث

كتابة الأشكال الإخبارية في الراديو

تشمل المواد الإخبارية : نشرات الأخبار، التعليق علي الأنباء ، التحليل الإخباري، شريط الأخبار، تغطية الاجتماعات، والخطب، والمؤتمرات الصحفية، وتغطية الأحداث الخاصة، والأحداث الرياضية رصد هذه الأشكال بالشرح علي النحو التالي:

أولاً : كتابة الخبر الإذاعي :

تعريف الخبر الإذاعي .هو وصف موضوعي دقيق لحدث أو رأى أو موقف أو فكرة أو قضية - تتوفر فيه قيم إخبارية تجعل الإذاعة تقدمه إلي جمهورها¹¹.

وعند كتابة او تحرير الخبر للراديو يجب مراعاة المصطلحات والتعبيرات التي نستطيع بواسطتها إعادة صياغة الأخبار ووضعها فى حجمها الصحيح دون الإخلال بنزاهة الخبر وصدقه وطبقاً لطبيعة الخبر ذاته وهى :

مدلوله	المصطلح
أدلي بتصريح	صرح
قال دون تأكيد	ذكر

¹¹ " سعيد محمد السيد ، إنتاج الأخبار فى الراديو والتلفزيون ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٨٨ ، ص ١٠ .

قال مؤكداً	أكد
قال على الملأ (علانية)	أعلن
قال كذباً	زعم
قال دون أن يثبت صحة ما قال	دعى
قال إن شيئاً لم يحدث	نفى
شخص يعرف نتيجة إطلاعه	مصدر مطلع
على الحقائق	مصدر مسئول
شخص له صفة رسمية	مصدر موثوق
شخص كلامه موثوق بصحته	به
شخص غير موثوق به تمام الثقة	أحد المصادر
عندما نحاول استعادة ذاكرة الخبر	ومن الجدير
بذكر ما	بالذكر
قد سبق وما قد يأتي بعد ذلك	مما يذكر أن

ويستلزم وضع الخبر في حجمه الصحيح توافر عدد من الشروط التي ينبغي مراعاتها تماماً عند صياغة كافة الأخبار وهي : الصدق - الدقة - الوضوح - البساطة - الإيجاز - الفورية "1" ، ويمكن تناول بعض هذه الشروط علي النحو التالي :

الدقة والصدق : لابد من مراعاة الدقة في كتابة الخبر الاذاعي وذلك بالرجوع إلى أكثر من مصدر من مصادر الأخبار للتحقق من صحة الخبر فضلاً عن مراعاة الدقة في كتابة الأرقام

"1" عبد المجيد شكرى ، فنون الراديو فى ضوء متغيرات العصر ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٩٥ ، ص٢٠٨ .

والأسماء والأحداث وتأتي عدم الدقة في متابعة الخبر الإذاعي من الاستعجال أحياناً في إذاعة الخبر دون التحقق من صحته أو صحة الأرقام أو الأسماء التي يحتويها، وكلما كان الخبر أكثر دقة كلما كان أكثر مصداقية.

• **السرعة او الفورية :** تعتبر السرعة عاملاً مهماً جداً في كتابة الخبر وإذاعته. فالخبر يعد بلغة سريعة التلف لو لم يذع في وقت حدوثه ولذا يدفع عامل السرعة محرري نشرات الأخبار إلى سرعة تحرير الخبر ولكن يجب مراعاة الدقة المطلوبة حتى لا يؤدي عامل السرعة إلى التخلي عن الدقة في تحرير الخبر.

• **الوضوح :** يعنى أن يكون الخبر واضحاً تماماً ليس به غموض ولا يشتمل على كلمات أو معانى غير مفهومه أو تفصيلات لامعنى لها بالنسبة للمستمع وتقع مسؤولية وضوح الخبر على محرر الخبر.

• **الموضوعية :** وتعنى أن ينتقل الخبر كحقائق مجردة إلى المستمع بدون أن يشتمل على وجهة نظر أو رأى المحرر، فالمهم في الأخبار الإذاعية أن تنتقل بموضوعية إلى الجمهور بهدف إخباره بما يجرى حوله وليس بهدف التأثير عليه.

الخبر من أهم الخدمات الإعلامية ومن المواد الأساسية التي تقدمها المحطات الإذاعية، وتذيع الأخبار في أسرع وقت ممكن إلى الجمهور المستهدف هدف أساسي للمجتمعات المختلفة، فالأخبار هي المعلومات الجديدة والمؤثرة في مجال الإذاعة بسبب قدرة الوسيلة على نقل المستمع إلى مواقع الأحداث فوراً.

بناء نشرة الأخبار :

يقوم بناء نشرة الأخبار على أساس خطة موضوعة ، فلا تخرج إلي الهواء وهى مجرد خليط من الأنباء المختلفة لا يربطها نظام مرسوم . فنشرة الأخبار لها من اسمها كل شيء إذ هي بالفعل طبعة قائمة بذاتها ، يتوافر فيها التكامل العنصري والكيان الذاتي ، ولتحقيق ذلك ينبغي أن يكون تخطيطها واضحاً منذ البداية في ذهن رئيس التحرير ، وأسبقية الخبر على

ماعداه من الأخبار الأخرى في النشرة ، قد تكون للخبر المحلي أو العالمي على السواء بصرف النظر عن كونه خبراً محلياً أو خبراً عالمياً .

وفي حالة تعادل خبرين في الأهمية أحدهما محلي والآخر عالمي ، فإن الأسبقية تكون من غير شك للخبر المحلي . إلا أن إذاعة الأخبار فور وقوعها وبقدر نجاحها في هذا بقدر شعور المستمع بكفاءة العاملين بها ، وشعوره بالمجهود الذي يبذلونه ، وكما يقال فإن الأخبار بضاعة سريعة التلف ، والخبر فور حدوثه ، يصبح بعد لحظات حدثاً يدخل في ذمة التاريخ .

وعلى هذا فإن وقوع حدث في اللحظات الأخيرة لبناء النشرة . قد يقلب هذا البناء من أساسه ، وكثيراً ما يشار إلي مثل هذا الخبر مسبقاً بعبارة ((جاءنا الآن)) أو تلقينا ((ساعة إذاعة هذه النشرة)) .

وأول خبر في بناء النشرة لا يعنى بحال من الأحوال أطول الأنباء من حيث المساحة الزمنية بل أول خبر هو أكثرها أهمية وعنصر الأهمية والفورية هو الأساس الوحيد في بناء النشرة والمبرر لأن يتقدم خبر على ما عداه من أخبار . ويعتمد بناء النشرة في الإذاعة وترتيب الأخبار بها على ترتيب ورود هذه الأخبار بها وأبرزها في صورة مواجيز تمهد لها ويختم بها لتذكرة المستمع بها .

وبناء نشرة الأخبار واختيار أخبارها يتوقف على عوامل كثيرة وتختلف هذه العوامل من رئيس تحرير إلي آخر وبناء نشرة الأخبار البناء الكامل السليم يعتمد على الحاسة السياسية لرئيس التحرير وحدسه الصحفي وبراعته اللغوية وإدراكه لخصائص الإذاعة كوسيلة إعلامية وفهمه لجمهور مستمعيه وإحساسه بالمسئولية الاجتماعية الملقاة على عاتقه وحرصه على الأخلاقيات التي تفرضها عليه مهنته وهذه الأخلاقيات ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالنظام

السياسى والاجتماعى الذى يعمل فى ظله باعتباره موضع ثقة القائمين على هذا النظام .

ويجب على رئيس التحرير فى انتقائه لأخبار نشرته وبناء هذه النشرة وترتيبها أن يراعى العوامل التى لا تصرف المستمع عن الاهتمام والانصات لنشرة أخباره فعليه أن يكون بناء نشرته بمختلف الأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية الداخلية والخارجية الطويل منها والقصير والجاد والخفيف على أن يأتى كل ذلك فى توازن تام واتساق غير مفتعل .

أساليب كتابة الأخبار الإذاعية :

تم كتابة الأخبار الإذاعية بعدة أساليب يأتى فى مقدمتها طريقة الهرم المقلوب حيث أنها الطريقة الأكثر ملاءمة للإذاعة باعتبارها تبدأ الخبر بأهم ما فيه فيكون ذلك عامل جذب للمستمع . وخالصة طريقة الهرم المقلوب أن أهم واقعة فى الخبر تكتب أولاً يليها الوقائع المهمة فالتفاصيل الأقل أهمية وهكذا :

العناصر الأشد أهمية ----- مقدمة

التفاصيل الهامة ----- جسم الخبر

عناصر أقل أهمية ----- خاتمة الخبر

¹ يوسف مرزوق ، المدخل الى حرفية الفن الإذاعي ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٧٧ ، ص ٣٨ - ٨٦ .

*إذا كان الخبر عن سقوط طائرة مثلاً تبرز المقدمة واقعة السقوط وعدد الضحايا.

*بينما يتضمن جسم الخبر ظروف عملية السقوط وأسبابها وموقف السلطات وعمليات الإنقاذ .

*أما الخاتمة فنذكر موعد إقلاع الطائرة ومقصدها.

وإذا كان الحدث يحتمل تطورات جديدة تهتم المستمعين فإن الخاتمة يمكن أن تشير إلي ذلك أى تذكر صراحة بأن الإذاعة ستوافي المستمعين بتطورات الحدث .

وتطبق طريقة الهرم المقلوب أيضاً إذا كان الخبر الإذاعي يعبر عن تصريح أو خطاب لشخصية هامة فالجزئية الأشد أهمية يأتي أولاً يليها التصريح المرتبط بها ثم جزئية هامة يليها ما ورد بشأنها فى التصريح أو الخطاب .

وتمتاز طريقة الهرم المقلوب بأنها تمكن من وضع موجز الخبر وملخصة بسهولة إذ أن الموجز أو الملخص يؤخذ دائماً من أهم واقعة فى الخبر كما أن هذه الطريقة تمكن من اختصار الخبر والتعبير عن عناصره بدقة دون المساس بتكامله وتحول دون التداخل والتناقض بين أجزائه حيث يتمكن المحرر من معرفة الوقائع المتضمنة فى الخبر واستيعابها •

وبالتالى التعبير عنها بسهولة وكفاءة مما يسهل عليه عملية التحرير ويسهل على الجمهور استيعاب مضمون الخبر وأخيراً فإن طريقة الهرم المقلوب تتماشى مع المنطق فى الترتيب فالواقعة الأهم تأتي أولاً يليها الوقائع المهمة فالأقل أهمية وهذا يتماشى مع المنطق وظروف الاستماع للإذاعة التى تخاطب الأذن ولا تقع تحت سيطرة المستمع .

وهناك اعتبارات لغوية متعددة يمكن الالتزام بها فى صياغة الخبر الإذاعى بحيث يكون واضحاً وبسيطاً وبالتالى مفهوماً للمستمع من ذلك مثلاً :

- أن يكون الفعل قريباً من الفاعل .
- حذف الجمل الاعتراضية أو التقليل منها قدر المستطاع .
- تقريب الأرقام والاحصائيات الكبيرة على أن يسبق الرقم المقرب بكلمة نحو أو حوالي ما لم يكن ذلك مدعاة لتشويه دلالة الخبر .
- عند استخدام الضمائر يجب أن يكون واضحاً من خلال الأسلوب ما يعود عليه هذا الضمير بالتحديد حتى لا يختلط فى ذهن المستمع .
- استخدام الظروف والصفات للضرورة فقط مع عدم الإكثار فى استخدامها .

- مراعاة قواعد النحو والصرف فى صياغة الخبر وكذلك قوة الأسلوب بحيث يكون قوياً معبراً بدقة ووضوح عن المعنى بعيداً عن الركاكة والألفاظ الفجة وأن تصاغ القصة الخبرية فى صورة فقرات كل منها تعبر عن فكرة واحدة أو الأفكار الفرعية وثيقة الصلة بالفكرة الرئيسية التى تعبر عنها الفقرة مع سلاسة الربط والانتقال بين الفقرات بحيث تبدو جميعاً قصة إخبارية مترابطة تجيب عن التساؤلات الخمس أو العناصر الرئيسية فى الحدث الإخباري .¹¹

وهناك العديد من الكلمات والعبارات التى تفيد فى سلاسة الربط والانتقال من فقرة إلى أخرى مثل : من جهة أخرى ، على صعيد آخر ، يأتى ذلك فى الوقت الذى وهكذا .

¹¹ "بركات عبد العزيز ، اتجاهات حديثة فى إنتاج البرامج الإذاعية ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، دار الكتاب الحديث ، ٢٠٠٠ ، ص ٩٥ - ٩٧ .

وهناك بعض القواعد التى استقرت فى أسلوب كتابة الخبر الإذاعى من حيث لغة الكتابة وهذه القواعد هى :

- إيثار الجمل القصيرة على الفقرات الطويلة بحيث لا تزيد الجملة عن قدر معين من الكلمات بأى حال من الأحوال .

- إيثار الفقرات القصيرة على الفقرات الطويلة حتى تضمن الإذاعة انتباه مستمعيها .

- الحرص على استعمال الألفاظ المألوفة للمستمع وتجنب الألفاظ غير المألوفة

- الحرص على استعمال الأفعال المجردة وتفضيلها على الأفعال المزيدة أو المبالغ فيها وفى اشتقاقها على صورة من الصور .

- اصطناع الألفاظ والتراكيب التى يألفها المستمعون والتى يشعرون من خلالها بشيء من الإيناس .

- استعمال الفعل المبني للمعلوم وتجنب استعمال المبني للمجهول .

- لا يجوز للمحرر فى الأخبار استعمال الأشعار والحكم والأمثال "٣" .

وللخبر الإذاعى أسس يعتمد عليها من مجموعها تتشكل عناصر الخبر الصحيح ويطلق عليها الشقيقات الست وهى :

١- من who

٢- متى when

٣- أين where

"٢" يوسف مرزوق ، مصدر سابق .

٤ - ماذا what

٥ - لماذا why

٦ - كيف how

وهى استفسارات كل منها يدور فى فكر المستمع وهو يستمع إلى الخبر ويريد الحصول على إجابة عنها بأسرع ما يمكن وفى أقصر وقت وهذه الاستفسارات الستة يطلق عليها بالانجليزية (w 5) : وهى who - what - when - where - why ويضاف إليها how أى كيف .

والشقيقات الخمس ليست هى كل شىء فى الخبر ولكنها فى حقيقة الأمر المفاتيح اللازمة لفتح الأبواب المؤدية إلى كل التفاصيل وليس كل خبر تتوفر فيه فوراً الإجابة على كل الاستفسارات فقد يصادف المحرر حادثاً ليس فيه إلا إجابة واحدة على استفسار واحد .

وعلى المحرر أن يبحث وراء الاجابات الأخرى ودلالة هذه الاستفسارات واتجاهاتها قد تتغير فى الحادث الواحد أما الاستفسار السادس كيف فالجواب عليه تفصيل لوصف ما حدث وعلى هذا فإن للخبر الإذاعى أسلوب ينفرد به وهو نتيجة تطور الأخبار منذ نشأتها مع نشأة الإذاعة كوسيلة إعلامية حتى الآن فالمحرر فى أخبار الإذاعة يختلف فى هذا الأسلوب عن زميله محرر الأخبار فى الصحيفة الذى يكتب الخبر للقراءة بعكس محرر الإذاعة الذى يصوغ الخبر الإذاعى بأسلوب ولغة ليسمع ويفهم أول مرة .

فقارئ الصحيفة يستطيع أن يعيد القراءة أما المستمع فلا يستطيع ذلك ومن ثم تستلزم الصياغة الوضوح وسهولة الأسلوب والدقة فى جمع المعلومات فى الخبر الذى لا يتجاوز بضع سطور وعلى هذا الأساس فمحنة الإذاعة الناجحة هى التى يصوغ فيها المحرر الخبر جيداً فى جمل قصيرة لا

تستغرق كل نفس المذيع وأن توضع حقائق الخبر فى وضوح وبساطة بدرجة لا تترك هذه الجمل وهذه الفقرات أو تشوش أو تثير تساؤلات فى ذهن المستمع ومحرر الأخبار فى الإذاعة عليه أن يدرك ما يثير اهتمام الناس على مختلف مستوياتهم من الأخبار المحلية والعالمية .

مراعاة الصياغة الجيدة لأجزاء الخبر¹ :

١ - **صياغة الموجز والملخص** : عند صياغة عنوان الخبر (الموجز الذى يأتى فى بداية النشرة) يجب أن يكون فى صورة جملة أو جمل كاملة المعنى فالموجز يستخدم لهدف أساسى هو جذب انتباه المستمع إلى القصة الخبرية والإذاعة فى ذلك تحذو حذو الصحف ولمل كان الموجز يمثل هذه الأهمية فإنه يتعين أن يصاغ بطريقة تتسم بالدقة والإثارة معبراً عن الجانب الأشد أهمية فى الخبر كله وأن يصاغ فى أقل عدد من الكلمات ويصاغ بصيغة المضارع حتى ولو كان الحدث قد وقع فى الزمن الماضى .

ب - **صياغة مقدمة الخبر** : مقدمة الخبر هى الفقرة الأولى منه ولهذا أهمية خاصة فى جذب انتباه المستمع إلى بقية القصة الخبرية وعلى الرغم من ان هناك عدة صياغات لغوية لمقدمة الخبر إلا أن المحرر قلماً يعى ذلك أثناء كتابة الخبر ذلك أن جانب الممارسة والتطبيق فى الفن الإذاعى قد سبق فى ظهوره جانب النظرية .

كما أن كتابة الخبر كأحد جوانب الممارسة تخضع لاعتبارات معينة تتأثر بعوامل عديدة مثل الإمكانيات والرؤية الذاتية للمحرر وظروف المنافسة وضغوط العمل فى حجرة الأخبار .

¹ "بركات عبد العزيز ، مصدر سابق ، ص ص ٩٧ - ١٠٥ .

وقد تبلورت أفكار يمكن الاستفادة بها فى صياغة مقدمة الخبر أو الفقرة الأولى منه فيما يعرف بأنواع المقدمات :

فهناك المقدمة التقليدية الشائعة : وهى تركز على أهم جزئية فى القصة الخبرية باعتبار ان لكل حادث جزئية جوهرية ذات دلالة للمستمع .

وهناك مقدمة الزاوية : وهى المقدمة التى تعبر عن وجهة نظر معينة أيا كان التعبير عن ذلك وتتبع هذه المقدمة عادة مع الأخبار الخفيفة أو الأحداث غير المروعة قد تصاغ هذه المقدمة فى صورة تساؤل .

وهناك مقدمة الشمسية : وتسمى بالمقدمة الشاملة وتستخدم عادة فى القصة الإخبارية المعقدة أو المركبة التى تتضمن واقعات وأحداثاً كثيرة وهنا يتم التعبير عن مجمل هذه الواقعات والأحداث فى مقدمة مركزة .

وهناك المقدمة الإعلانية : ليست إعلانية بالمعنى التجارى ولكنها تستمد صفة أساسية فى الإعلان وهى جذب الانتباه بصفة خاصة ليست لمعلومات واردة فى المقدمة ولكن لمعلومات متضمنة فى صلب الخبر فالمقدمة الإعلانية إذن لا تتضمن معلومات ولكنها تستخدم لجذب الانتباه وتكون هذه المقدمة مفيدة جداً فى صياغة التقرير الاخبارى .

ج - صياغة جسم الخبر : تستند صياغة جسم الخبر على إقامة العلاقات بين الأحداث المتضمنة فى القصة الخبرية والربط بينها والتعبير الواضح عنها فهذا من أبسط وأهم متطلبات الصياغة الإخبارية الجيدة كما أن صياغة جسم الخبر يقوم على التزام المحرر بالأسس التى تؤثر فى المعنى الذى يدركه الجمهور عندما يتعرض للقصة الخبر:

أول هذه الأسس : يتمثل فى الاستناد إلى المعلومات والحقائق المدعمة للأحداث وإلا كان الخبر مجرد آراء أو انطباعات غير مجدية .

أما الأساس الثاني : فيتمثل فى إثارة اهتمام المستمع ومحاولة إدماجه فى الأحداث وذلك على المستوى المعرفى والانفعالي فى صورة فرح أو غضب أو خوف أو شعور بالتهديد والاستفزاز وذلك وفق فلسفة الخدمة الإذاعية فالأخبار الخاصة بالإرهاب والاجتماعات السياسية الهامة وأسعار الطاقة والصراعات بأشكالها المختلفة كلها أخبار يتعين صياغتها بأسلوب مؤثر يثير الاهتمامات لدى المستمع .

أما الأساس الثالث : فيتمثل فى الأفراد المتضمنين فى الأحداث وإبراز علاقتهم بالأحداث على نحو دقيق وبدلالات رمزية ذات دلالة للإطار الإدراكى للمستقبل .

إن أسلوب عرض الموضوع وطريقة تقديم الحدث بحيث يصل إلى فكر المستقبلين مباشرة وكذلك فى حدود استجاباتهم المعرفية وهدفهم من التعرض هذا الأسلوب هو الذى من خلاله تكتسب الكلمات قوتها وقدرتها على التأثير والإقناع .

ولما كان جسم الخبر هو أساس القصة الخبرية ، ومتضمن تفاصيلها فإنه الوعاء الطبيعى لإبراز دلالات هذه القصة لاحتياجات الجمهور واهتماماته ، فإذا كان الخبر يتناول موضوعا يتعلق بجمهور نوعى فإن المحرر يضع فى اعتباره الاحتياجات الأكثر إلحاحا لهذا الجمهور ، وإذا كان الخبر يتناول مشكلة معينة ، فإن المحرر يضع فى اعتباره ضرورة الإجابة على السؤال الخاص بمتى ستحل هذه المشكلة .

على سبيل المثال أن نفرض أن هناك خبرا خاصا بوجود أماكن للحاصلين على مجموع منخفض فى الثانوية العامة . الجمهور الأكثر اهتماماً بهذا الموضوع يتمثل فى الطلاب الذين حصلوا على مثل هذا المجموع وهم

يحتاجون إلى معرفة عدد الأماكن المتاحة وفي أي الكليات والمعاهد ، والحد الأدنى للتقديم ومتى يمكنهم تقديم مستنداتهم وإذا كان هناك خبر يتناول إجراءات لمنع المرور في بعض المناطق في إحدى العواصم المزدحمة لأسباب أمنية أو لأسباب خاصة بالمرافق والإشغالات ، فإن الجمهور يحتاج لمعرفة المناطق البديلة ، ومتى سيعود المرور في المناطق التي تم إغلاقها ، مراعاة التوقيت ، أي المدة الزمنية للقصة الإخبارية ، أثناء صياغتها ، ذلك أن المهارة الأساسية اللازمة للصحافة الإذاعية هي التعبير عن الموضوع بأقصى درجة ممكنة من الدقة في أقل قدر ممكن من المساحة الزمنية ، والكاتب الإذاعي مقيد بالوقت في جميع مراحل العمل الإخباري .

وعلى ضوء الوقت المتاح للمادة الإخبارية في الإذاعة يتم اختيار الأخبار من عدد ضخم منها بعض الحصول عليه من مصادر متعددة ، وعند صياغة الخبر يتعين أن يكون لدى المحرر منذ البداية معرفة تقديرية بالوقت الذي سيستغرقه الخبر عندما يذاع على الهواء بحيث يقرر اختصاره ، أو ذكر تفاصيله إذا كان لديه دلالة .

وهناك بعض الباحثين الذين أجروا دراسات في الولايات المتحدة لتحديد السرعة المثالية لإلقاء نشرة الأخبار وخلصت تلك الدراسات إلى أن القراءة بمعدل ١٤٠ كلمة في الدقيقة يجعل الإلقاء بطيئاً ولا يجذب الانتباه ، كما أن القراءة بمعدل ٢٠٠ كلمة في الدقيقة يجعل الإلقاء سريعاً بدرجة لا يتمكن معها المستمع العادي من متابعة الخبر ، وتقتصر تلك الدراسات أن السرعة الأمثل هي ١٧٥ في الدقيقة .

هناك أيضاً من يضع هذا المقياس على أساس عدد السطور التي صيغت بها القصة الخبرية ، فإذا كانت هذه القصة تتكون من خمسة أسطر ، تقدم مدتها بعشرين ثانية ، وإذا كانت تتكون من ٧ إلى ٨ سطور تقدر مدتها

بحوالي ثلاثين ثانية وإذا كان هذا بالنسبة للأخبار التي تصاغ باللغة الإنجليزية ، فإن ممارسة أساليب الممارسة الإخبارية في حالة النشرة الإخبارية بينت أن القراءة بسرعة ١٥٠ كلمة في الدقيقة تكون مناسبة .

وعلى هذا الأساس يمكن لمحرر القصة الإخبارية أن يعرف مدتها بالتقريب من واقع عدد السطور التي صيغت بها فمن المعروف أن متوسط عدد كلمات السطر في اللغة العربية عندما يكتب على الورق العادي يبلغ ١٣ كلمة أى أن القصة الإخبارية التي صيغت في اثني عشر سطرًا تستغرق حوالي دقيقة وهكذا بهذه الطريقة يمكن لمحرر القصة الإخبارية معرفة مدتها وبالتالي معرفة مدة النشرة ككل مقارنة بالوقت المتاح لها على خريطة الإرسال وأخيراً فإن خبرة المحرر تجعل لديه القدرة على معرفة مدة الخبر بمجرد نظرة سريعة على الصفحة أو الصفحات التي كتب عليها وهذه المعرفة أساسية للعمل الإذاعي بوجه عام والعمل الإخباري بوجه خاص لأن المحرر قد يرى أن الأخبار التي تم تحريرها لتتكون منها النشرة أقل في مدتها من المدة المقررة لها على خريطة الإرسال وهنا يمكنه إضافة أخبار أخرى لملاءمة هذا الوقت وقد يرى المحرر أن مدة الأخبار التي تم تحريرها أطول من المدة الأصلية المقررة للنشرة وهنا يتعين عليه الاختصار أو الحذف .

د- مراعاة أصول الاقتباس : بمعنى أن القصص الإخبارية التي تتضمن اقتباسات واستشهادات من أقوال الصحف وتصريحات أدلت بها المصادر الحية يتعين صياغتها بالأسلوب السليم كأن توزع بين ثنايا الخبر بحيث يمكن فهمها وتمييزها بحيث لا يختلط الأمر في ذهن المستمع بين الكلام المستشهد به من جهة والنص الإخباري الأصلي من جهة ثانية وهذا يتطلب توظيف لغة الخبر صياغة وإلقاء لتعزيز أسلوب الكلام المقتبس والتعبير عن

معناه وإيجاد العلاقة بين المتحدث المصدر ونطقه للكلمات مثل وأكد على أهمية ،، وشدد على ضرورة ،، وسخر من وهكذا .

ه- المصطلحات والاختصارات : فالأخبار قد تتضمن مصطلحات متخصصة فى المجالات العلمية والإلكترونية والقانون والاقتصاد وغيرها وهذه المصطلحات غير مفهومة للمستمع العادى وهنا يتعين استخدام مصطلحات بديلة تؤدى نفس المعنى أو شرح المقصود بالمصطلح الأسمى إذا ما كان له أهمية ودلالة معينة

وليس هناك ما يمنع كاتب القصة الخبرية من الاتصال بالمختص فى مجال معين ليستوضح منه معنى ودلالة مصطلح ورد فى هذه القصة كما أن الأخبار قد تتضمن بعض الاختصارات الخاصة بأسماء جهات أو منظمات أو مؤسسات معينة فى هذه الحالة يستخدم المحرر الاسم الكامل ملحوقاً بالاختصار الدال عليه مثل منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم المعروفة باليونسكو ، منظمة الأمم المتحدة للتغذية والزراعة المعروفة باسم الفاو مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية المعروف بالانكتاد .

وهكذا وفى بعض الحالات يكتفى المحرر بذكر الاسم الكامل للمختصر إذا كان السياق سيكون سليماً ومقبولاً عند النطق به أو إذا كان المختصر غير شائع .

ز- بالنسبة لأسماء الشخصيات التى يتضمنها الخبر :

فالوضوح هو الهدف الأساسى وليس الاعتقاد الأسمى فى أسلوب كتابى ولذلك على الرغم من أن الوظيفة توضع قبل الاسم إلا أن الاسم يوضع أولاً إذا كان التعبير سيصبح غير مريح أو أن صوت الجملة وإيقاعها يصبح غير مستساغ وفيما عدا ذلك يجب وضع الوظيفة قبل الاسم لأن ذلك يتيح انسياب المعلومات وفيما يخص الأسماء الأجنبية فإنها تكتب باللغتين

العربية والأجنبية كما تحذف الأسماء الأجنبية إذا كانت صعبة وغير معروفة فى هذه الحالة يمكن حذفها والاكتفاء بالوظيفة أو باللقب ما لم يكن النبأ متعلقاً بالشخص نفسه بصفة أساسية أو ما لم يكن متعلقاً بقضية هامة ومثارة على نطاق واسع ولا شك ان حذف الأسماء الصعبة يمكن من تلافى الوقوع فى خطأ كتابة أو نطق هذه الأسماء من جهة ويساعد على اختصار وقت الخبر من جهة ثانية .

كيفية تحرير نشرة الأخبار الإذاعية :

تحرير نشرة الأخبار يمر بعدة خطوات يمكن إجمالها على النحو التالي :

١ - يحصل المندوبون المحليون على الأخبار فور حدوثها ويتولون جمع الحقائق عنها وتسجيلها جميعاً تسجيلاً سريعاً ثم يتولون تبليغها إلى غرفة الأخبار تليفونياً أو يعودون إلى مكاتبهم لكتابتها وهذا التصرف يتم على أساس حساب الزمن ومراعاة مواعيد النشرات الإخبارية .

كما تصل الأخبار الخارجية عن طريق وكالات الأنباء أو المراسلين فى الخارج او عن طريق الاستماع السياسى ويتولى المحررون والمترجمون ترجمة الأخبار أولاً بأول وفور وصولها يتم تحريرها وصياغتها .

٢ - يتولى رئيس الأخبار فى الغرفة مراجعة كل ما يصل إليه من أخبار ثم يصيغها الصياغة الملائمة للإذاعة . وبعد أن تتجمع لديه كل الأخبار بعد إعدادها يبدأ فى ترتيبها وتبويبها واختيار ما يراه منها مناسباً لإذاعته وإلغاء ما يرى ضرورة إلغائه .

ويكون ترتيب الأخبار ترتيباً فى الزمان وليس ترتيباً فى المكان ((المساحة)) كما هو الحال فى الصحف . فالذى يحدد مكان الخبر فى النشرة ليس نوعه بل أهميته بالنسبة للجمهور المستهدف من الإذاعة وليس هناك قواعد ثابتة

لترتيب الأخبار حيث أن الرؤية الخاصة برئيس التحرير تتدخل فى ذلك بنفس درجة التقليد السائدة فى كل محطة على حدة.

٣ - يتم وضع قصة إخبارية قوية فى بداية النشرة لتشد انتباه المستمع الذى يتوقع أن يكون الخبر الأول فى أهميته تعادل الخبر الرئيسى فى الصفحة الأولى من الصحف المطبوعة كما جرت العادة على انهاء النشرة بخبر خفيف يطلق عليه الخبر الختامى يترك انطباعاً جيداً فى ذهن المستمع ويكون أيضاً بمثابة الجسر للانتقال إلى البرنامج الذى يلي النشرة.

٤ - إعداد الأخبار فى صورتها النهائية : بعد صياغة القصص الإخبارية على النحو المشار إليه تتم طباعتها بطريقة منظمة مع مراعاة :

- كتابة الخبر على وجه واحد من الصفحة مع ترك فراغ مناسب بين السطر وكذلك ترك هامش على جوانب الصفحة الأربعة .

- كتابة الخبر فى صورة فقرات كل منها تتناول جزئية معينة بواقع أربع فقرات فى الصفحة الواحدة على أن تبدأ كل فقرة بسطر جديد ويتراوح عدد سطور الفقرة خمسة أسطر وإذا كان الخبر مكتوباً على أكثر من صفحة تبدأ كل صفحة بفقرة جديدة على أن توضع علامة مميزة فى نهاية الصفحة السابقة للإشارة إلى أن الخبر مازال مستمراً وفى نهاية كل خبر توضع علامة مميزة (+++++) .

- تسمية الخبر : بمعنى أن يكون للخبر اسم يعرف به وهذا الاسم يؤخذ عادة من المضمون الذى يدور حوله الخبر (عاصفة - إضراب - حريق . . إلخ) ، ويكتب الاسم عادة على اليمين من أعلى الصفحة وفى حالة وجود الخبر على أكثر من صفحة يكتب الاسم على كل منها .

- **كتابة البيانات الأساسية الخاصة بالخدمة الإذاعية على الغلاف الخارجى للنشرة أو الموجز هذه البيانات هي :** الشبكة الإذاعية وإدارة الأخبار ورقم النشرة وتاريخ اليوم ووقت التقديم والمسؤول عن النشرة والمحرر والمذيع .

- **ترتيب صفحات النشرة :** ترتيباً سليماً مع التأكيد على أهمية هذه العملية وتدوين أرقام سلسلة على أعلى يسار الصفحات ثم المراجعة النهائية للمادة الإخبارية صحفياً ولغوياً مراجعة شاملة وبموجب ذلك تصيح النصوص الإخبارية جاهزة لتذاع فى وقتها المحدد "1" .

إعداد التقارير الخاصة والمواد التسجيلية : كثير من محطات الراديو التى تعنى بالأخبار ، تتوع برامجها بإذاعة تحقيقات إذاعية أو تقارير خاصة أو مواد تسجيلية قصيرة . وتتكون التقارير الخاصة عادة من سلسلة من البرامج يقع منها فى ثلاث أو أربع دقائق . ويشتمل المسلسل على عدد من الحلقات المستقلة لا يقل عن ثلاث ولا يزيد عن عشر ، وتركز كل منها على جانب من الجوانب المختلفة للموضوع .

أما الموضوعات فنتناول الناس والأحداث والمشكلات وكل ما يتعلق بالاهتمامات والقضايا العامة ، وفى معظم الأحوال تكون الأخبار المتعلقة بالحوادث مصدراً هاماً من التقارير الخاصة ، ولكن هذه التقارير تختلف عن القصص الإخبارية فى أنها تقدم تفاصيل أكثر وغالباً ما تتطوى على رأى أو تعبر عن وجهة نظر .

ويبدأ إعداد سلاسل التقارير الخاصة باختيار الموضوع أولاً . وبمجرد تحديد القضية أو الموضوع ، يصبح المندوب أو المذيع مسئولاً عن بحث الموضوع ودراسته ، والبحث عن

"1" د . بركات عبد العزيز ، مصدر سابق ، ص ١٠٤ .

الأشخاص الذين سيجرى معهم المقابلات وهذه المقابلات هي المصدر الرئيسى والهام للمعلومات التى يقدمها التقرير فى نهاية الأمر إلى الجمهور ، وكذلك فإن المذيع هو المسئول عن توليف المادة المسجلة وتنظيمها وكتابة التعليق (السرد) Narration ثم قراءة التعليق صوتيا ثم إنتاج الفقرات التى يتكون منها الموضوع ودمجها بعضها البعض¹ .

ولكى تتضح هذه الخطوات فإنه يمكن عرضها على النحو التالي " ٢ " :

أولا : بحث الموضوع : والمقصود بذلك هو كيف يضع المذيع يده على هذه الحقائق الأساسية حول الموضوع فى أكثر وقت ممكن ، ولعلى أكثر طريق إلى ذلك هو الرجوع إلى ما كتب عن الموضوع فى الصحف والمجلات والكتب وما قد يكون لدى الأجهزة الرسمية مثل الشرطة ، المحاكم ، المستشفيات المؤسسات المختلفة من معلومات حوله ، فضلا عن الشخصيات ذات الصلة الوثيقة بالموضوع سواء كان من المشاركين فى الموضوع أو من شهود العيان .

ثانيا : تخطيط الحلقات : بعد الحصول على المعلومات يصبح من الضرورى تقسيم الموضوع إلى عدة فقرات أو حلقات يتناول كل منها جانبا من الجوانب نظراً لأن هذا النوع من الموضوعات عادة ما يكون على قدر كبير من الأهمية والتعقيد بحيث يتطلب مثل هذا التقسيم لى يتم تناوله من كافة جوانبه وعلى النحو الذى يحقق الغرض منه .

على أنه ينبغى أن يخصص الجزء الأخير لتقديم الحلول أو المعلومات التى تساعد على الحل . وكذلك فإن على المذيع أو المندوب أن يحدد الأشخاص الذين سيجرى معهم المقابلات .

فإذا كان الموضوع يتعلق بضحايا فيضان فى إحدى المناطق مثلا ، فإن على المذيع أن يحدد مقابلات مع الأسر التى تضررت والمصابين فى

¹ د . كرم شلبى ، المذيع وفن تقديم البرامج للراديو والتلفزيون ، القاهرة ، مكتبة التراث الإسلامى ، ١٩٨٦ ، ص ٣٠١ .

^٢ المرجع السابق ، ٣٠٢ وما بعدها .

المستشفيات والمسئولين عن الإنقاذ والإغاثة والمسئولين عن دفع التعويضات ، وسؤال المتخصصين عن كيفية تدارك مثل هذه الكارثة مستقبلاً .

وعلى هذا الأساس يمكن أن يقسم موضوعة إلي فقرات على النحو التالي :

فقرة (١) : معلومات عامة تتضمن الحقائق الأساسية عن الفيضان .. وتهدف الفقرة إلي عرض حجم المأساة وأسبابها ويقدم ذلك من خلال تعليق بصوت المذيع

فقرة (٢) : أين الضحايا وماذا جرى لهم ؟ وتقدم هذه الفقرة من خلال تعليقات بأصوات الضحايا .

فقرة (٣) : أجهزة الإنقاذ والإغاثة .. وماذا قدمت .. وتقدم الفقرة من خلال تعليقات بأصوات ممثلي هذه الأجهزة .

فقرة (٤) : ما هو المطلوب عمله على وجهة السرعة .. وتقدم الفقرة من خلال تعليقات المرشدين وملاحظات المذيع نفسه .

فقرة (٥) : كيف نتضمن ألا تتكرر المأساة ؟ - وتقدم الفقرة من خلال المتخصصين من المهندسين والجيولوجيين وغيرهم .

ثالثاً : المقابلة : Interviewing : تعد المقابلة واحدة من أهم أدوات الصحافة الإذاعية للحصول الأخبار فلكي تحصل على المعلومات ينبغي أن تتحدث إلي الناس وتجري مقابلات معهم وينبغي أن تجرى كل المقابلات في مواقع الأحداث .

وهذا يتطلب توفير أجهزة تسجيل خفيفة الوزن وتعمل بالبطارية وذات كفاءة عالية ، كما تتطلب توفير ميكروفونات ذات حساسية فائقة ومن مختلف الأنواع لاستخدامها حسب الحاجة وظروف العمل في الموقع وإن كان من الضروري توفير ميكروفون ديناميكي . وفي كل الحالات يكون

على المذيع أن يلم بأنواع الميكروفونات وخاصة كل منها والفرق بين أنواعها المختلفة ومجالات استخدامها ..

ومن الملفات للنظر أن بعض المحطات تحظر على المذيع أن يستخدم ميكروفونا خاصاً به أي مملوكاً له ، أما إذا كان ذلك مباحاً فإن بوسع المذيع أن يمتلك كل المعدات التي تساعد على أداء أفضل ، ومهما كان الأمر فإن على المذيع أم يبقى مستعداً لاستخدام الميكروفون العادي الذي يكون مع جهاز التسجيل .

ويجب على المذيع أن يتحدث أولاً إلي الأشخاص المرشحين لإجراء المقابلة قبل أن يحدد موعداً لإجرائها ، ويمكنه أن يخبرهم بأنه يحتاج منهم إلي معلومات وأفكار دون أن يدعوهم لإجراء مقابلة ، حتى يتأكد من قدرتهم ورغبتهم في التحدث فضلاً عن وفرة المعلومات لديهم .

ثم عليه بعد ذلك - وقبل إجراء التسجيل - أن يعد قائمة بالأسئلة التي يريد الحصول على إجابات عنها وأن يعد لكل شيء إعداداً كاملاً من كافة النواحي وعندما يبدأ تسجيل المقابلة يجب أن ينتهي التسجيل في نفس الموقع لأنه عند تغيير الموقع أو تغيير المناسبة يتأثر الصوت وتبدو المقابلة وقد اختلف صوت المذيع وصوت الضيف اختلافاً واضحاً بين أجزاءها ، بينما يجب أن تستمر الضوضاء والأصوات المحيطة في كل فقرات البرنامج .

أما عن استخدام الأسئلة فإن إعدادها مسبقاً لا يعنى أن يتقيد المذيع بها وحدها دون غيرها أو أن يحصر نفسه في إطارها وحدها بل عليه أن يبنى من إجابات الضيف أسئلة جديدة كلما وجد ذلك ضرورياً وممكناً .

وفيما يلي بعض المقترحات التي تتعلق بتسجيل مادة التقارير الخاصة وهذه المقترحات هي :

جرب أجهزة التسجيل قبل البدء في إجراء المقابلة ولا علاقة لهذا الأجراء بخبرتك أو تجربتك أو بكونك مديعا محترفا . ففي كثير من الحالات يكتشف المذيع بعد الانتهاء من إجراء المقابلة أن بطارية الجهاز لم تكن صالحة للاستخدام ، أو أن جهاز التسجيل لم يعمل أو أن درجة الصوت عالية جدا أو منخفضة جدا ، أو يكتشف عدم وجود شاشة الريح التي تحول دون تأثير الميكروفون بأصوات الهواء ، وقد تسبب في ظهور صفير الريح أو أصوات الهواء في التسجيل ..

ولهذا يجب على المذيع أن يعني بتجربة أجهزة التسجيل بدقة وفي نفس الموقع الذي ستجرى فيه المقابلة .

اشرح للضيف قبل التسجيل الإجراءات الخاصة بالتسجيل والتوليف ، ولذلك لكي يعرف الضيف أن كل تعليقاتك وأسئلتك سوف تسمح من الشريط ويحل محله سرد Narration يتم تسجيله داخل الأستوديو وهذا يعنى أن ضيفك يجب أن يقدم مباشرة رواية كاملة لا تبدو أنها تتعلق بسؤال وجه إلي الضيف .

وهذا نموذج لإجابتين على سؤال واحد :

هل تعتقد أن إسرائيل ستوافق على وقف إطلاق النار ؟

ج - أعتقد ذلك في حالة واحدة ، أقصد إذا واجهت ضغوطا حقيقية من الولايات المتحدة الأمريكية .

ج - إن إسرائيل يمكن أن توافق على وقف إطلاق النار إذا واجهت ضغطا حقيقيا من الولايات المتحدة الأمريكية .

وإذا تأملنا الإجابتين ، نجد أن الإجابة الأولى لا يمكن أن تفهم للمستمع إلا إذا جاءت مسبقة بالسؤال ، أما الإجابة الثانية فيمكن أن تفى بالغرض دون وجود السؤال أو الإبقاء عليه فى التسجيل .

عندما تكون مستعداً لبدء المقابلة ، أطلب من الضيف أن يبقى صامتا لمدة ثلاثين ثانية يسجل عليها (هواء صامت) أو الأصوات المحيطة ، وهذا الصمت أو الأصوات المحيطة يمكن الاستفادة منها فى التوليف إذا ما أراد المذيع التدخل فى أي نقطة فى الشريط ، ولن يكون ذلك ملحوظا للمستمع نظرا لأن النقطة التى دخل عندها المذيع تحمل نفس الأصوات المحيطة المسجلة على الشريط .

وعلى نفس النحو يجب أن تترك الشريط مستمرا فى الدوران لبضع ثوان بعد انتهاء الضيف من كلامه ، وذلك لأنك عند التوليف أو كتابة النص قد تحتاج لأن يتلاشى الصوت فى نهاية تعليق ضيف أو آخر من ضيوف البرنامج ، فإذا لم يكن هناك مثل هذه (المساحات) الصامتة فى نهاية كلام الضيف يصبح من الصعب إجراء مثل هذا التلاشى .

تجنب استخدام أية إشارات تشجيعية منطوقة مثل (آ .. ياه .. هكذا .. تمام .. الخ) أن مثل هذه الإشارات الصوتية لا يمكن استبعادها عند توليف البرنامج ولذا يمكن تشجيع الضيف بإشارات غير منطوقة كإطراقه بالرأس أو ابتسامة وذلك يكفى .

حاول أن تبقى جهاز التسجيل مستمرا فى الدوران طيلة المقابلة ولكن لا تتردد فى إيقافه إذا وجدت أن المقابلة لا تسير على مايرام إن الحكمة فى عدم مقاطعة الضيف هو أن غالبية الناس يكون أكثر نشاطاً وحيوية عندما يشعرون بأن ما يقولونه سيذاع بعد ذلك على الهواء ويسمعه الناس.

ومن ثم فإن وقف التسجيل ثم إعادته مرة أخرى يقلل من حيوية الأشخاص وتدفقهم فى الحديث ويشعرهم بأنهم يقولون كلاماً مكرراً سبق أن قالوه وبالتالي يفتر حماسهم فضلاً عن تشويش المعلومات فى أذهانهم .

اكتب النص بعد توليف الشريط وفى هذه الحالة فإن النص سيتضمن تعليق المذيع أو السرد الذى يتضمن المقدمة أو المدخل إلى الموضوع والربط بين الفقرات التى سبق تسجيلها ثم الخاتمة .

أخيراً سجل البرنامج كاملاً وفقاً للنص والفقرات التى سبق إعدادها وهذا يقتضى الدخول إلى الأستوديو والعمل مع مهندس متخصص لتسجيل السرد والتعليق الصوتى للمذيع ونقل الفقرات المسجلة فى موضعها بالنسبة لهذا السرد .

رابعاً التوقيت : إن إعداد النص المكتوب للإذاعة يحتاج من المذيع أن يعرف بدقة كم عدد السطور أو الصفحات التى يمكن أن يقرأها خلال مدة زمنية كم دقيقة للصفحة أو كم ثانية للسطر مثلاً .

ومن ثم لا بد للمذيع أن يحدد الوقت اللازم أو يؤقلم نفسه للوقت المحدد للبرنامج على أساس أنه سيقراً بصوت مرتفع وبطريقة مريحة وسرعة معقولة ويعرف بالضبط قدرته على قراءة عدد معين من الكلمات فى الدقيقة .

ومن ثم يمكنه أن يعرف كم يستغرق من الزمن فى قراءة نص معين وذلك بأن يحسب أو يعدد كلمات السطر ثم يضربها فى عدد السطور ثم يقسمها على سرعته فى القراءة فى الدقيقة الواحدة .

فإذا افترضنا أن سرعة المذيع هى ٧٠ كلمة فى الدقيقة وأن هناك نصاً يشتمل على ٢٠ سطر وفى كل سطر ٧ كلمات :

إذن $٧ \times ٢٠ = ١٤٠$ كلمة .

$١٤٠ \div ٧٠ = ٢$ دقيقة .

إذن فإن النص يحتاج إلي دقيقتين فقط أمام الميكرفون وهكذا وينفس هذه الطريقة يمكن للمذيع أن يعرف مقدماً الزمن الذى يستغرقه قراءة نص بعينه وعلى ضوء ذلك يحدد وقت البرنامج أو يقوم باختصار النص أو القراءة بطريقة أسرع أو أبطأ .

التقرير الإذاعي

مفهوم التقرير الإذاعي⁽¹⁾ :

وهو عبارة عن خبر تفصيلي لحدث أو موضوع أو نشاط ويقدم المعلومات والمعارف بطريقة تتسم بالحيوية والحركة وتستوعب كل عناصر الحدث ويتضمن رؤية ذاتية لكاتبه من خلال وصفه للظروف التي أدت الي الحدث والأشخاص المشتركين فيه إضافة الي التفاصيل الجانبية فيقدم وصفاً لزمان ومكان الحدث ، ويقدم إما مكتوباً أو فى صورة رسالة صوتية يؤديها المنذوب أو المراسل سواء كان داخليا أو خارجياً .

هو وصف تفصيلي حول الأحداث الواقعية الراهنة ، إذ يصف هذه الأحداث بالتفصيل في سيرها وديناميكيته ، فالتقرير لا يقتصر على الجوانب الجوهرية فقط كما هو الحال بالنسبة للخبر ، ولكنه يقوم من خلال الوصف

⁽¹⁾ <http://www.bbc.co.uk/academy/arabic/article/art20130702112133982>

الزمني والمكاني للأحداث الواقعية بشرح القضية بشكل شامل وواضح وحيوي وفي لغة سهلة وجذابة .

هو فن صحفي يقع بين الخبر والتحقيق الصحفي ويقدم مجموعة من المعلومات حول الوقائع في حركتها الديناميكية فهو إذا يتميز بالحيوية ولا يقتصر على الوصف المنطقي للأحداث وإنما يسمح بإبراز الآراء الشخصية للمحرر الذي يكتب التقرير.

وهو مادة مسجلة تشتمل على عدة عناصر متنوعة، من بينها: روابط (أنت تقرأ النص) - مقتطفات (مقابلات مع مشاركين في التقرير) - شريط حر (أجواء وتسجيلات على أرض الحدث) - مؤثرات صوتية - موسيقى .

التقارير الإخبارية للراديو⁽¹⁾ :

لا تختلف قوالب كتابة التقرير الإخباري للراديو عن كتابة التقارير الإخبارية في الصحف إذ أن كليهما يقوم على قالب الهرم المعتدل إلا أن طبيعة الاستماع الي الراديو يفرض واقعا مختلفا إذ أننا عندما نكتب للراديو فإننا نكتب للأذن والاستماع مرتبط في حياة الإنسان بخياله مما يمكنه من أن يجعل الاستماع خلفية لأعمال أخري يؤديها عليه يحسن بنا أن نسعي جهدنا لجعلهم قريبين منا وذلك بأن :

نستخدم جملاً قصيرة .

نكتب بلغة بسيطة وواضحة .

نستخدم أفعال المضارع لإكساب الجدة والآنية .

نستند الي المصادر لإكساب المصداقية .

(1) أحمد خليل حامد ، ورقة بعنوان " كتابة التقارير الإخبارية " ، قدمت في ندوة التحرير الإخباري للصحافيين بوكالة السودان للأنباء ، الفترة ١٦ - ١٧ أغسطس ٢٠١١ م .

نتجنب التكرار .

نسب الأرقام مثلاً نقول حوال مبلغ مليون .

نبتعد عن استخدام الاختصارات .

نلتزم بنهج واحد في استخدام الألقاب والرتب .

نسعي للإجابة علي كل الأسئلة التي تدور بأذهان المستمعين .

نتصور شخصية خيالية تستمع إليك وأنت تكتب لها .

كيفية كتابة التقرير الإخباري للراديو⁽¹⁾ :

تقرير الراديو يقابل المقالة الخاصة في الصحف ويكون ما بين دقيقة وثمان دقائق ويجمع بين

ما كتبه المحرر والحوار والمؤثرات الطبيعية من موقع الحدث وقد تضاف الي التقرير مادة

إرشيفيه من المكتبة أو بعض المؤثرات الموسيقية وهنا يجب مراعاة الآتي :

* اختر نقطة جوهرية في مادة التقرير وركز عليها .

* لا تقدم جانباً واحداً فقط من الموضوع .

* استخدم بعض المؤثرات وأصوات الجمهور والحوارات .

* كلما قلت كلمات التقارير كلما كان ذلك أفضل .

* التقارير المتكاملة تبدأ دائماً بموسيقى وأصوات أخري لخلق الأجواء

المطلوبة .

أساليب كتابة التقرير الإخباري :

(1) أحمد خليل حامد ، ورقة بعنوان " كتابة التقارير الإخبارية " ، قدمت في ندوة التحرير الإخباري للصحافيين بوكالة السودان للأنباء ، الفترة ١٦ - ١٧ أغسطس ٢٠١١ م .

يرتكز التقرير الإخباري علي :

* أسلوب بسيط واضح .

* جمل قصيرة .

* يحتوي علي اكبر قدر من المعلومات في أقل قدر من الكلمات .

* يقوم علي الحقائق وليس الخيال .

قواعد كتابة التقرير الإخباري :

يكتب التقرير الإخباري بطريقة الهرم المعتدل الذي يتكون من :

١ - **مقدمة التقرير** : وهي عبارة عن مدخل يمهد للموضوع ويتم اختياره

بعناية وتحتوي المقدمة علي العناصر الآتية :

- تقديم واقعة ملموسة .
- سرد موفق .
- تقديم صورة منطقية .
- زاوية جديدة لموضوع جديد .

جسم التقرير : ويتم فيها شرح الموضوع وتقدم من خلاله المشاهد والصور

الحية ويتضمن:

* تتبع مسار الحدث من البداية وحتى النهاية .

* الربط بين الوقائع التي يضمها التقرير .

٣ - **خاتمة التقرير** : وفيها يكشف كاتب التقرير عن النتائج وحرفية كاتب التقرير تشير لنا عن بعده عن الأسلوب الخطابي في الكتابة وأن أدلته وشواهدة تتفق مع النتائج التي يتوصل إليها وتتضمن الخاتمة ما يلي :

* تقييم موضوع التقرير .

* عرض النتائج التي تم التوصل إليها .

عناصر التقرير الإذاعي :

١ - **المقدمة**: هي افتتاحية التقرير تكتبها ويتلوها المذيع قبل أن يعرض تقريرك المسجل.

كما أنها، في الواقع، بالغة الأهمية لأنها بمثابة حاوية تضع فيها كل المعلومات الأساسية التي يجب أن يعرفها الجمهور، ما يسمح لك ببدء تقريرك من موضع مهم أو جذاب أكثر. إذن، تضع في المقدمة الحقائق الرئيسية للقصة إضافة إلى إشارة إلى طبيعة التقرير. هذا تقرير إخباري من فلان، أو إليكم هذا التقرير التحليلي، أو نستعرض سياق الموضوع في التقرير التالي. وبالتالي، حين يستمع أحد إلى المقدمة، سيعلم أين ستبدأ تقريرك.

وهي عبارة عن فقرة أو فقرتين ، وتكون مركزة دقيقة جذابة ومشوقة تلخص الموضوع أو بعض زواياه المهمة.

ولابد أن تولي اهتماماً للمفردات وللقواعد ، وتشتمل المقدمة علي العناصر الآتية:

- مضمون التقرير

- سبب أهميته

- من سيخبرنا بالقصة

- اسمك، لأنك المراسل الذي أعده

إن وضع مقدمة سليمة قبل البدء بجمع تقريرك يساعدك على التركيز أكثر على المضمون.

٢ - **الرابط:** قطعة من النص تربط بين تسجيلين صوتيين (كليب) بهدف تحقيق التتابع المنطقي والتماسك في القصة. عموماً، ستسجل الروابط في استوديو، أو في أي مكان هادئ. رابط المكان وهو رابط تسجله في مكان الحدث بدلاً من الاستوديو وهو مفيد لإضفاء إحساس بالمكان.

٣ - **الكليب:** هو ملخص من مقابلة يستغرق عادة ٢٠ الى ٤٠ ثانية، وأفضل المقاطعات (الكليبات) هي في مقابلات مسجلة وجهاً لوجه، والأفضل من ذلك تلك المسجلة في استوديو. لا يمكن تجنب الكليبات المأخوذة من مقابلات مسجلة عبر الهاتف، لكن، عليك أن ترفض تضمين التقرير مقابلات أُجريت بنوعية خطوط رديئة. فالمستمعون سيجدون صعوبة في فهمها. كما عليك أن ترفض المقابلات الطويلة والعبثية. اختر الأفضل لترك الأثر الأكبر على المستمع.

عليك أن تعتاد على تسجيل الكثير من الأصوات على الأرض عندما تخرج للعمل على تقريرك. حاول أن ترسم صوراً عبر الأصوات: سوق، سكة حديد، محطة قطارات، مسرح.

جرّ المستمعين إلى القصة، قم بخدعة سمعية للإبقاء على انتباههم منجذباً إليك. قد لا تستخدم كل ما تسجل، لكن أن تسجل أكثر من اللازم خير من أن تسجل القليل.

٤ - **التسجيل الأرشيفي:** هو ملخص من مقابلة سابقة احتفظت بها في الارشيف.

٥ - **فوكس بوبس:** وتعني أصوات الناس، وهي تعليقات لأفراد من العامة، لأناس عاديين من الشارع.

٦ - **الواقعية**: أصوات مهمة مسجلة على أرض الحدث تساعد على رسم المشهد عند إخبارك القصة. فكّر بتقجير، أو بخطاب حماسي.

٧ - **أصوات المكان**: هي الأصوات في الخلفية التي تعطي المستمعين إحساساً بالمكان، كسماع لهجة محلية، أو جمهور كرة قدم ينشد.

٨ - **الجو**: وتعني موسيقى الخلفية التي تعطي دليلاً على أنك كنت هناك، كزحمة السير، صوت البحر، خذ المستمعين معك في الرحلة.

٩ - **موسيقى**: إذا أردت استخدام الموسيقى، اسأل نفسك إذا كانت تناسب التقرير. استخدمها فقط إذا كان الأمر كذلك. وإذا كان بإمكان الموسيقى أن تزيد من قيمة التقرير، فإنها أيضاً قد تفسده.

بداية ونهاية التقرير⁽¹⁾:

افتتاحية التقرير وخاتمته هما الموضوعان الأكثر جذباً لاهتمام الجمهور. إذن، عليك أن تبدأ تقريرك بنقطة تتميز، ليس بالضرورة بشيء من الدراما، لكن بإعطاء لمحة عن تعقيدات القصة أو حركيتها أو سبب الإهتمام بها أساساً.

مثلاً: هذا خبر سيء جداً بالنسبة للرئيس أوباما اليوم. تلك افتتاحية جيدة في ، لأنها تدعو إلى التساؤل؛ لماذا هو خبر سيء؟ وإلى أي مدى هو سيء؟ .

إذا كنت تتعامل مع حوادث السير مثلاً، وتريد أن تقدم عملاً تحليلياً نوعاً ما. هذا ليس إلا الأحدث في سلسلة من حوادث كبرى تطرح أسئلة أساسية

⁽¹⁾ جوناثان ماركوس ، إعداد التقرير الصوتي ،

حول سلامة السكك الحديد في بلدك . هذا النوع من العبارات يرسل إشارة قوية حول وجهة تقريرك وأهمية الحدث، وتقدم للجمهور مبررا لمواصلة الإستماع بدلا من الانصراف عنك لفعل شيء آخر.

حجم التقرير الإذاعي:

التقرير الإخباري الإذاعي يكون عادة قصيرا للغاية، لكن كأي قطعة مكتوبة، يجب أن تكون له بداية ووسط ونهاية. ولذلك يجب أن تكون كتابته منظمة، يجب أن تعلم أين تبدأ، وسيكون أمرا طيبا لو كانت لديك فكرة عن النقطة التي تريد أن تنتهي بها تقريرك، لأن ذلك سيساعدك في التطرق إلى كل المعلومات الأساسية في وقت معقول.

إذن، عليك أن تنظم المادة المتوفرة لديك، وفي كل مرحلة، يجب أن تذكر نفسك بأن هذا تقرير سيستمع إليه وليس مقروءا، وبالتالي لن يكون بإمكان أحد أن يعود إلى الفقرة السابقة مثلا.

لذا، يجب أن تكون منطقيًا في سردك لتفاصيل الموضوع، ولا يجب أن تهمل المعلومات الأساسية لأن الجمهور لن يتمكن من متابعتك، وإذا فقدت مستمعا فليس من السهل استعادته مثلما قلت لأن النص غير مكتوب. إذن، نظم تتابع معلوماتك بشكل منطقي، واجعل تقريرك بسيطا وسلسا.

اختيار وانتقاء الكلمات مهم للغاية:

عليك أن تحسن اختيار الكلمات التي تستعملها في تقريرك. يجب أن تكون كلماتك بسيطة ومفهومة، ولا أعتقد أنك ستستعمل كلمات تجعل المستمع يتوقف عندها للتدبر في معانيها بدلا من متابعة الإستماع لموضوع التقرير .

طبعاً، قد تكون في بعض الأحيان مجبراً على استعمال بعض المصطلحات، إما لأنها ضرورية لشرح الموضوع، أو لأنها موجودة في مقطع صوتي لشخص آخر متضمن في التقرير.

وفي الحالتين، عليك أن تشرح المصطلح بشكل واضح حتى لا يتوقف المستمع عنده. لكن عموماً، أنصح باعتماد لغة بسيطة، وأن تترجم، إن صح التعبير، اللغة المعقدة للموضوع إلى لغة يفهمها الجميع.

أمر آخر هو وتيرة التقرير. يمكنك أن تكتب جملاً قصيرة أو عبارات طويلة بجملة اعتراضية. عموماً، الجمل القصيرة أسهل على الفهم، كما أن تلك الجمل القصيرة تتميز بخاصية هي إن كان استخدامها لتغيير الوتيرة. وأعتقد أن هذا مهم ومفيد.

يمكنك أن تستعمل جملاً مطولة بعض الشيء في جزء من التقرير، وإذا أردت أن تغير الوتيرة، أو تسرعها، مثلاً مع اقتراب الخاتمة، يمكنك أن تستعمل جملاً قصيرة.

تقييم المعلومات:

قد يتضمن التقرير معلومات مهمة وحقائق واحصائيات، لكنه لا يفسر للمستمع ما يجري، اعطيكم مثلاً، لنأخذ تقريراً عن احصائيات صحية .

على سبيل المثال : الحكومة تقول ان قائمة الانتظار في المستشفيات قد تقلصت وان ذلك يمثل طفرة في الخدمات الصحية، والمعارضة تنفي ذلك وتقول ان قوائم الانتظار تضاعفت خمس مرات عما كانت عليه في السابق.

الآن انت قدمت هذين الموقفين، لكن ايهما المحق، لا يمكن ان يكونا كلاهما صائبين. وهنا يأتي دورك للقيام ببحث في الموضوع والتحدث الى المختصين وتفحص الارقام لتأتي باستنتاجك الخاصة.

هنا انت تستعرض حجج كل الاطراف، تستمع الى ما يقوله المسئولون في الحكومة والى ما يقوله المعارضون ثم تقارن ذلك بذلك وتقدم تقييما متوازنا للموقف، انك لا تقدم وجهة نظرك الشخصية هنا، وتذكر دائما ان هذه تقييمات والموضوع ليس قائما على ما تحب وما لا تحب، هذه استنتاجات نزيهة مبنية على الحقائق والبحث الذي قمت به.

كيفية إعداد التقرير الإذاعي :

وفي ما يلي خطوات إعداد التقرير الإذاعي :

- ١ - حدد أهم عنصر في التقرير واكتب مسودة للمقدمة وعد إليها في سياق العمل كي تبقي على تركيزك.
- ٢ - استمع إلى المقابلات واختر المقتطفات الصوتية (كليات).
- ٣ - اكتب المسودة الأولى للنص.
- ٤ - حدّد الروابط التي ستجمع المقتطفات بعضها بعضاً.
- ٥ - قرّر ما إذا كنت ترغب بتسجيل أي لقطات .
- ٦ - التسجيل وقوفاً على الأرض .
- ٧ - سجّل أجواء ووقائع فالأصوات المميزة تعطي المستمعين انطباعاً بأنهم معك في الموقع .

٨- فُكِّر ملياً فيما إذا كنت بحاجة إلى الموسيقى أو لا. لن تحتاجها في الغالب، لذا دعك منها إذا راودك شك بضرورة استخدامها.

٩- انجز كتابة النص. اقرأه بصوت مرتفع، وادخل المقتطفات (الكليبات) للتأكد من أنها تتناسب معاً. وعندما تشعر بالرضا لسيرها معاً، سجل الروابط.

١٠- عندما تكتمل لديك كل العناصر، يكون الوقت قد حان لتجميع التقرير .

١١- اطلب من زميل الاستماع للتقرير قبل أن تحفظ النسخة الأخيرة، وتأكد من إضافة التغييرات اللازمة.

١٢- عد إلى المقدمة، وأعد كتابتها، إذا لزم الأمر.

سمات التقرير الإذاعي الجيد :

- المقدمة يجب أن تخبر المستمع بمحتوى التقرير.

- أن تقدم له سبباً للاستماع.

- يجب أن يتضمن التقرير بدايةً عنصراً مشوقاً لجذب انتباه المستمعين.

- يجب أن يكون إخبارياً ويروي القصة بوضوح.

- يجب أن تكون الكليبات على درجة عالية من الجودة حتى يسهل فهمها.

-ينبغي أن يكون التقرير محققاً للمعايير التحريرية اسأل نفسك: هل هو موضوعي؟ وهل هو دقيق وغير منحاز؟

- من المهم أن تجعل المستمع يشعر بأنك كنت هناك، عبر استخدام الشرائط الحرة وأصوات الأجواء.

لغة كتابة التقرير الإذاعي⁽¹⁾ :

اللغة المستخدمة في كتابة التقرير الإذاعي لا بد وأن تكون لغة بسيطة وواضحة ومختصرة لأنه بهذه الطريقة يستطيع المشاهد والمستمع والقارئ أن يفهم ما نقول، فالجمل الطويلة المعادة تنفر الجمهور.

ولا بد من التعامل أيضا بحذر مع المصطلحات التي يكون لها أحيانا دلالات سياسية. فمثلاً، مصطلح "إرهاب" يتم التعامل معه بمهنية وموضوعية في إطار الحفاظ على حيادية المؤسسة.

أما في ما يتعلق بالترجمة فلا بد من الحرص على تجنب الترجمة الحرفية الآلية من خلال ترجمة المعنى الذي يقصده كاتب النص باللغة الأجنبية، وهذا يساعد على جعل المادة التحريرية بسيطة ومفهومة.

واستخدام مفردات أجنبية أحيانا إذا كانت شائعة ومعروفة مثل كمبيوتر أو استراتيجية فهو أمر مقبول .

ولا بد من الانتباه الى المصطلحات الشائعة التداول في السابق، فمثلا مصطلح "إرهاب" او "إرهابي" صار لهما مفهوم سياسي حاليا، وهنا يجب توخي الدقة والحذر في عدم إساءة استخدام مصطلحات كهذه، وإلهاب مشاعر بعض الناس.

⁽¹⁾ <http://www.bbc.co.uk/academy/arabic/language/editorially-correct-arabic/article/art20130702112134010>

ويجب ان يعبر المصطلح عن حيادية وموضوعية واضحة في التغطية الاعلامية، وهو ما يعكس الرقي المهني والنزاهة في التعامل مع عناصر النص المختلفة، ومنها المصطلحات المتداولة والشائعة.

ومن المهم لابد من الكتابة بلغة بسيطة وواضحة ومختصرة حتى تكوت مفهومة لدى الجمهور. الجملة الطويلة المعقدة منفرة وتؤثر على وضوح المعلومة والقدرة على ايصالها بسلاسة.

من المهم جدا ان ينقل المترجم المفهوم الذي يتضمنه التقرير او المادة المترجمة، وليس الجروح نحو الترجمة الآلية، لأنه معنيّ بنقل وايصال المعنى والمضمون الذي اراد ان يوصله الكاتب الاصلي للتقرير او المادة.

المترجم الكفاء هو الذي يستطيع ان يفهم بعمق اللغة الاخرى مثل فهمه وسيطرته على لغته الأم، وهو بهذا يتمكن من جعل النص المترجم نصا مفهوما وواضحا لا غموض او ارتباك فيه.

واللغة العربية قادرة على احتواء المصطلحات الجديدة فإذا كان التقرير يحتوي علي مصطلحا جديداً فيتم البحث عن بديل مناسب في اللغة العربية.

اما اذا كان المصطلح بلغة اخرى شائعا ومتداولاً فيتم استخدامه حتى لا نخرج عن المألوف والمعروف. كما لابد من البعد عن استخدام لغة مفتعلة، ولا ضرر من استعارة بعض الكلمات من لغات اجنبية كالإنجليزية وغيرها اذا كانت شائعة ومتداولة.

وهناك عدد من العناصر الأساسية التي ينبغي أخذها بالاعتبار عند كتابة التقرير الإذاعي هي⁽¹⁾ :

⁽¹⁾ <http://www.bbc.co.uk/academy/arabic/how-to/writing/article/art20130702112134002>

١ - **الجملة الأولى** : الجملة الأولى في التقرير هي الأهم، وهي فرصتك لجذب اهتمام المستمع، وكأنك تقول له: اسمع لدينا شيء مهم سأطلعك عليه.

٢ - **اكتب بلغة مبسطة** : من المهم تجنب العبارات والمصطلحات المكررة والمستوردة، فالعربية لغة غنية علينا استغلالها. تجنب كثرة الصفات والأرقام، فمن شأنها تشويش المستمع. وكل كلمة يجب أن تكون مدروسة، وأن يكون ذكرها مبرراً.

٣ - **كن خلاقاً** : يجب أن يشدّ التقرير الذي تكتبه المستمع. لذلك، حاول أن تكون خلاقاً، ولا تتوقف كثيراً عند ما هو معروف أصلاً. يمكنك أن تضيف مسحة الابتكار بوسائل عدّة، مثل إضافة اقتباس ما، أو إضافة بعض العبارات التي تعطي للنص طابعاً مختلفاً، وبعض الخلفيات التاريخية.

٤ - **فهم الحدث** : العنصر الأهم هو أن تسأل: هل استوعبت القصة التي تكتبها؟ فإن لم تستوعبها، فكيف سيفهمها المستمع؟

أساليب كتابة التقرير الإخباري⁽¹⁾ :

يتكون التقرير الإخباري من معلومات وتفاصيل متفرقة حدثت في وقت واحد وفي أماكن متفرقة. ويمكن كتابتها بالأسلوب التالي :

١ - يكتب للتقرير عنوان مأخوذ من أبرز المعلومات.

٢ - تكتب للتقرير مقدمة تلخيصية تلخص أبرز المعلومات الواردة فيه بلا تفاصيل .

(1) علي دنيف حسن ، أبرز الأساليب الشائعة في كتابة التقرير الإخباري ، متوافر علي الرابط التالي :

- ٣ - تكتب التفاصيل بالتسلسل مع مراعاة :التسلسل الزمني والأهمية .
- ٤ - توضع بين التفاصيل فقرات تمهيدية أو فقرات ربط تسهل الانتقال من تفاصيل إلى أخرى ، ومن عبارات ربط المعلومات في المقدمة :
- فيما ، في حين ، بينما ، في وقتوغيرها.
- ومن عبارات ربط التفاصيل في جسم الخبر : من جهة أخرى ، على صعيد متصل ، إلى ذلك ،من ناحية أخرى ، على صعيد ذي صلةوغيرها.
- اجتماعات مجلس التحرير⁽¹⁾:**

لاجتماعات التحرير هدفان رئيسيان؛ هما :

- ١ - هدف عملي ويتم فيه : تقديم موجز حول التحركات والتغطيات وكل المواد المخطط لها سابقا ويتوقع وصولها في ذلك اليوم ، وتتميز هذه الاجتماعات بأنها :
- أ- اجتماعات قصيرة عموما .
- ب- توجيهية ومبنية على قائمة معدة سلفا وأجندة أحداث أو خطة .
- ج- معظم المداخلات في هذه الاجتماعات هي عبارة عن أسئلة .
- د- يجب أن تتضمن المقترحات حلولاً عملية لمشكلات محددة ومعروفة .
- هـ- تنتهي هذه الاجتماعات عندما يتم التوصل الى تصور واضح تماما للمهام المراد تنفيذها .

⁽¹⁾ <http://www.bbc.co.uk/academy/arabic/how-to/original-journalism/article/art20130702112133959>

٢ - هدف يتعلق بالجوانب الخلاقة في العمل ويتناول : أفكار أو قصص أو محاور جديدة أو اشخاص جدد لمحاورتهم ومعالجات جديدة ،وتتميز هذه الاجتماعات بأنها:

أ - اجتماعات طويلة عموما .

ب - لا توجهات مسبقة او قائمة أو خطة .

ج - معظم المداخلات هي عبارة عن مقترحات وتساؤلات/ ماذا لو؟

د - عندما تبدأ ربما لا تكون على علم كامل بالمشكلة التي تسعى الى حلها... وقد يرتفع عدد النقاط الغامضة نتيجة لهذا الاجتماع.

هـ - التساؤلات الساذجة أو السطحية لا تقل أهمية عن تلك المعروفة .

و - يجب ان ينتهي الاجتماع باحتمالات قوية وخيارات، من دون تأكيدات .

وتحتاج اجتماعات البحث عن الافكار الخلاقة الى مستوى عال من الطاقة وإلى أكثر من نقطة ارتكاز. فالنقاط العملية تحتاج الى انتباه عال وتركيز على نقطة واحدة محددة. الاجتماعات العملية تهدف الى استكمال خطة معروفة، فالخطط الخلاقة يمكن أن تستغرق وقتا طويلا دون بلوغ نقطة النهاية.

ومن المهم معرفة التطورات من موقعك كمنتج او كمراسل، فعليك ان تعرف ما هو هدف كل مرحلة من مراحل الاجتماع، إذ عليك أن تحضر نفسك وان تستخدم اللائحة أعلاه لتنظيم مساهماتك في شكل ملائم. إذا كنت تدير الاجتماع، ستحتاج الى توضيح ما تتوقعه من كل مرحلة من النقاش. ففي

الاجتماعات العملية قم بذلك بسرعة أما في الاجتماعات الخلاقة فعليك تقديم الأمثلة.

التعليق الإخباري :

عبارة عن عرض الحقائق ثم تحليلها والتعليق عليها برأي أو وجهة نظر وهو أحد أشكال البرامج الإخبارية ويهتم بإبراز وجهة نظر كاتبه مدعومة بالحقائق حول الحدث الذي يقوم بالتعليق عليه .

صفات كاتب التعليق الإخباري :

من يقوم بكتابة التعليق الإخباري يجب أن تتوفر فيه مجموعة من الصفات المهمة يمكن بلورتها علي النحو التالي :

أ - أن يكون علي درجة عالية من الثقافة وعلي دراية كاملة بالأحداث الجارية وملما بها أولاً بأول .

ب - أن يكون متمكناً من أسلوب الكتابة الإذاعية بشقيها المرئي والمسموع .

ج - أن تكون لديه معلومات كثيرة عن خلفيات الأحداث والأخبار .

د - أن تكون لديه القدرة علي التعبير عن رأيه ووجهة نظره بوضوح ومدعمة بالحجج والبراهين .

كيفية كتابة التعليق الإخباري :

عند كتابة التعليق يجب مراعاة مدته التي لا تتجاوز خمس دقائق يعرض خلالها كاتبه وجهة نظره وحقائق الموضوع والآراء المتعلقة به ووجهات النظر المختلفة ويقسمه الي ثلاثة أجزاء علي النحو التالي :

- **مقدمة التعليق** : يجب علي كاتب التعليق إبراز الخبر الرئيسي الذي يقوم بالتعليق عليه في بداية المقدمة حتي يكون المستمع علي علم ودراية بموضوع التعليق ثم تأتي الجمل الأولى في التعليق جذابة وقوية ومحددة ومركزة حتي تستحوذ علي اهتمام المستمع .

وتعد مقدمة التعليق أصعب أجزاءه حيث يتوقف عليها نجاح التعليق ولذلك يهتم كاتبه دائما بأن تكون الجمل الأولى في التعليق تشتمل علي أقوى عناصره .

- **جسم التعليق** : بعد مقدمة التعليق التي تشتمل علي جملتين أو ثلاثة علي الأكثر يتم الانتقال الي جسم التعليق أو وسطه والذي يشتمل علي عرض الحقائق ووجهة نظر كاتب التعليق والحجج والبراهين القوية التي يستطيع عن طريقها أن يجذب أكبر عدد من الجمهور ويؤثر فيهم ويقنعهم برأيه ويفضل أن تحتوي كل فقرة من فقرات التعليق علي مقدمة تحتوي علي حجج وبراهين موضوعية ثم شرح وتفسير ثم خلاصة للموضوع ولكن يجب علي كاتب التعليق أن يراعي عند استخدام حجج وبراهين للإقناع بالفكرة أن ينتقل بها من الخاص الي العام .

ويلاحظ في جسم التعليق أنه يجب أن تنتهي الفقرة بكلمة تكرر في بداية الفقرة الجديدة أو تستخدم كلمة عكسها في الفقرة الجديدة يشعر المستمع بانتهاء الفقرة وبداية فقرة جديدة تضم رأي أو وجهة نظر

- **خاتمة التعليق** : يجب أن ينتهي التعليق بتلخيص سريع لما سبق ذكره ثم بتلخيص وتقييم رأي المعلق حتي تثبت الفكرة في ذهن المستمع (القائمي) :
(٢٠٠٦ : ٩٣) .

قواعد كتابة التعليق الإخباري :

هناك بعض القواعد العامة والمهمة عند التصدي لكتابة التعليق الإخباري هي :

- أ - ضرورة انتقاء عنوان التعليق وجملته الأولى لجذب المستمع واقناعه .
- ب - من المهم تنويع موضوعات التعليق .
- ج - تجنب استخدام الاكليشيهات الثابتة والمصطلحات التي لا معني لها .
- د - تجنب الكلمات الرنانة والمصطلحات غير المألوفة .
- هـ - تجنب الاطناب والمديح والحديث في البديهيات .

التحليل الإخباري :

يعد التحليل الإخباري شكلا مهما من أشكال البرامج الإخبارية في الإذاعة لأنه يؤدي الي تطوير الرأي العام ومساعدة الجمهور علي اتخاذ مواقف تجاه الأحداث .

ويهدف التحليل الإخباري الي شرح الخبر وتفسيره وتبسيطه بموضوعية كاملة دون انحياز الي رأي أو اتجاه معين ويجب ان يتسم التحليل بالحياد التام في عرض الحقائق وتفسيرها وتحليلها حتي يستطيع المتلقي أن يكون وجهة نظر وراي تجاه الأحداث المختلفة.

والأخبار التي تحتاج الي تحليل هي المتعلقة بالمشكلات العامة وتحتاج الي مزيد من التفسير والشرح حتي يفهمها المتلقي .

ويحتوي التحليل الإخباري علي عناصر عديدة كوصف للجو العام للحدث والظروف والمكان الذي وقع فيه وكيفية وقوعه ووصف الأشخاص الذين

ذكروا فيه وتحليل الدوافع المختلفة الكاملة وراء الحدث وذكر النتائج التي قد تترتب عليه .

ولابد لكاتب التحليل الإخباري ان يكون متخصصا في المجال الذي يكتب فيه بحيث تكون تحليلاته أقرب الي الدراسة العلمية منها مجرد الإعلام ولذلك يتطلب التحليل من كاتبه القيام بالبحث في جميع منابع الحدث والمراجع المتعلقة به والرجوع الي الإحصائيين للتعرف علي ما يمكن أن ينتج عنه (سوزان القليني : ٢٠٠٦ : ٩٥) .

كيفية كتابة التحليل الإخباري :

تتسم كتابة التحليل الإخباري بالسرد فهو يختلف عن التعليق الذي يأخذ مقدمة ووسط وخاتمة .

ويتميز التحليل بالتطور الزمني أو التسلسل الزمني للأحداث حيث يبدأ دائماً من النقطة الأولى لبداية الحدث وقد يكون مر عليها زمن طويل .

شروط كتابة التحليل الإخباري (سوزان القليني : ٢٠٠٦ : ٩٦) :-

أ - التحليل الإخباري يأخذ شكل سرد زمني ومدته يجب ألا تزيد عن خمس دقائق .

ب - ضرورة ربط الأحداث زمنيا ومكانيا ببعضها البعض .

ج - الاهتمام بكل فترة زمنية وتحديد اهم سماتها واحداثها وشخصياتها بشكل مختصر .

د - لابد ان يتضمن التحليل الإخباري معلومات وبيانات دقيقة في المراحل الزمنية المختلفة التي يتناولها .

هـ - ان يلتزم كاتب التحليل الإخباري بالموضوعية التامة في عرض الأحداث وتسلسلها الزمني وعدم إبداء رأي أو تعليق من جانبه .

و - خاتمة التحليل الإخباري عبارة تلخيص سريع لأهم ما جاء فيه .

* شريط الأخبار (News Reel) :

عبارة عن برنامج اخباري يستهدف فصل التحليلات والتعليقات عن الأخبار المجردة وقد يتضمن شريط الاخبار حوارات مع شهود عيان، أو أجزاء من خطب، وتقارير عن الأحداث من المنذوبين والمراسلين، وأحاديث قصيرة ومقابلات. وتتخذ هذه الفقرات شكل الجريدة الناطقة. ويتطلب شريط الاخبار هيئة تحرير كبيرة، وإمكانات تقنية اضافية حتى ينتج بشكل جيد. ويختار رئيس التحرير عددا محدودا من الأخبار التي تحتاج إلى شرح وتركيز من بين كم هائل من الاخبار المتاحة. كما يحتاج انتاج شريط الاخبار الى مهارات عالية في استخدام الشرائط المسجلة، وفقرات الربط بين المواد المقدمة.

المجلة الإذاعية⁽¹⁾

يتم إنتاج المجلة الإذاعية لجمهور محدد ، ولابد أن يكون بناؤها محكما مع الاهتمام بمحتواها وتكمن المشكلة الأساسية في هذا الشكل من البرنامج في كيفية تحقيق التوازن والتوفيق بين ضرورة تماسك الفقرات من ناحية وبين تنوع هذه الفقرات من ناحية أخرى.

إن من أهم الأسباب التي تجعل المستمع حريصا على الاستماع إلى برنامج ما هو إعجابه بالحلقة السابقة من هذا البرنامج لذلك يتعين بالنسبة للمجلة بشكل خاص الحفاظ على قالب العام ، ولكن لا مانع من ادخال بعض التغيرات الطفيفة ومن الأهمية بمكان أن تبدو الحلقة التالية من المجلة جديدة بمعنى أن يكون مضمونها طازجا ومتجددا وفيه عناصر المفاجأة والابهار ان المجلة الإذاعية تصبح مملة للغاية حين يكون محتواها من النوع الذي يمكن للمستمع أن يتنبأ به.

(1) بركات عبد العزيز ، اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، دار الكتاب الحديث ، ٢٠٠٠ م
(٢) محمد مرعي ، الأشكال الإذاعية المتقدمة علي الصعيد الدولي ، مجلة الفن الإذاعي ، العدد ١٦٢ ، يناير ٢٠٠١ م.

وهناك بعض العناصر، التي من خلال ثباتها واستقرارها، تساعد على تحقيق التماسك في المجلة الإذاعية 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 .
 - 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.
- مراحل إنتاج المجلة الإذاعية :**

هناك خطوات واضحة لإنتاج المجلة الإذاعية حتى تصبح الحلقة جاهزة للتقديم على الهواء، وفى هذا الإطار يمكن بلورة مراحل إنتاج المجلة الإذاعية فى ثلاث مراحل هي

١ - مرحلة تحديد الموضوعات والأفكار :

الخطوة الأولى فى 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.

والمجلة الإذاعية فى حاجة دائمة إلى الموضوعات والأفكار الجديدة ، وتستمد موضوعاتها من مصادر شتى مثل شبكة الإنترنت والقنوات الفضائية والكتب والمجلات والصحف، والأشخاص وغير ذلك من المصادر حيث تتم معالجتها وإعادة النظر فيها بحيث تصنع منها خليطاً جديداً له المواصفات الإذاعية المتعارف عليها .

وعلى معد المجلة أن يدون بصفة مستمرة ما يعن له من أفكار وما يلتقطه من ملاحظات عن أوجه النشاط الاجتماعى، مع احتفاظه بتقويم 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 الفردى والاجتماعى .

٢ - مرحلة جمع المعلومات:

تتم عملية جمع المعلومات وفق ما تم تحديده من فقرات أساسية ، فقد تتطلب افتتاحية المجلة مثلاً 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 الاستوديو 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 الاستوديو أو خارجه ، أما المعلومات والأرقام والإحصائيات فيمكن الحصول عليها من المطبوعات بأشكالها المختلفة أياً 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.

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.

٣ - مرحلة الإعداد الإذاعي:

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

مكونات المجلة الإذاعية :

تتكون المجلة الإذاعية من فقرات تضم الأشكال الإذاعية التالية :

١ - **تقرير صوتي** : وهو عبارة عن تقرير قصير حول خبر أو موقف أو حدث أو تعليق لشاهد عيان **eye - witness** بأسلوب " كنت هناك " يقدمه مندوب المجلة مذيعا كان أو مراسلا.

٢ - **الحوار** : يمكن تقديم حوار قصير مع خبير أو متخصص أو شخصية عامة .

٣ - **المناقشة** : ويتم استضافة ضيفين أحدهما يمثل الرأى ، بينما يمثل الثاني الرأى الآخر ويجرى المذيع مناقشة سريعة بينهما حول موضوع ما ، ولما كان هذا الشكل يقترب من شكل الندوة التي قد تحتاج الموضوعات

التي تطرح فيها إلى وقت أطول من الوقت المخصص لفقرة في مجلة اذاعية فان الامر متروك لمنتج المجلة لتقرير ما اذا كان الموضوع يمكن علاجه في اطار هذا الشكل او انه من الافضل معالجته في برنامج مستقل.

٤ - الموسيقى : يمكن استخدام هذا الشكل في المجلة الاذاعية بطرق عدة :

أ - فقرة مستقلة بذاتها (أغنية أو مقطوعة موسيقية) .

ب - نقلة منبثقة من فقرة سابقة (حوار مع عازف ينتهي بعزف من جانبه على آله

ج - نقلة تمهد لفقرة تالية ولا بد من الدقة في اختيار الموسيقى المستخدمة في المجلة بحيث تكون ملائمة للجو العام لل فقرات خاصة أن أذواق الناس تتباين بالنسبة للموسيقى ، فما يعجبك منها قد لا يعجب غيرك.

٥ - المؤثرات الصوتية :

تستخدم أحيانا في بعض فقرات المجالات الإذاعية لتحقيق ما لا يتمكن الكلام المنطوق من تحقيقه ، فقد يرى معد المجلة ضرورة استخدام ، أو إظهار المؤثرات الصوتية لجعل المستمع يشعر بالجو الحقيقي للموقف أو الموضوع ، فالمؤثرات الصوتية هنا تنشط خيال المستمع وذاكرته ، وتجعله قادرا على رسم الصورة الحقيقية للموقف المراد التعبير عنه ، وهي في ذلك تقوم بدور مشابه لدور الموسيقى التصويرية. 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 لابد من الإشارة هنا الى أن هذا الامر يحتاج الى وقت ومجهود لتحضير هذه المؤثرات وتنفيذها لان المجلة ستعاني من القالب المتكرر اذا ما استخدمت نفس المؤثرات في كل مرة ولذلك فلابد من استخدامها بالشكل المناسب من آن لآخر مع استثمار الخيال وليس المطلوب هو المبالغة وإنما يكفي استخدام اصوات بسيطة للغاية .

٦ - مشاركة المستمع : وهناك عدة طرق لتحقيق ذلك :

❖ خطابات المستمعين للمجلة .

❖ المسابقات التي تخصص لها بعض الجوائز .

❖ الاتصال الهاتفي خاصة اذا كانت المجلة علي الهواء .

أنواع المجالات الإذاعية :

يمكن تقسيم المجالات الإذاعية إلي عدة أنواع هي :

١ - المجالات الإذاعية العامة والفئوية : وتستههدف الجمهور بصفة عامة ، وهناك المجالات الإذاعية الفئوية التي تستهدف قطاعا جماهيريا معيناً كالمرأة ، أو الطفل ، أو الشباب ، أو العمال أو غيرهم .

٢ - المجالات الإذاعية ذات المضمون المتعدد : بمعنى أنها تتضمن فقرة رياضية ، وأخرى أدبية ، وثالثة فنية ، ورابعة طبية .. وهكذا .

٣ - المجالات الإذاعية ذات المضمون الواحد : 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 وتتووع فقراتها داخل هذا الإطار .

وهناك مجالات إذاعية ذات البعد الواحد وهي تلك المجالات التي تتناول موضوعا واحدا من زوايا مختلفة بقوالب وأشكال عدة ، مثال ذلك " مجلة الشعر " والتي تتضمن فقرة عن الشعر الجاهلي ، وثانية عن أوزان الشعر ، وثالثة عن الشعر الغنائي ، ورابعة عن الشعراء الشبان ، وخامسة عن أحدث ديوان شعري ... إلخ.

٤ - مجالات إذاعية ذات نوعية المضمون : فهناك المجالات الإذاعية التي تتناول موضوعات سياسية أو إخبارية ، وهناك المجالات الثقافية والفنية والرياضية ، والصحية .. الخ.

* برامج الأحاديث :

تعد برامج الأحاديث ابسط أشكال الكلمة المذاعة، وأكثرها انتشارا، فالمحادثات الإذاعية التي يتم اعدادها وتنفيذها بدقة هي عصب الإذاعة اليوم، فهي تجمع بين العمق الذي تحققه الكلمة المطبوعة وبين دفء الاتصال المواجهي الذي يحققه نمط الأحاديث. ويطلق مصطلح برامج الاحاديث لتغطية عدة نوعيات من اشكال البرامج مثل : (الحديث المباشر والحوار ، والمناقشات، وبرامج « الابرار »، والبرامج الوثائقية، والمجلة). وتهدف برامج الاحاديث الى الاعلام او التعليم او الترفيه، ومثل: كافة البرامج الاخرى تتطلب برامج الاحاديث تحديد المستمع المحتمل بدقة، فالبرنامج الذي يخاطب الجمهور العام لابد أن يحظى بالقبول والبساطة التي تناسب كل المستمعين، وأن يلبي الموضوع اهتمامات الجماهير، ويتم اختيار الكلمات السهلة والأسئلة البسيطة التي يستوعبها جميع المستمعين. وتتوجه برامج الاحاديث المتخصصة الى قطاعات متجانسة من المستمعين بحيث تتوافق مع رغبات واحتياجات جمهورها المستهدف.

الحديث الإذاعي المباشر (1) :

يعتمد الحديث المباشر علي صوت واحد في تقديمه، سواء كان هذا الصوت هو صوت المذيع أو كان صوت شخصية أدبية أو فنية أو ثقافية من خارج الإذاعة وقد بدأ هذا الشكل مبكراً ولا يزال شكلاً محبوباً لدى المستمع خاصة إذا تمتع الصوت الذي يقدمه بالخصائص التي تشد الانتباه مثل الحضور والألفة والحميمة .

وقد تطور هذا الشكل في مرحلة من المراحل ، ليصبح حديثاً مباشراً يقدمه صوتان بدلاً من صوت واحد ، وغالباً ما يكون الصوتان مذياعاً ومذيعاً. ويستوعب هذا الشكل العديد من الموضوعات التي تشمل الثقافة والفنون والعلوم والاقتصاد وأية موضوعات حياتية أخرى.

وقد تكون مدة الحديث المباشر دقيقة، ولكنها لا ينبغي أن تزيد عن عشر دقائق ، خاصة إذا كان الذي يؤديه صوت واحد وينتشر هذا الشكل الإذاعي في إذاعاتنا العربية، ولا يخرج الحديث المباشر عن كونه كلمة منطوقة ، يجب أن تتسم بخصائص الكلمة المنطوقة الموجهة إلى أذن المستمع ، وإن لم يكن موضوع الحديث جذاباً وفي نفس الوقت مهما فلن يضطر المستمع للاستماع اليه. ولما كانت الإذاعة بطبيعتها عمياء، وليس لها من وسيلة في توصيل رسالتها إلا الكلمات ، لذلك يتعين استخدام الكلمات الواضحة البسيطة المألوفة التي يفهمها الناس.

وغالباً ما يتضمن الحديث المباشر فكرة أساسية واحدة يتم تناولها بدقة ووضوح وسلاسة، إذ أن إدخال أكثر من فكرة قد يرضي غرور المتحدث ، ولكنه قد يكون حائلاً دون الفهم والمتابعة من جانب المستمع.

ويمكن تقسيم الحديث المباشر إلي الأنواع التالية :

(1) محمد مرعي ، الأشكال الإذاعية المتقدمة علي الصعيد الدولي ، مرجع سابق.

١- **الحديث التثقيفي** : ويهدف هذا النوع إلى تنوير عقول المستمعين ، وتزويدهم بالمعلومات الثقافية فى مختلف مجالات الثقافة العلمية والأدبية والدينية والفنية وغيرها.

٢- **الحديث الترفيهي** : ويعتمد على المتحدث اللبق الذكي اللامع خفيف الظل ، ولا يخلو هذا النوع من الهدف الاجتماعي أو التوجيهي أو التعليمي .

٣- **الحديث الإعلاني** : ويتميز بالقصر والوضوح والتركيز والجادبية ، ويشير إلى أهم ما فى السلعة أو الخدمة من مميزات ، ويقوم شخص واحد فقط بتقديمه ويهدف هذا النوع إلى الترويج للسلعة أو الخدمة المعلن عنها.

٤- **الحديث الإعلامي** : هذا الشكل يمثل أحد أهم أهداف الإذاعة وهو الإعلام وهو الشكل الإذاعي الأكثر ذيوعا وانتشارا ، وينقل المعلومات والحقائق المفصلة حول الأحداث المحلية والعالمية ، ويعبر عن وجهة نظر الإذاعة فى قضية من القضايا ويتمثل الحديث الإعلامي فى النشرات الإخبارية والتعليق والتقرير الإخباري، ورسائل المراسلين.

وأصبح الحديث الإعلامي يحتل أهمية كبيرة عند المستمعين لأنه على المستوى الإنساني ، فإن اهتمام الناس فى عصرنا الحالى لم يعد مقتصر على ما يخص بيئتهم المحلية فحسب ، وإنما أصبح العالم كله يقع فى دائرة اهتمامهم ، وأصبحت العلاقات الدولية والإنسانية متشابكة فى مجالات تأثير وتأثر مستمرين ، وأصبح هناك نزوع عام بين غالبية الناس إلى الرغبة فى الاقتراب من بعضهم البعض ومعرفة أخبار الآخرين ، لما لذلك من تأثير مباشر أو محتمل فى حياتهم وقد عبرت عن ذلك العديد من الإجراءات العملية علي المستوى الدولي من قبل التكتلات السياسية والاقتصادية ، والاعتماد المتبادل بالقضايا الإنسانية العامة مثل البيئة والتنمية والسلام.

ويلتزم كاتب الحديث المباشر بالاعتبارات التالية :

- البداية الجذابة للحديث ودقة الاستهلال التي تجذب انتباه المستمع.
- اختيار الكلمات البسيطة الواضحة، وتفادي الكلمات والعبارات الغامضة، أو التي تحتمل أكثر من معنى.
- التنوع في طول الجمل، مع الإكثار من الجمل القصيرة المباشرة الفعلية، والبعد عن الجمل الاعتراضية وصيغة المبني للمجهول.
- الربط بين ما يحتويه الحديث من أجزاء حتى يمكن الاحتفاظ باهتمام المستمع.
- استخدام الكلمات الوصفية التي تتضمن صوراً ذهنية تثير خيال المستمع، وتتيح مشاركته الوجدانية في متابعة محتوى الحديث.
- تجنب الأرقام التفصيلية والإحصاءات بقدر الإمكان، وتقريب الأرقام المعقدة في حالة استخدامها - حتى تكون مفهومة للمستمع.
- أن يتسم اللقاء بالحياة والتنوع في سرعة الإيقاع.
- أن تحتوي صناعة الحديث على ملخص لمجمل المعلومات والأفكار التي توضح الهدف النهائي الذي ينشده المتحدث.

* الاجتماعات والخطب :

تتركز مهمة المندوب الإذاعي عند تغطية الاجتماعات في اختصار الموضوعات المطولة التي تستغرق زمناً طويلاً بحيث يختصرها المندوب في دقيقتين أو ثلاث. وهذا الاختصار أو اختيار اللقطات الصوتية. هو الذي يبين قدرة المندوب وكفاءته. ويستطيع المندوب أن يتعرف على الأجزاء المهمة من الاجتماع من خلال الاطلاع المسبق على جدول الأعمال، أو من خلال توقع الأجزاء المهمة. ويمكن للمندوب أيضاً أن يحصل على تعليقات سريعة من الحاضرين للاجتماع. والشيء نفسه يحدث عند تغطية الخطب، حيث يقدم المندوب الإذاعي تقريراً عن مضمون الخطبة، مع تسجيل الفقرات المهمة التي تعبر عن توجهات الخطيب ويسعى المندوب إلى الحصول على نص الخطاب مقدماً، وتسجيل الفقرات المهمة، وتحديد زمن كل فقرة. ويجب أن يكون المندوب يقظاً لاستطرادات المتحدث أو خروجه عن النص المكتوب، وغالباً ما يفعل

السياسيون ذلك، حيث تكون تلك الإضافة مهمة للغاية لكونها قد تغير المعنى الموجود في النص المكتوب.

* المؤتمر الصحفي (News CONFERENCE) :

يعد المؤتمر الصحفي من أكثر الوسائط الشائعة لصانعي الأخبار لتزويد وسائل الاعلام بمعلومات مهمة وتفصيلية حول حدث معين. وإذا كان موضوع المؤتمر معروفاً للمندوب، فإنه يعد نفسه من خلال قراءة المتاح من معلومات حول هذا الموضوع حتى يتمكن من توجيه أسئلة مناسبة وذكية إذا ما أتاحت له الفرصة لذلك. وأحياناً يتيح الداعي للمؤتمر نشرة معلومات تغطي موضوع المؤتمر، ويمكن للمندوب أن يجد في هذه النشرة ملاحظات جديرة بالمناقشة، ولذلك يجب أن يقرأها بعناية حتى يحدد الزاوية التي ينطلق منها لتقديم تقرير إخباري ناجح. ويحرص المندوب الاذاعي على المتابعة الدقيقة لكل الأسئلة والاجابات المثارة في المؤتمر الصحفي، مع تدوين الملاحظات المهمة. ولكي يتاح للمندوب فرصة التغطية الجيدة للمؤتمر، لا بد أن يذهب إلى مقر المؤتمر مبكراً قدر الإمكان حتى يحتل مكاناً مناسباً داخل القاعة يتيح له سهولة توجيه الأسئلة ومتابعة وقائع المؤتمر.

* الأحداث الخاصة (Special Events) :

يتم تغطية الأحداث الخاصة كامتداد لتقديم الخدمة الاخبارية بالإذاعة. وتذاع معظم الأحداث الخاصة على الهواء مباشرة وتحظى بنسبة استماع كبيرة. ويتم تقديم هذه الأحداث بطريقة أقرب إلى السرد منها إلى التقديم، ولذلك يعد الكاتب الفقرات التي تتيح استمرارية هذه الإذاعة. وقد يشتمل تغطية الحدث الخاص على بعض المقابلات الإذاعية الحية أو المسجلة من أجل التنوع. وتتمثل الأحداث الخاصة في: (افتتاح مشروع جديد - استقبال شخصية مهمة في المطار - تغطية الاحتفالات السياسية والاجتماعية والدينية). وقد نجحت تغطية الأحداث الخاصة الحية في نقل بعض الوقائع التاريخية المهمة مثل: (اغتيال جون كينيدي - مارتن لوتر كينج - روبرت كينيدي - أنور السادات - تسجيل أول خطوة للإنسان على سطح القمر - نقل وقائع الانتخابات). وتتطلب تغطية الأحداث الخاصة أن يعكف المعد على دراسة

القصص الاخبارية، ونشرات الصحافة، والوثائق التاريخية، والكتب، والدوريات، وكل المواد الأخرى التي تساعد على كتابة المقدمة والخاتمة و فقرات الربط والمواد المكلمة التي يحتاجها المذيع، ويكون إعداد النص ملائماً للحديث بسهولة من جانب المذيع.

* الأحداث الرياضية (Sport Events) :

تبدأ معظم البرامج الرياضية المسجلة بعرض نتائج المباريات أولاً باعتبارها العنصر الأكثر أهمية، ثم تعرض التفاصيل الخاصة بالمباريات بعد ذلك. ويتم تنسيق الاخبار الرياضية المحلية مع الأخبار القومية والعالمية. وتكتسب تغطية المباريات الرياضية على الهواء شعبية كبيرة من جانب المستمعين، ويقوم معد البرنامج بوضع المقدمة والخاتمة وبعض الفقرات ذات الصلة بموضوع المباراة مثل: (الخلفيات السابقة والإحصاءات والألوان وترتيب الفرق الرياضية ومعلومات يمكن سردها في سياق البث المباشر). كذلك يتم جمع معلومات عن الأندية المتنافسة واستعداداتها، وأسماء اللاعبين، وأرقامهم، ومتوسط أعمارهم، وموقع كل لاعب بالنسبة للفريق وخلفياته المهارية، ويستعين المعلق بكل هذه المعلومات أثناء وصف المباراة.

برامج الفيتشر^(١):

هو شكل برامجي يستهدف إبراز شخصية، أو حدث، أو فكرة، أو مفهوم، أو قضية من كافة الأوجه وتقديم صورة متكاملة عنها للمستمع. ويستخدم هذا الشكل عدة أساليب لتحقيق هدفه مثل التعليق، والحوار، والمناقشة، والوثائق، كما يستخدم المونتاج بحرفية عالية للتأكيد على الفكرة أو الرأي. ويستهدف هذا قالب البرامجي تحليل الموقف الحالي والتنبؤ بالمستقبل بناء على تحليل منطقي مدروس. ويمزج برنامج الفيتشر بين الأخبار، والتعليقات، والمناقشات، غير أنه يتميز بكونه أكثر حيوية من الأخبار، وأكثر دقة من التعليقات، وأعمق في أبحاثه من التحقيقات الإذاعية، وعادة ما يشرف على إنتاج هذا الشكل البرامجي إدارة الأخبار لأنه يتعامل

(١) كوران مصطفى ، أشكال البرامج للإذاعة الرقمية - قراءة وصفية ، متوافر علي الرابط التالي :
[http://kawanakurd.com/\(A\(BLjRadSLzgEkAAAAMDgIMTA2N2QtNDcxNC00ODgyLWE1ODctZmU5NTgxYWI0YTNil0_g9v93LBykJhPeraQY_OufzQQ1\)\)/ar/Detail.aspx?id=450&LinkId=93&AspxAutoDetectCookieSupport=1](http://kawanakurd.com/(A(BLjRadSLzgEkAAAAMDgIMTA2N2QtNDcxNC00ODgyLWE1ODctZmU5NTgxYWI0YTNil0_g9v93LBykJhPeraQY_OufzQQ1))/ar/Detail.aspx?id=450&LinkId=93&AspxAutoDetectCookieSupport=1)

اساساً مع الخبر والرأي والمعلومة الموثقة.

وهو من الأشكال الإذاعية الجذابة فيما لو أحسن إعداده وتنفيذه، حيث يسمح بالتغطية الإذاعية المتكاملة لقضية ما من خلال المعلومات الجيدة وأيضاً من خلال الآراء المختلفة لتلك المعلومات. ويختلف الفيتشر عن التحقيق في حجم اللقطات الصوتية الموجوده في كل منهما، ففي التحقيق يكون الحوار متكامل، أما في الفيتشر فإنه يعتمد على لقطات صوتية سريعة من المتحدثين لا تزيد الواحدة منها عن ٤٥ ثانية والإختلاف الثانى يكون في حجم المعلومات التي يحتويها النص، حيث تكون أكثر عمقاً وتفصيلاً في الفيتشر عنها في التحقيق . لذلك فإن الفيتشر يحتاج إلى جهد كبير في عملية المونتاج لإختيار أقوى اللقطات وتنظيمها بما يخدم الهدف الأساسى من البرنامج في النهاية. والفيتشر يهتم بالموضوعات التي تحتاج إلى زيادة معلومات الناس حولها، لذا فالبعض يميل إلى تسميته بالبرنامج الخاص الذى يمكن أن يدور حول حدث ما أو ظاهرة ما، أو قضية ما، أو شخصية معينة، أو مناسبة معينة، تحتاج الى تسليط المزيد من الضوء حولها لإفادة جمهور المستمعين.

* يقع هذا الشكل البرامجي بين نمط تغطية الأحداث الخاصة ونمط البرامج الوثائقية إلا أنه يختلف عن البرامج الخاصة في الجوانب التالية :

- يتسم الحدث الخاص بالسرعة والفورية في الإعداد، بينما يتطلب برنامج الفيتشر تخطيطاً سابقاً وإعداداً دقيقاً.
- تغطية الأحداث الخاصة لا تستوجب الإعداد المسبق للنص المكتوب، في حين يتطلب برنامج الفيتشر وجود النص الدقيق.
- غالباً ما تذاق الأحداث الخاصة على الهواء مباشرة، وتشارك فيها جميع وسائل الإعلام، في حين يتميز برنامج الفيتشر بكونه أحد إبداعات الإذاعة التي تبرز شخصيتها، ولا يشترك في تغطيته وسائل إعلامية أخرى.

* يمكن الاستفادة من اللقطات الصوتية مع ضيوف البرنامج بطريقتين :

- الأولى : أن يؤخذ جزء منها داخل البرنامج لتدعيم المعلومات الواردة في النص.
- الثانية : أن يستفاد من الجزء الآخر من هذه اللقطات في تدعيم النص بما تحويه هذه

اللقطات من معلومات أو إحصاءات أو بيانات.

ويتطلب هذا النوع من البرامج بحثاً دقيقة، وتقييماً عميقاً للمادة المسجلة التي تبرز التفاصيل والخلفيات ووجهات النظر. ورغم أن النص له طبيعة الخدمة العامة، إلا أنه لا يقدم بطريقة أكاديمية بحتة، وإنما يتضمن أشكالاً مختلفة من الاخبار والحوارات والتحقيقات والمنوعات والدراما بشرط أن يتم توظيفها لتحقيق هدف البرنامج والجاذبية الجماهيرية. وينبغي أن نؤكد على أهمية النص الإذاعي في الفيتشر، وضرورة الاهتمام بتدعيمه بكل الحقائق والبيانات الحديثة والصحيحة، وأن يراعي الموضوعية والحياد في طرح الآراء الخاصة بالضيوف وأن يقلل قدر الإمكان من استخدام الموسيقى حتى يكون التركيز الأساسي على عنصرى البرنامج الأساسى : (النص + اللقطات الصوتية).

* البرامج الوثائقية^(١) :

هي شكل اذاعي مستقل يتضمن صبغة تعليمية في الغالب، وهو لا يعتمد على الخيال تماماً، ولا على الواقع تماماً، وإنما يقدم وصفاً للمجتمع الإنساني مع تعليقات على السلوك البشري والاجتماعي. وقد جذب اسلوب الافلام الوثائقية القائمين على البرامج الاذاعية ؛ لإنهم وجدوا فيها الإثارة التي تضيفى على الإذاعة الحيوية والتشويق، كما وجدوا فيها مخرجاً من قيود المحادثات التي تتم داخل الاستديو. وكان البعض يرى أن الإذاعة تستطيع أن تقدم ما هو أكثر من سرد الاخبار وتقارير الاحداث الجارية، كما أن الدراما الاذاعية . من خلال البرامج الوثائقية . يمكن أن تكون أكثر ارتباطاً بالواقع المعاش. وقد عكست البرامج الوثائقية الأولى في الإذاعة أساليب برامج الأحاديث والإذاعة الخارجية والدراما. وبالطبع لم تكن إمكانيات التسجيل والشرائط والموسيقى قد تطورت بعد. وبعد ذلك اضيفت المقاطع التمثيلية والموسيقى والمؤثرات الصوتية، واصبحت البرامج الوثائقية تحمل الصبغة التعليمية عندما طرقت الموضوعات الى المتاحف

(١) كوران مصطفى ، أشكال البرامج للإذاعة الرقمية - قراءة وصفية ، متوافر علي الرابط التالي :

[http://kawanakurd.com/\(A\(BLjRadSLzgEkAAAAMDgIMTA2N2QtNDcxNC00ODgyLWE1ODctZmU5NTgxYWI0YTNil0_g9v93LBykJhPeraQY_OufzQQ1\)\)/ar/Detail.aspx?id=450&LinkId=93&AspxAutoDetectCookieSupport=1](http://kawanakurd.com/(A(BLjRadSLzgEkAAAAMDgIMTA2N2QtNDcxNC00ODgyLWE1ODctZmU5NTgxYWI0YTNil0_g9v93LBykJhPeraQY_OufzQQ1))/ar/Detail.aspx?id=450&LinkId=93&AspxAutoDetectCookieSupport=1)

والمعارض والآثار الوطنية مع إضافة بعض الأحاديث والتعليقات إلى المقاطع التمثيلية. ومع تطور أجهزة التسجيل المحمولة، بدأ منتجو الإذاعة يعتمدون أكثر على تسجيل المواقف الحقيقية للأشخاص الحقيقيين، وبدأ الميكروفون يتوجه إلى مواقع الأحداث، وبالتالي قل الاعتماد على الممثلين المحترفين. وتعتبر البرامج الوثائقية هي أرقى أشكال الفنون الإذاعية، فهي تتيح للكاتب الإذاعي إبراز مهاراته وقدراته الخلاقة واستخدام أقصى إمكانيات الإذاعة. ويعتمد البرنامج الوثائقي على تحليل الماضي وعرض جوانب الحاضر والتنبؤ بالمستقبل.

* تنقسم البرامج الوثائقية إلى ثلاث أنواع:

- برامج تستهدف رفع الروح المعنوية لدى الشعب وإبراز جوانب الأصالة والقوة فيه محاكاة لنمط الأفلام التي قدمها رائد السينما التسجيلية « روبرت فلاهري ».
 - طرح مشكلة حيوية تواجه المجتمع سواء سياسية أو اقتصادية، أو اجتماعية، وسبل علاج هذه المشكلة في إطار واقعي.
 - عرض الحقائق المجردة من خلال تفاصيل الحياة اليومية للمواطن العادي وفق أسلوب «جون جريو سون» التجريدي.
- وفي حين تهتم البرامج الواقعية بالأشياء الحقيقية كما وقت بالفعل، نجد أن البرامج التجريدية تهتم بما وراء الواقع، والفرق بين الاثنين يكمن في أن ما نفعله يعبر عن الواقع، بينما ما نفكر فيه يعبر عن التجريد أو ما وراء الواقع. وتحتاج البرامج الوثائقية إلى منتج لديه خبرة كبيرة في مجال العمل الصحفي، بمعنى أن يكون المعد لديه القدرة على تجميع المعلومات وتقييمها، فضلاً عن استخدام الأسلوب الدرامي الذي يحقق للبرامج عناصر الإثارة والمفاجأة واستيعاب الامكانيات التقنية للإذاعة، ومهارة الكتابة الجيدة. وغالباً ما يتراوح زمن البرنامج الوثائقي بين ١٥ - ٦٠ دقيقة، ويتوقف زمن البرنامج على طبيعة الموضوع وأسلوب المعالجة. والبرنامج الوثائقي يحكي قصة عن شيء ما يحدث الآن أو حدث وانتهى ولكن مازالت آثاره باقية. وقد يتناول البرنامج حياة شخصية معينة، ماذا فعلت وفيما كانت تفكر، كما نخبرنا البرامج الوثائقية عن أسلوب حياة الناس الآخرين، وتجعلنا ندرك كيف تقع الأحداث، ومبررات وقوعها، وآثارها المحتملة. كيف يعمل المزارع. خطوات صناعة الأحذية. طبيعة النشاط الذي يقوم به البنك،

الأسباب الكامنة وراء ظاهرة ما. ومهما كان نوع البرنامج الوثائقي، فلا بد أن يجمع بين الامتاع والتعليم. ورغم أن البرنامج الوثائقي يتعامل مع الناس والقضايا والأحداث الإخبارية، إلا أنه لا يعد قصة إخبارية، ولكنه استكشاف لما هو سابق، ليس فقط لما حدث، ولكن أسباب وقوع الحدث وملايساته ومشاعر واتجاهات الناس المرتبطين بالحدث، وآراء وتعليقات الخبراء والمختصين عن آثار ما حدث، وردود أفعال المتأثرين بالحدث ودلالاته المستخلصة على الأفراد والمجتمع.

والفرق بين القصة الإخبارية والبرنامج الوثائقي لا يرجع إلى المحتوى، وإنما إلى أسلوب التناول. فبينما تتسم القصة الإخبارية بالموضوعية والحياد، نجد أن البرنامج الوثائقي يعسى لإبراز وجهة نظر أو رأي وتغليبه على الآراء الأخرى، ورغم أن البرامج الوثائقية تستخدم الأسلوب الدرامي غالباً، إلا أنها ليست دراما بمفهوم الأعمال الخيالية، ولكنها دراما الواقع التي تستخلص الأحداث عن وقائع حقيقية، وتبرز صورة دقيقة لذات الأماكن والأحداث والشخصيات مصحوبة بأداء تمثيلي لأشخاص ليسوا موجودين الآن، كما يمكن الاستعانة بالناس الحقيقيين وتمثيل مواقف من الحياة لنقل صورة شبه حقيقية. ويعتمد شكل البرنامج الوثائقي على الصوت فقط من خلال أسلوب السرد، ويمكن الاستعانة بالموسيقى والمؤثرات الصوتية لإحداث الأثر الدرامي. وغالباً ما تكون الشخصية الرئيسية في البرنامج هي « الراوي » وتعتمد بعض البرامج الوثائقية الناجحة جداً على صوت الراوي فقط، وعلى أسلوبه في الحديث للتعبير عن القصة. ويستخدم هذا الأسلوب فقى البرامج الوثائقية القصيرة، خاصة إذا كان صوت الراوي مؤثراً، وكانت القصة تتضمن حبكة درامية بارعة. ويتم عرض الموضوع في شكل « حكاية »، وذلك محاكاة لأسلوب المطرب الشعبي « مغني الربابة » الذي ظل يستخدم لعصور طويلة قبل ظهور الإذاعة ومازال له تأثير في بعض المجتمعات حتى الآن، خاصة إذا أضيف إلى صوته الموسيقى والمؤثرات الصوتية.

وبالإضافة إلى أسلوب « الراوي » تستخدم البرامج الوثائقية الممثلين المحترفين، وصوت الأشخاص الحقيقيين، ويمكن عمل توليفة من كل ذلك في برنامج وثائقي واحد. ويمكن أن يقوم الممثل بدور شخصية غير موجودة الآن، أو تحول ظروفها دون امكانية التسجيل الإذاعي

لعيوب في النطق او الخوف من مواجهة الميكرفون. البرامج الوثائقية تستخدم توليفة من الكلام والموسيقى والمؤثرات الصوتية، فإن التدفق السلس بين هذه الأصوات المختلفة يحتاج إلى إعداد دقيق ومهارة كبيرة. وخلال السبعينيات من القرن الماضي، ظهر شكل جديد من البرامج الوثائقية يمكن أن نطلق عليه « الدراما الوثائقية »، وهو شكل يعبر عن واقعة حقيقية مع الاستعانة بممثلين يقومون بأدوار شخصيات واقعية. ويعتمد أسلوب هذه النوعية من الدراما الوثائقية على الانتقال إلى مواقع الأحداث الحقيقية للكشف عن الوقائع التي لم تصور وقت وقوع الحدث ويتم اعادة تمثيلها.

وتعد الاهتمامات الانسانية هي مفتاح الكتابة الجيدة للبرامج الوثائقية حتى إذا كان الهدف هو تقديم حقائق مجردة، حيث يمكن صياغة الحقائق الجافة في أسلوب درامي من خلال ابتكار شخصية محورية، والبحث عن مشكلة تتيح تدفق الأحداث وتؤدي إلى صراع يتطلب المعالجة التسجيلية، ثم يتطور الصراع ليؤدي إلى أزمة، ومع تعداد الأزمات يتصاعد الحدث إلى الذروة، ثم الحل، وكما أن الأشياء الكبيرة تخلق الأحداث، فإن الأشياء الصغيرة هي التي تثير الاهتمامات الانسانية اذا ما تم وضعها في اسلوب مشوق ومثير. وغالباً ما يستخدم اسلوب « الراوي » في البرامج الوثائقية كعنصر هام للربط بين الأحداث او للتمهيد لها، ولكن يجب الحذر من المغالاة في استخدام هذا الأسلوب حتى لا يطغى على المادة الحية للحدث. كذلك يجب تجنب البرامج التي يبدو الصوت فيها وكأنه يعبر عن سلسلة من المحاضرات او المقابلات المسجلة.

الباب الثاني

الكتابة التليفزيون

الفصل الأول

خصائص التلفزيون

لكل وسيلة اتصال جماهيرية خصائص معينة تحدد شخصيتها وتؤثر في أداء ما تقوم به من

أهداف ووظائف في النظام الاجتماعي . وتأتى " الخصائص الذاتية " للوسيلة في مقدمة

محددات انتشارها بين الجماهير والتأثير المتحقق والمحتمل والتلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية

يجمع بين الصوت والصورة والحركة واللون

والضوء ، ويكون بذلك مشهدا كاملا ، فهو خلاصة الراديو والسينما ويضيف التلفزيون إلى سحر الصوت إغراء الصورة المتحركة مما يمكن المشاهد الاحتكاك بالعالم الخارجى دون أن يتحرك من منزله .

وفى علاقة المشاهد بالتلفزيون تبرز مجموعة من الخصائص فى إطار هذه العلاقة وتنعكس بالضرورة على التأثير الفعلى والمحتمل ، كما تتأثر بالظروف الشخصية والاجتماعية للفرد . وتتحدد أهم الخصائص فى النقاط الآتية^(١) :

١. الاستحواذ :

ويعنى أن التلفزيون يتمتع بالقدرة على جذب انتباه المشاهدين وإثارة اهتمامهم وبالتالي الاستحواذ على نفسية هؤلاء المشاهدين وهذه الصفة . الاستحواذ . تملئها الطبيعة المادية

(١) د . ماجى الحلوانى ، د . محمد مهنى ، مقدمة فى الفنون الإذاعية والسمع بصرية ، القاهرة ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، ١٩٩٩ ، ص ٢١ .

للتلفزيون فهو يسيطر على سمع المشاهدين وبصره ، ويركز الانتباه على صورة متحركة ناطقة متغيرة تتحصر فى إطار صغير محدود ولا يكلف المشاهد جهداً وينتقل معه فى حجرة الجلوس أو قريباً من مائدة الطعام أو أى مكان يراه مناسباً له . لا يكلفه مشقة الخروج من المنزل للتسلية ، أو حجز تذاكر السينما ، أو فى مباراة لكرة القدم ، فالتلفزيون يوفر للمشاهد كل ذلك وهو جالس فى مقعده ، يصل إليه دون جهد يذكر .

فالتلفزيون يوفر للمشاهد الجهد الذى كان سيبدله فيما لو ذهب إلى السينما أو المسرح ، أو قرأ الصحيفة ، كما أنه يشبع رغباته من خلال التنوع فى البرامج . وهذا بالطبع يزيد من تأثير التلفزيون^(١) .

٢ - التكرار : نظراً لاتساع وقت الإرسال الكلى للتلفزيون وللتكاليف المرتفعة نسبياً التى يحتاجها إنتاج البرامج والمواد التليفزيونية يضطر التلفزيون إلى إعادة عرض العديد من المواد والبرامج خاصة ذات الطابع الدرامى حتى يتمكن من مليء ساعات الإرسال . والتكرار سلاح ذو حدين فهو يؤدى إلى تثبيت الفكرة أو التذكير بها وزيادة معرفة الجماهير بها فإذا فاتتهم فرصة التعرض لها فإن تكرار عرضها يتيح لهم الفرصة فى التعرض لها وهكذا غير أنه على الجانب الآخر نجد أنه أى التكرار قد يؤدى الى الملل والانصراف عن المشاهدة الأمر الذى يستوجب

أن يكون التكرار فى إطار من التنوع وأن يتم اختيار الأفكار بعناية حتى يضمن التلفزيون الاحتفاظ بالمشاهد .

(١) محمود منصور هيبية ، محاضرات فى مدخل إلى الإذاعة (راديو - تلفزيون) ، كلية التربية النوعية ببها ، د . ت ، ص ٤٩ .

٣ - **بطء التأثير وصعوبة تحديده** : ترتبط هذه الخاصية بالتأثير فى مجال التغير القيمى والسلوكى والاتجاهات خاصة إذا كانت ذات طبيعة راسخة فى شخصيات الأفراد ففي هذه الحالة يساعد التلفزيون على التغير بطريقة غير مباشرة وبمساندة الاتصال الشخصى الذى يعتبر أكثر فعالية فى هذا التغير ويتطلب معرفة التأثير من خلال رسائل الاتصال الجماهيرية بصفة عامة التحديد الدقيق لنوع التأثير المطلوب إحداثه بمعنى هل هو الأثر بصفة عامة ؟ أم الفعالية بمعنى قدرة وسائل الاتصال على تحقيق أغراض محددة كما يتطلب تحديد العامل الزمنى بمعنى أن مجال التأثير

يرتبط بالظروف الماضية أو المستقبلية وما هو مستوى هذا التأثير هل هو على مستوى الفرد أم على مستوى التنظيم أو الجماعة أو المجتمع ككل وهل هو الرأى أو المعتقد أو السلوك أو الاتجاه ؟ بالإضافة الى تداخل العديد من المؤثرات فى

تشكيل معارف الأفراد ومعتقداتهم واتجاهاتهم تجعل تحديد تأثير التلفزيون وغيره من وسائل الاتصال الجماهيرية عملية ليست بالسهلة .

٤ - **الاعتماد على الواقع والخيال** : يقدم التلفزيون البرامج والمواد التى تتناول أشياء وموضوعات وشخصيات وأحداث حقيقية مثل البرامج الإخبارية والبرامج العلمية والأدبية وغيرها كما يقدم برامج ومواد تتناول أحداثاً وشخصيات وهمية وإن كانت فى إطار مواقف مألوفة وغير مألوفة للمشاهد وفى كلتا الحالتين الحقيقة والخيال نجد أن برامج الحقيقة تجذب انتباه المشاهد وتزوده بالمعلومات عن البيئة المحيطة والبيئات الخارجية وبرامج الخيال تزيد من الطاقات الإبداعية والتصورية والإدراكية له واعتماد التلفزيون على الواقع والخيال يزيد من إمكانياته فى تشكيل الوعى الاجتماعى لدى المشاهد .

٥ - تحديد الاختيار : مشاهد التلفزيون عليه أن يختار المادة أو البرنامج سواء

باختيار القناة أو الوقت أو التوقيت وقبل ذلك فهو يختار المادة بما تتضمنه من أبعاد

بشرية وتكنولوجية معنى ذلك أن هناك ما يمكن تسميته بالحرية المقيدة في الاختيار فهناك

حرية لأن المشاهد حر في اختيار ما يشاهده ولكن إطار هذه الحرية محدد فيما يقدمه

التلفزيون وهذا بالتالي يتطلب من واضعي السياسة الإعلامية ومخططي البرامج حسن اختيار

المواد المقدمة بحيث تكون متنوعة وهادفة وتناسب مختلف الفئات الجماهيرية وتزداد أهمية هذه

الفكرة إذا كان التلفزيون بصدد التعامل مع قضايا ذات صفة حيوية ومحددة مثل بلورة وتكوين

الوعي الاجتماعي من أجل التغيير والتنمية ففي هذه الحالة سيواجه التلفزيون قطاعات عريضة

من الجماهير لها خصائصها المتميزة ودورها المختلف وقناعاتها الخاصة والمرحلة الحضارية

التي يمر بها إلي جانب شكل خاص من الوعي بقضايا معينة^(١).

وبالإضافة الي ما سبق يمكن إجمال خصائص التلفزيون كوسيلة إعلامية على

النحو التالي :

١- تلعب الصورة المتحركة التي تصاحب الصوت دورا كبيرا في التأثير والإقناع

٢- يجذب التلفزيون الأميين الذين يتابعون الأفلام والمسلسلات والبرامج المشوقة

المختلفة والمتنوعة .

٣- يتفوق التلفزيون على وسائل الاتصال الأخرى بقدرته على صهر العناصر

الثلاثية التالية:

أ- الصوت الإذاعي وما يمتاز به من نقاء وصفاء .

ب - حيوية العروض المسرحية .

(١) محمد عبد البديع السيد ، نشأة وسائل الإعلام وتطورها ، بنها ، مطبعة مجدى ، ٢٠٠٢ ، ص ٤٩ .

ج - الإمكانيات والتقنية الإلكترونية المستخدمة فى الفيلم السينمائي .

٤ - يتمتع التلفزيون بميزة المشاهدة الجماعية مما يسهم فى تشكيل الرأى العام والتأثير عليه بمخاطبة ما يسميه أساتذة علم النفس والاجتماع بـ"العقل الجمعى"^(١).

٥ - أضحي التلفزيون مصدرا رئيسيا لملايين المشاهدين بالدول الغربية المتقدمة فى استقاء الأنباء بل تفوقت بعض الشبكات الإخبارية مثل الـ CNN على وسائل الإعلام الأخرى المطبوعة والمسموعة فى النقل الفورى لبعض الأحداث الهامة على الهواء كما حدث على سبيل المثال أثناء حرب تحرير الكويت فى عام ١٩٩١ .

٦ - تسيطر لغة الصورة على عيون البشر وعقولهم خاصة بعد انتشار القنوات الفضائية وأجهزة الاستقبال الأرضية والهوائيات المتطورة ودخول عصر الأقمار الصناعية .

٧ - يتميز التلفزيون بإمكانية نقل مشاهد من أماكن يصعب بل يستحيل أحيانا على المشاهد رؤيتها فى مواقعها الأصلية أو الطبيعية أو التوجه أصلا إلي هذه المواقع مثال ذلك النقل التلفزيونى الفورى لنزول مركبة فضاء أمريكية على سطح القمر فى عام ١٩٦٩ .

٨ - أصبح الإعلام المرئى الذى يبيت من الفضاء قادرا على التحكم فى مبدأ حرية تداول المعلومات والصور والبرامج وتخطى حواجز الرقابة السياسية والقانونية التى تقيمها الدول المستقبلية للبث المباشر .

(١) سمية عرفات ، الإذاعات المحلية ، جامعة الزقازيق ، فرع بنها ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، د . ن . د . ت ، ص ١١٠

٩ - استطاع التلفزيون أن يجمع بين مزايا ثلاث وسائل إعلامية فى أن واحد فهو يجمع بين الصوت كعنصر أساسى ووحيد فى أداء الراديو لوظيفته والحركة التى تموج بها خشبة المسرح والصور والألوان التى تمنح السينما خاصية التشويق .

١٠ - يتلقى مشاهد التلفزيون الرسائل الإعلامية وهو فى حالة استرخاء يتسم بها الوضع داخل الأسرة فى كثير من الأحيان مما ينعكس على عملية المشاهدة بالانتقاء والاختيار .

١١ - يميل التلفزيون إلى المعالجات ذات القالب الروائى أكثر من ميله إلى الأشكال التحليلية خاصة فى الأعمال الدرامية .

١٢ - يتيح التلفزيون من خلال تنوع برامجه فرصة نشر الثقافة لجمهور عريض من المشاهدين .

١٣ - يعتمد العمل التلفزيونى على الصورة كعنصر أساسى ويقل اعتماده على النصوص المكتوبة ولذا أصبح التلفزيون يعتمد على الشخص المتكلم بنفسه وليس القارئ من النص كما هو الحال فى الراديو .

وتسعى شبكات ومحطات التلفزيون جاهدة لإيجاد نوع من العلاقات الاتصالية بين المشاهدين ومقدمي البرامج وقارئى النشرات الإخبارية بحيث يتخيل المشاهد أن مذياع التلفزيون يتحدث إليه شخصيا مما يعطى الإحساس بالألفة والحميمة والمودة والعلاقة الدافئة بين المشاهد والمذيع .

١٤ - يمتلك التلفزيون بفضل سهولة تحريك الكاميرات وتعددتها وتنوعها إمكانية تقديم لقطات مختلفة للصورة الواحدة مما يعطى المشاهد الفرصة لمشاهدة الحدث بصورة أفضل مما لو كان

موجودا فى مكان الحدث نفسه كما أن إمكانية استخدام اللقطات الكبيرة CLOSE UP

والكبيرة جدا BIG CLOSE UP قد أوجد ما يسمى بالتعبير الدرامي للصورة وأصبح من الممكن كما يؤكد خبراء الإعلام أن نعبر بواسطة لقطة واحدة كبيرة عما نقوله فى عدد من الصفحات بواسطة السرد أو الحوار

١٥ - يتمتع التلفزيون بقدرة كبيرة على الترويج والدعاية للسلع فاقت فى كثير من الأحيان ما يقوم به الراديو أو الصحيفة وقد حدد أساتذة وخبراء الإعلان خصائص التلفزيون كوسيلة إعلانية فيما يلي :

أ- إمكانية الجمع بين مزايا كل من الإعلانات المرئية والإعلانات المسموعة معا إذ يمزج بين عنصرى الصوت والصورة مما يساعد فى زيادة عملية جذب الانتباه فضلا عن تدعيم الفكرة المتضمنة فى الرسالة الإعلانية وتقويتها وتثبيتها فى ذهن المشاهد.

ب- إمكانية تحقيق الاتصال الإعلاني الذى يتسم بالواقعية والحرفية إذ يساعد استخدام الألوان والديكور والملابس والشخصيات الحقيقية والحركة وغيرها من العناصر على توفير إمكانية التمثل مع الواقع بما يزيد من درجة الإقناع المستهدفة من عملية الاتصال الإعلاني .

ج- إكساب جهاز التلفزيون بمرور الوقت ونتيجة لزيادة ساعات المشاهدة والمداولة عليها من الجمهور ميزة هامة فى القابلية للتصديق إذ أصبح لدى نسبة غير قليلة من مشاهدى التلفزيون الاستعداد لتصديق كل ما يشاهدونه على الشاشة مما ينعكس على أداء الرسالة الإعلانية التلفزيونية لدورها^(١) .

(١) على ظاهر مبارك ، الإذاعات المحلية والإقليمية فى جمهورية مصر العربية ، مجلة الفن الإذاعي ، العدد ١٣٧ ، إبريل ١٩٩٣ ،

الفصل الثاني

الكتابة للتلفزيون

الأشكال الإخبارية التلفزيونية^(١):

ثمة أشكال خبرية عديدة تظهر على الشاشة أو يقرؤها المذيع، ولكل شكل من هذه الأشكال سمات تحريرية مختلفة، والسطور التالية تتناول بعض ما يظهر على الشاشة من مادة يتم تحريرها بصورة مسبقة؛ وهي:

تحرير الأخبار المقروءة فقط (Read Only) :

هي ظاهرة ربما تتفرد بها التلفزيونات العربية. فمهنتنا مهنة الصورة، وكل ما هو من دون صورة يعني تلقائياً أنه غير تلفيزيوني. لكن عادة ما يلجأ الصحفيون التلفيزيونيون إلى هذا النوع من الأخبار في حالة الأخبار العاجلة، أو الأخبار التي يضطرون إلى التعامل معها كالأخبار الرئاسية أو السيادية، والتي ترد في اللحظات الأخيرة بحيث لا يتسنى في الوقت المتاح إعداد مادة فيلمية أو جرافيكس مناسب لها. إن اضطررت إلى تحرير هذه النوعية من الأخبار عليك الانتباه إلى أن هناك ثلاثة عناصر: المذيع الذي سيجد نفسه متورطاً في الظهور أمام الكاميرا ليقرأ فترة طويلة من الزمن من دون توقف. والمشاهد الذي سيمثل مشاهدة المذيع، وقد يفقد الاهتمام بالمشاهدة لأن التلفيزيون قد تحول إلى إذاعة. والرسالة التي فقدت فرصة الوصول

(١) تم الرجوع الي :

- برنامج الحوار الإعلامي ، متوافر علي الرابط التالي :

http://www.bbc.com/arabic/learningenglish/2010/08/081016_cojo_arabic_guide_3.shtml

- المنصف العياري وآخرون، الأعمال الميدانية في الأخبار التلفيزيونية العربية وأشكال التفاعلية الجديدة ، تونس ، اتحاد إذاعات الدول العربية ، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (٧١) ٢٠١٠ م ، ص ١٤ - ١٧ .

بطريقة أكثر جاذبية. لذلك عليك بالاختصار، فيجب ألا تزيد مدة أي من هذه الأخبار بأي حال عن ٢٥ ثانية أي ٥٠ كلمة باللغة العربية.

الأخبار المصاحبة لصور ثابتة أو جرافيكس (CAP or SS)

لا تختلف هذه النوعية من الأخبار كثيراً عن السابقة في أنها أخبار تناقض بطبيعتها العمل التلفزيوني القائم على استخدام المادة الفيلمية. غير أن معظم الإخباريين التلفزيونيين في العالم لا يجدون مفرّاً من اللجوء إلى استخدام هذه الأخبار في عدد من الحالات التقليدية:

-أخبار الزيارات المتوقعة أو المؤتمرات الصحافية المهمة جداً و التي لم تحدث بعد. فمن المنطقي إن أردت إبرازها في نشرة الأخبار أن تستخدم صورة الأشخاص المعنيين بالزيارة أو المؤتمر الصحافي.

-تصريحات صحافية أدلى بها أشخاص لهم علاقة رئيسة بخبر كبير فتحولت تصريحاتهم أخباراً. لكنهم كانوا قد أدلوا بهذه التصريحات للصحافة المكتوبة أو لوكالة أنباء و ليس للتلفزيون. من المنطقي إن اضطررت إلى إبراز هذا الخبر أن تستخدم صورة الشخص الذي أدلى بالتصريح.

-الأخبار المهمة المتعلقة بمناطق نائية لا يسهل، و لن يسهل، الحصول منها على صور، ولا يمكن إغفالها. وهنا تُستخدم عادة خريطة المنطقة.

-الأخبار العاجلة التي يُتوقع وصول صور لها لكن لا يمكن انتظارها، مثل الانفجارات أو الحرائق الكبرى أو حوادث سقوط الطائرات أو اختطافها.

التصنيف السابق يحدد معظم حالات اللجوء إلى الجرافيكس في خبر يُقرأ من جانب المذيع. ولكن رغم منطقية اللجوء إلى الجرافيكس فهناك فرصة لأن تجعله أكثر جاذبية وأن تقلل من حجم الضرر الناتج عن استخدام الصورة الثابتة في التلفزيون.

قواعد استخدام الجرافيكس :

-الجرافيكس هو بديل المادة الفيلمية وبالتالي يجب أن يكون واضحاً ومحددأ لينجح.

-أن يكون مرتبطاً بشكل مباشر بالخبر وبالتحديد بالكلمة التي سيظهر عندها. فليس من المنطقي أن تقول كلمة نيويورك في وقت تظهر فيه صورة لمبنى الأمم المتحدة؛ إذ إن العقل الباطن للمشاهد يتوقع في هذه اللحظة أن يرى خريطة نيويورك. كما أنه ليس مفيداً أن تستخدم خريطة جمهورية مصر العربية للحديث عن انفجار في مصنع بالسويس، فالمشاهد يتوقع من الجرافيكس أن يضيف إلى معلوماته لا أن يرى من خلاله خريطة صماء بينما محل الخبر غير واضح. اجتهد لتوضح مدينة السويس و لتجعل الجرافيكس أكثر تفصيلاً.

-الالتفاف على خبر تصريحات مهمة بأن تقوم بإبراز نقاط رئيسة من هذه التصريحات مكتوبة على الشاشة بجوار صورة الشخص المعني و معها عنوان يلخص الخبر. احرص على أن يتوافق ظهور كل نقطة مع قراءة المذيع للنص المتعلق بها.

-حوادث سقوط الطائرات أو اختطافها من الحالات النموذجية لاستخدام الجرافيكس. حاول فوراً التأكد من المعلومات، و تحديد موقع إقلاع الطائرة و نوعها، و إلى أي خطوط تنتمي، و المدينة التي كانت متوجهة إليها، و المدينة التي سقطت أو اختُطفت بالقرب منها. كل هذه العناصر تجعل من الخبر جاهزاً كي يظهر على خريطة متحركة تبرز المعلومات للمشاهد. في الواقع حتى بعد وصول صور حطام الطائرة أو صور الطائرة المخطوفة رابضة على أرض أحد المطارات؛ يظل استخدام الجرافيكس لتوضيح المعلومات الأولية أمراً حتمياً حتى ترضي فضول المشاهد.

الأخبار المصاحبة للصور والتي يقرأها المذيع : وتسمى في بعض التلفزيونات العربية فيديو ، وهي النوعية الأكثر شيوعاً في كثير من التلفزيونات العربية. ربما لا يدرك القائمون على تحرير هذه الأخبار أنها أحياناً أصعب بكثير من إعداد التقارير التلفزيونية. فالخبر كي يصبح فيديو جيداً يجب أن تنطبق عليه مجموعة من الشروط:

- ألا تزيد مدته (المقدمة مع الفيديو) على ٣٥ ثانية أي ٧٠ كلمة عربية.
- ألا يتم تكرار الخبر مرتين، مرة في المقدمة و مرة في جسم الفيديو.
- أن يكون الربط بين الجزئين سلساً من دون استخدام كلمة : "فقد..."
- أن تعبر كلمات الجزء الثاني عن الصور لا أن تصفها.
- أن يتم إبراز عنصر خبري أو اثنين فقط بشكل واضح.
- أن يتم انتقاء صور الجزء الثاني بعناية لتعبر عن الحدث.
- مراعاة تعديل الصور قليلاً بعد عدد من النشرات إن كانت القناة تعمل على مدار الساعة.
- ألا تُترك الصور على الهواء بعد انتهاء النص، أي يجب القطع على المذيع مباشرة.

الخبر البسيط :

هو الخبر الذي ينقل حادثة واحدة دون تفاصيل ويجب هذا الخبر علي الأسئلة الأساسية بشكل موجز ويقتصر الخبر البسيط علي تسجيل الوقائع أو تصوير الأحداث أو سرد المعلومات دون تدعيمها بخلفية من البيانات والمعلومات .

فالخبر البسيط هو خبر موجز وقصير لأحداث آنية أو تطورات أحداث ما في انتظار التوصل الي تفاصيل إضافية للحدث ويقوم مقدم النشرة بتقديم الأخبار البسيطة وقد تكون هذه الأخبار في شكل صور حية عن الحدث أو صور ثابتة لمواقع أو شخصيات أو رسوم بيانية أو صور مبتكرة .

الخبر المركب :

هو خبر تتعدد فيه الأحداث المهمة أو الزوايا المتساوية في أهميتها الظاهرة ويختلف عن الخبر البسيط في كونه يتضمن أكثر من واقعة وهو بذلك أجزاء خبرية تجمعها وحدة معنوية سواء كانت زمنية أو مكانية أو الحدث نفسه .

ويبنى الخبر المركب على الشكل التالي :

- **رأس الخبر** : وهو مقدمة الخبر ويقدمه مقدم النشرة ليضع التقرير في إطاره ويجعل المشاهد يتطلع الي معرفة التفاصيل .

- **جسم الخبر** : يتضمن تفاصيل الخبر بالتدرج من الأهم الي المهم فالأقل أهمية ويكون النص مرفقا بصورة مجسمة وردت عبر شبكات التبادل الإخباري أو الوكالات العالمية للصور .

- **نهاية الخبر** : هو الجزء الأخير الذي يتكفل بتقديمه مذيع النشرة الإخبارية ويتضمن معلومة أو إضافة تتعلق بموضوع الخبر ويمثل هذا الجزء فرصة للتدارك إذا اقتضي الأمر ذلك لتصويب خطأ أو تصحيح معلومة وردت في الجسم .

تحرير الخبر التلفزيوني^(١):

هناك تشابه كبير بين الخبر الإذاعي والخبر التلفزيوني ذلك أن الإذاعة قد سبقت الشاشة الصغيرة في تقديم الأخبار بحوالي عقدين من الزمن واستطاعت أن تؤسس تقاليداً وممارساتها الصحفية وتطور لها أسلوباً مميزاً عن أسلوب الجريدة وحين ظهر التلفزيون أفاد كثيراً من الفن الإذاعي الذي يشترك معه في مخاطبة الأذن.

وهنا تستطيع القول أن الخبر التلفزيوني يعتمد كثيراً على قواعد كتابة الأخبار الإذاعية مع الأخذ بنظر الحسبان وظيفة الصورة ومكانتها العظيمة في النشرة الإخبارية وإبراز قواعد كتابة الأخبار الإذاعية هي:

- الجمل قصيرة وبسيطة .
- يذكر الفاعل مع فعله سوية إذا أمكن .
- عدم استخدام الجمل المعقدة و الكلمات النادرة .
- في الخبر الإذاعي الكلمات كتبت لكي تقرأ ولذلك لا بد أن تكون سهلة النطق.
- استخدام أقل ما يمكن من الضمائر .
- حداثة الخبر الإذاعي .

^(١) <http://anbaaelkahraa.own0.com/t89-topic>.

- في الخبر الإذاعي تستخدم عبارة وصيغة قبل الاسم .
 - لا تبدأ الجملة بمقتبس في الأخبار الإذاعية ولا يترك اسم المصدر في نهاية المقتبس .
 - لا تبدأ الجملة بالإحصاءات وكثرة الأرقام .
 - استخدام المبني للمعلوم .
 - الحذر من تغطية أخبار الجريمة .
- أما الخبر التلفزيوني فشأنه شأن خبر الراديو لم يكتب لكي يمكن اختزاله من النهاية أو من أي نقطة أخرى بل إنه وحدة متماسكة و بناء معلوم متجانس الأجزاء له مقدمة و متن و خاتمة و إذا حذف أي جزء منه يصبح لا معنى له تماما مثلما لو حذف الفصل الأخير من مسرحية متقنة الصياغة ... ووجود الصورة إلى جانب الكلام الموجز الذي يرافقها قد جعل كاتب الخبر التلفزيوني يتوخى الإيجاز بأقصى درجاته ولكن هذا الإيجاز يجب أن يكون وافيا وهذا يعني أن على كاتب الخبر التلفزيوني أن يدع الصورة تصف الحدث لجمهور المشاهدين ... وهذا يعني أن خصائص الخبر الإذاعي هي ذاتها خصائص الخبر التلفزيوني الذي كتب للمشاهدين وليس للمستمعين فقط حيث تؤدي الصورة مهمة كبيرة في إيضاح الفكرة الأساسية للموضوع.
- ومن أهم النقاط الأساسية التي لا بد أن يقف ويتأمل فيها كاتب الخبر التلفزيوني أكثر من غيره هي:
- الإيجاز .
 - خلفية الخبر .
 - التعبير المجازي .
 - لباقة الحديث .
 - التتابق بين الصورة والكلمة .
 - أكثر الكلمات للمذيع و أقلها للصورة .
 - مشاهدة تربط الفيديو قبل كتابة الخبر .
 - الإفادة من الصوت الطبيعي .

-توافق النص مع منطق الصورة .

طرق عرض الأخبار فى التلفزيون :

نشير أولاً الى أنه لا توجد طريقة واحدة لعرض القصة الإخبارية فى التلفزيون وإنما تعرض القصص الإخبارية من جوانب متعددة وبطرق مختلفة وتتخذ أشكال تحرير القصص الإخبارية ثلاثة أساليب :

يعرف الأول منها بأسلوب الذروة أو القمة .

ويعرف الثانى بأسلوب الترتيب الزمنى

كما يعرف الثالث بأسلوب التفسير .

ويصلح الأسلوب الأول فى إعطاء الأنباء الهامة فى المقدمة التى تهدف الى إعطاء المشاهدين كل الحقائق بسرعة ويعتبر فانج هذا الأسلوب عنصراً بارزاً فى تحرير أخبار التلفزيون ونسميه بأسلوب الهرم المقلوب حيث الحقائق والمعلومات الهامة فى المقدمة تليها الأقل أهمية .

أما النوع الثانى والذى يطلق عليه أسلوب الترتيب الزمنى فيستخدم فى القصص الإخبارية المثيرة لاهتمامات جمهور المشاهدين ويأخذ شكل الهرم المعتدل ويبدأ بمعلومة مثيرة تجذب انتباه المشاهدين ثم تليها مقدمة بسيطة وسريعة مختصرة ثم جسم القصة الخبرية متضمناً موضوعها ثم النتيجة ونهاية القصة فى تسلسل زمنى درامى شيق ومثير للاهتمام .

أما الأسلوب الثالث كما يرى بعض الباحثين فيجمع بين النمطين السابقين حيث تضم المقدمة المعلومات الهامة تليها التفاصيل الأقل أهمية ويستخدم هذا الأسلوب فى تحرير القصص الخبرية التى تتكون من مكونات وعناصر على مستوى واحد من الأهمية .

ويضيف البعض أسلوباً رابعاً يستخدم عندما لا يستطيع المحرر أن يعرف آخر التطورات إلا قبل إذاعة العرض بفترة قصيرة حيث يضطر المحرر عدم الالتزام بالأشكال السابقة ويضع آخر التطورات الهامة فى نهاية القصة الخبرية .

وعموماً وفي كل هذه الأساليب يجب على المحررين أو المندوبين مراعاة أن التليفزيون يعتمد في المقام الأول على القيم المرئية التي تتميز بقدرتها الفائقة على توليد العواطف دون وسائل الإعلام الأخرى .

وتتكون عروض أخبار التليفزيون من مجموعة من القصص الإخبارية التي أصبحت الشكل السائد للخدمات الإخبارية المصورة حيث يجرى تقييمها وفق مكانتها وأهميتها وتسلسلها وتعتبر عملية تنسيق الأخبار وترتيبها داخل نشرة اخبار التليفزيون بمثابة المفتاح الذي يكسبها فعالية فائقة وتحتوى النشرة على جميع القصص الإخبارية العالمية والمحلية وللعرض الإخبارى بنىان خاص يحدد موضع كل قصة إخبارية والعلاقة بينها وبين جميع العناصر الأخرى بالإضافة الى أن له إيقاعاً محسوباً وأسلوباً وشخصية خاصة .

وتبدأ نشرات أخبار التليفزيون بتتر مصور مصحوب بلحن موسيقى مميز هدفه تمييزها عما عداها من برامج ولربط المشاهد وإثارة اهتمامه للإقبال على مشاهدة العرض الإخبارى بما يضيفه من عنصر مشوق إليها . وجرى العرف فى مجال العمل الإخبارى على تثبيت هذا اللحن المصحوب بالعنوان أو اللافتة المصورة التتر المميز لنشرات الأخبار فى محطات التليفزيون على اختلاف أنواعها .

وللعرض الإخبارى فى التليفزيون بداية ووسط ونهاية ولكل منها متطلباتها ومميزاتها الخاصة وتلعب العناصر والقيم الإخبارية دوراً هاماً فى بناء نشرات أخبار التليفزيون وتختلف وجهات النظر فى ترتيب العرض الإخبارى ويرجع هذا بالطبع الى مدى إحساس وتقدير المسئول عنه . ولكل نشرة إخبارية قصة خبرية هامة تتصدرها وتعطى هذه القصة الخبرية أهمية خاصة للنشرة وتتطلب كل قصة خبرية وحدة درامية فى بنائها وتتبع فى العادة تسلسلاً ذا ثلاثة أجزاء من الذروة الى السبب ثم الأثر وهكذا ثم ترتب أخبار النشرة حسب أهميتها بمعنى أن تبدأ بالأخبار التى تهتم جمهور المشاهدين بالدرجة الأولى وتعتبر مقدمة النشرة أو افتتاحيتها أهم خبر مصور

على فيلم أو مسجل على شريط فيديو أو حي وبالتالي يعتبر أفضل قمة للعرض الإخباري بالمقارنة بأى خبر آخر غير مصور قد يتساوى معه فى الأهمية .

وطبيعى لا يمكن لأى خبر مصور أن يكون هاماً لمجرد أنه قد غطى تغطية تليفزيونية رائعة كما يحدث فى بعض محطات التليفزيون بل إن الخبر سيظل تافهاً مزعجاً على الرغم من لقطاته المثيرة التى توهم بأن هناك حدثاً ضخماً .

لهذا نؤكد على تقييم الخبر قبل تغطيته وليس من المهم توليد العواطف دون اعتبار للأهمية ولكننا نؤكد على ضرورة تلافى قيم الحركة والعاطفة والدلالة والأهمية والتشويق إلخ ذلك من قيم الأخبار بالنسبة للخبر الذى يتصدر نشرة الأخبار المصورة ويجب أن يجمع هذا الخبر أهم العناصر والمقومات التى تستحق الاعتبار الأول لدى رئيس التحرير المسئول أو منسق الأخبار فهو صاحب الحق فى اتخاذ أى قرار بشأن الكم الهائل من القصص الإخبارية التى ترد إليه من مصادر الأخبار المصورة

وتطبق أخبار التليفزيون فى غالبيتها قاعدة المهم فالأهم كما هو متبع فى معظم الوسائل الإخبارية الأخرى، وكما أوضحنا سلفاً يجب أن يكون الخبر الأول الذى يتصدر نشرة أخبار التلفزيون هو أهم خبر فى الأنباء اليومية ، وغالباً من الأخبار الوطنية ذات الاهتمام المباشر للمشاهدين سواء كانت هذه القصص الإخبارية سياسية أو اقتصادية تقع داخل الوطن وتمثل الأخبار الوطنية من حيث المدة أكثر من ثلثى الأخبار المصورة تقريباً فى محطات التلفزيون العالمية بينما يحدث العكس فى الدول النامية حيث تطفى الأخبار الأجنبية بصفة عامة على الأخبار المحلية .

وتوصى البحوث والدراسات الإعلامية بضرورة زيادة الاهتمام باللون الوطنى المحلى فى المواد الإخبارية عن طريق متابعة الأحداث والوقائع التى تحدث داخل الوطن وإشاعة الاهتمام بالقضايا الوطنية المختلفة على كافة المستويات وفى شتى المجالات ذلك لأن أى إنسان يهتم بنفسه أولاً ثم بالوسط المحيط به بعد ذلك وتندرج الأشياء المحيطة بالمشاهد فى الأهمية فنجد

يهتم بالأخبار الأقرب فالأقرب. والخبر الوطنى غالباً ما يكون موضع اهتمام وانتباه أكبر قاعدة وطنية ممكنة وبقدر ما يثير اهتمامها وانتباهها بقدر ما يثير انفعالها وهذا الخبر يتناول أهم القضايا الوطنية أو المحلية أو الخبر الذى يربط هذه المحلية بغيرها من المحليات أو يربطها بدولة أخرى

أسس تحرير الأخبار التلفزيونية :

هناك عدة أسس يجب مراعاتها عند تحرير أخبار التلفزيون من أهمها :

ضرورة اتفاق النص الذى نسمعه مع مضمون ومحتوى المادة الإخبارية المصورة التى نشاهدها فحينما يتفق مضمون النص مع مضمون المادة المصورة تزداد نسبة فهم واستيعاب المشاهدين لهذه المادة الإخبارية ذلك لأن الفرد حينما يشاهد مادة إخبارية مصورة لا يتفق مضمونها مع التعليق لمصاحب لها فلا بد أن يجهد نفسه حتى يظل منتبهاً لما يقال وتختلف القدرة من فرد لآخر وإذا ابتعد مضمون النص المصاحب للصورة كثيراً فربما لن يفهم المشاهد شيئاً لأنه لا يستطيع أن يركز انتباهه لفهم النص والمادة المصورة فى آن واحد ويبقى مشتتاً .

يجب أن تكون القصة الخبرية بسيطة ذات وحدة درامية لا ينتابها أى لبس أو غموض .

وأن تكون سلسلة واضحة والوضوح أهم ملامح أسلوبها وهو المطلوب الأساسى فى تحريرها .

كما يجب أن يراعى المحرر فيها الوحدة الدرامية فيقدم الوقائع فى صورة روائية شيقة منذ بدايتها وحتى النهاية ويروى ما حدث وكأنه يقع فى الوقت الحاضر مما يضىء عليها حيوية وشفافية .

كما تتطلب الوحدة الدرامية توضيح جميع عناصر القصة الإخبارية من الذروة الى الأسباب ثم الآثار .

مع ضرورة التزام الإيجاز لسبب قيد الوقت الضيق الذى يتطلب أن يكون الإيجاز عنصراً أكثر أهمية .

كما يجب أن تكون الجمل ومكونات النص واضحة قصيرة وأن تكون مباشرة .

وعلى محرر الأخبار أن يختار الكلمات التي تناسب المشاهدين بوجه عام فالكلمات الأكثر شيوعاً تستخدم بدلاً من الكلمات النادرة الاستعمال وتفضل الكلمات الخالية من ازدواج المعنى أو التورية وضرورة توخي الحقيقة .

ويجب الوصول الى الهدف مباشرة وذلك بحذف الكلمات التي يعتبر وجودها كعدمه مع الالتزام بالواقعية في رواية الأخبار .

ترتيب أخبار النشرة التليفزيونية :

النظرية الأساسية في ترتيب الأخبار داخل النشرة هي أن تكون النشرة عرضاً برنامجياً مثلها مثل أى برنامج فنى ، وليست مجرد خليط من الأخبار لا يربط بينهما رابط ، وإنما بناء عضوى له كيان مكتمل يستهدف شد انتباه الناس ومتابعتهم للنشرة مع توفير قدر من الراحة لهم أثناء المتابعة .

ولا يختلف اثنان من العاملين فى الإعلام على أن الأهمية الموضوعية للخبر هي المعيار الحاكم الذى يفرض ويبرز الخبر فى النشرة ولم يعد خبر رئيس الجمهورية كالمعتاد تبعاً للبروتوكول هو الذى يتقدم النشرة بل الخبر الأكثر أهمية هو الذى يكون مقدمة النشرة .

وأهمية الخبر تكون الأهمية الموضوعية وليست أهمية الشخص فمثلاً لو كان أمام المحرر خبران أحدهما يتعلق باستقبال رئيس الجمهورية لسيناتور أمريكى يقوم بزيارة لمصر والخبر الثانى يتعلق باغتيال وزير هنا يتقدم خبر اغتيال الوزير على خبر رئيس الجمهورية .

بداية النشرة :-

ويشترط فيها أن تكون جذابة إلى أبعد حد ممكن حتى تستأثر باهتمام المشاهدين طبقاً للحدود الأخلاقية وينتأى ذلك بتقديم أهم خبر فى النشرة فى البداية .

غير أن نظرة أخرى تحكم هذه العملية - جرى عليها العمل في الإذاعات العربية بصفة خاصة - حيث ترد الاعتبارات الدبلوماسية والرسائل المتبادلة بين الرؤساء في مقدمة الأخبار الهامة في النشرة .

وقد كان التلفزيون في مصر معتادا على أن يقدم أخبار الرئاسة وأخبار الرئيس في بداية نشراته رغم أن هذا الأسلوب في عرض الأخبار يجب أن يخضع لأهمية الحدث ومضمونه وقيمه المرئية وبعد التطورات المذهلة تكنولوجيا ومعلوماتيا أصبح يقدم الآن الأخبار على حسب أهميتها أولا .

وسط النشرة : يجب ألا يخلو وسط النشرة من الأخبار الهامة حيث يجب استخدام أسلوب تكرر الذروة للنشرة من البداية حتى النهاية بمعنى توزيع الأخبار الهامة بين فقرات النشرة المختلفة فتصبح الأخبار في ترتيب معين بأسلوب تكرر الذروة : خبر أكثر أهمية ثم يليه خبر أقل أهمية وذلك لضمان متابعة المشاهد للنشرة .

وهناك مجموعة من العناصر لابد من مراعاتها في ترتيب أخبار النشرة وهي :

- ١ - لابد أن يكون هناك توازن بين الأخبار المحلية والأخبار الإقليمية والعالمية
- ٢ - لابد أن يراعى ترابط الأخبار مع بعضها البعض فالخبر الخاص برد فعل حدث معين لابد أن يتلو الخبر الخاص بهذا الحدث بصرف النظر عن البعد المكاني بين مكان الحدث ومكان رد الفعل وقد يكون الترابط في التشابه بين موضوعات الأخبار أو التناقض الذي تحمله .
- ٣ - لابد أن يكون هناك أيضا فترة راحة بين الأخبار الجادة حيث يجب أن يتخللها الأخبار الإنسانية الهامة فلا تتراحم الأخبار الجادة وراء بعضها فهذه النوعية من الأخبار تتطلب تركيزا من المشاهد .

٤ - ضرورة إيجاد توازن في ترتيب النشرة من حيث توزيع الأخبار المقروءة غير المصورة تلك التي تصاحبها أفلام او فيديو فلا ينبغي أن يزدحم الجزء الأول من النشرة بأخبار غير مصورة

نظراً لأهميتها ثم تتكسد الأخبار المصورة فى الجزء الأخير من النشرة بل لابد من ترتيب الأخبار كذلك بالنظر الى اهميتها التليفزيونية أى قيمها المرئية .

نهاية النشرة :

لابد من الاحتفاء بخبر أو أكثر من الأخبار التى تتضمن أهمية خاصة مثل التى ترد فى مقدمة النشرة تماماً لعرضها فى نهاية النشرة لأن الخبر الأخير هو الذى يترك أثراً فى ذهن المتلقى الا أنه يشترط أن تكون مثل هذه الأخبار من النوع الهادىء البعيدة قدر الإمكان عن أخبار الأحداث المروعة حيث لا ينبغى أن ينتهى العرض الإخباري بمأساة أو بخبر محزن ذلك لأن التأثير الذى يتركه مثل هذا الخبر سيظل باقياً لدى المشاهدين وسيذكرون دائماً الكيفية التى تركهم بها قارىء النشرة الذى يجب أن يختتم نشرة الأخبار بحيوية وقوة وأسلوب جيد وابتسامه هادئة .

وتعتبر نهاية نشرات أخبار التليفزيون من اللحظات الهامة حتى أن بعض محطات التليفزيون العالمية تستغل تلك اللحظات التى تستحوذ على الاهتمام الكبير للمشاهدين بأن يقدموا مثلاً موجزاً مصوراً لأهم الأخبار التى تتضمنها النشرة .

ومن جهة أخرى تشير الدراسات والبحوث الميدانية إلي أن الفقرات الرياضية تعتبر من أمتع الفقرات التى تقدم فى نهاية النشرات لما تتميز به من حركة وسرعة وحيوية.

كما يرى البعض أن الأخبار الخفيفة والطرائف من الأخبار المشوقة والمسلية التى تجذب انتباه المشاهدين ويفضلها الأغلبية ولذلك ينبغى ألا نختم العرض أبداً بمأساة أو بأخبار محزنة كما يحدث فى بعض محطات التليفزيون فى الدول النامية التى تؤخر مثل هذه الأخبار لنهاية النشرة.

ذلك لأن التأثير الذى تتركه مثل هذه الأخبار سيظل ماثلاً وباقياً لدى المشاهد مما قد يؤدى الى احجام الكثير عن متابعة نشرات الأخبار لأنهم سيذكرون دائماً الكيفية التى تركهم بها مقدم

العرض الإخبارى الذى يجب أن يختتم النشرة بتؤدة وحيوية وأسلوب جيد وابتسامة هادئة كما يفعل مقدمو النشرات فى محطات التلفزيون العالمية .

وعندما ينهى العاملون فى أخبار التلفزيون بعرض خبر مسل عن اهتمامات الإنسان فإنهم يجذبون انتباه المشاهدين ويشدونهم لمشاهدة العرض ذلك لأن أخبار الاهتمامات الإنسانية تعطى المشاهد إحساساً بالعلاقات المشتركة وهى من وسائل التشويق الهامة التى تحقق نجاحاً كبيراً حيث نشجع المشاهد على المشاركة فى البرامج الإخبارية . ويعتبر عنصر الاهتمامات الإنسانية أحد العوامل الهامة التى يجب توافرها فى الأخبار الجيدة حيث تلعب دورها فى تحقيق رضا المشاهدين وتجذب انتباههم باستمرار وخاصة أن لغة الحياة العملية ومحرر أخبار التلفزيون يخاطب كل فئات المشاهدين المتباينه والمتنوعة لهذا يجب أن يتميز أسلوبه دائماً بالبساطة والوضوح وان يعتمد على اللغة السريعة المباشرة يخاطب مشاهديه باللغة التى يفهمونها بسرعة وبسهولة(د . محمد محمود المرسى : ١٩٨٧ : ٨٣ : ٨٦) .

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 تبعتها 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.

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

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

- اليقظة لتحقيق السرعة المطلوبة فى ملاحقة الأخبار.

- الصياغة اللغوية والنحوية المختصرة للأحداث التى ترد تباعاً من وكالات الأنباء أو من مصادر الأخبار التقليدية الأخرى مثل المراسلين بالداخل والخارج أو من غير التقليدية التى 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 فى عرض الخبر والتلاعب بالألفاظ دون حاجة حتى ولو كان بعضها يقود إلى المعنى نفسه وهو أمر بعيد عن الأداء المهنى الصحيح ليس فقط فى التعامل مع خدمة الشريط الإخبارى 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 فى شكل هو أقرب ما يكون إلى مانشيت الصحيفة ولذا فإن أخبار الشريط الإخبارى يجب أن تكون جملاً اسمية وليست فعلية وأن تكون الأفعال فى زمن المضارع وليس الماضى كما فى المثال التالى:

- عباس يدين المذبحة الإسرائيلية فى بيت حانون

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

- يدين عباس المذبحة الإسرائيلية فى بيت حانون

يكشف أن الصياغة فى شكل العنوان أفضل وأقرب إلى المطلوب من وظيفة الشريط الإخبارى.

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 مذبحه بيت حانون .

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

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

نلاحظ أن الصياغة المهنية للخبر توفر ١٠ كلمات وحرفين كالاتى:

- عباس يدين مذبحه 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.

إذن 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:

- الرئيس الفلسطينى محمود عباس نكتب عباس

- د. علي عبد العال رئيس مجلس النواب نكتب عبد العال

* 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 تنسب للقائل دون ذكر فعل القول مثال:

- السيسي يقول نحن مع وحدة شعب لبنان

- الأفضل القول السيسي: 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 .

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

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 الإخباري 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 التزديد كما أوضحنا فى مثال اغتيال الوزير اللبناني إلا إذا كان اليوم للدلالة على المستقبل وكذلك غدا فهو أمر مقبول على الشريط الإخبارى.

مما تقدم نخلص إلى القول بأن الخبر على الشريط الإخبارى:

- 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 اسمية.

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

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

الاستجواب التليفزيوني :

هو لقاء يجمع بين صحفي وشخصية أو مجموعة من الشخصيات باعتماد تقنية السؤال والجواب .

وفي هذه الحالة يتولي مقدم النشرة إلقاء الأسئلة وإدارة الحوار وهذا الشكل من الطرق المعتمدة لإثراء معالجة النشرات للأخبار وإلقاء الأضواء علي نقاط الغموض فيها وتوضيحها وتفسيرها علي لسان فاعلين فيها أو شهود عليها او محللين .

التحقيق التليفزيوني :

هو الشكل الغائب في النشرات الإخبارية باعتبار أنه من الأشكال التي تتطلب التعمق في الحدث وأسبابه فهو يجيب بالأساس علي اصعب سؤال صحفي وهو : لماذا ؟ .

ونجد ان التحقيقات تبث في مجالات تليفزيونية أخرى مثل البرامج والمجلات الإخبارية ويجمع التحقيق بين العديد من الأساليب الصحفية باعتماده تقنيات الاستجواب والريبورتاج .

والتحقيق يتعمق تحت مساحة ما هو ظاهر علي سطح الأحداث ليكشف ما هو مخفي من حقائق وذلك بالانتقال الي مواقع الأحداث ومواجهة الناس والأماكن والعودة الي المصادر التوثيقية ويتطلب انجاز التحقيق مدة اطول من التي تتطلبها الأشكال الصحفية الأخرى لذلك لا نجد التحقيق مطالباً باحترام عنصر الأنية الفورية.

كتابة التقرير التلفزيوني :

هو تصوير حي لحدث ما ويمثل اهم الأشكال التلفزيونية لما يتميز به من حيوية ولقدرته علي الوصف ونقل الأحداث بالصورة مما يجعل المشاهد يعايش الحدث وكأنه يحضر تطوراته ويواكبها .

ويتضمن التقرير الميداني نصا للصحفي الناقل أو المخبر وشهادات لمن لهم علاقة مباشرة بموضوع التقرير .

والتقرير هو الشكل الصحفي القادر علي إيصال الفكرة في مدة زمنية قصيرة يختزل خلالها المراسل الحدث أو القصة الخبرية بشكل مركز وبصورة متناسقة وباعتبار أن المدة قصيرة فإن ذلك يتطلب مجهودا إضافيا من قبل المراسل والتقرير الناجح هو الذي يجيب عن الأسئلة التي يطرحها المشاهد : ماذا حدث ؟ ما هي التطورات الحديثة لما حدث ؟ وما هي القضايا التي يجب فهمها للربط بين تلك التطورات ؟ ولماذا يعتبر ما حدث مهما ؟ وما الذي يعني في ما حدث ؟ .

ومن المفروض مهنيا أن يكتب المراسل نص التعليق بعد أن يشاهد الصور المتاحة لأن الكتابة التلفزيونية هي كتابة للصورة لكن الفرصة لا تتوفر دائما للمراسل ويتم التركيب في غرف الأخبار .

ففي بعض الأحيان يقتصر المراسل علي تزويد المحطة التلفزيونية بصوته فقط ويتم إرفاقه بصور لم يشاهدها ولم يشرف علي تركيبها .

وضرورة التمكن من مهارة حوار الكاميرا باعتبار أن المراسل يظهر بصورته في نهاية التقرير ووظيفة هذا الظهور إعطاء التقرير بعدا إنسانيا من حيث مخاطبة المراسل المشاهدين بنفسه من موقع الحدث بما يسمح بقليل من التحليل وتقديم خلاصة الحدث .

ويمكن أن يكون التقرير الميداني موضوعاً محلياً أو دولياً وقد ينجزه مبعوث خاص أو مراسل أو صحفي منتدب من أسرة التحرير .

مقدمة التقرير :

من طبيعة الاسم، المقدمة "تقدم" التقرير. أي أنها تبرر للمشاهد أسباب وجود التقرير، كما أنها تقوم "بالترويج" للتقرير أو "تجذب" المشاهد للبقاء أمام الشاشة و متابعة التقرير. ببساطة لأنه يتوقع المزيد من الإثارة في التقرير.

المقدمة إذن التي يقرأها المذيع قبل بداية التقرير التليفزيوني تقوم بتسويق التقرير كما يقوم الإعلان بالتسويق للبضائع. و بالتالي أسوأ المقدمات هي تلك التي تسرد النقاط الأساسية في التقرير و "تحرقه" قبل أن يبدأ. كما أن العكس تماماً لايجعل من المقدمة أفضل حالاً، فالمقدمة منبئة الصلة عن التقرير تجعل المشاهد يحاول أن يربط بينها و بين الموضوع و يستغرق ذلك عادة العشر ثوان الأولى من التقرير، و بالتالي أنت تغامر بفقدان انتباه المشاهد خلال بداية التقرير لأنه منشغل بالربط المنطقي بين المقدمة و بين التقرير، هذا إن واصل البقاء أمام الشاشة أصلاً.

ولأنها "تبرر" التقرير فيجب أن تحتوي على معلومة أساسية لها علاقة بالخبر. أي أنها تجيب عن السؤال الأول لدى أي مشاهد: "لماذا هذا الموضوع جدير بالاهتمام؟".

وباختصار يجب أن تحافظ المقدمة على عدد من المعايير:

- أن تكون إخبارية؛ أي تحتوي على معلومة تبرر الموضوع.

- أن تكون مبتكرة؛ أي أن تقدم المعلومة بصورة جديدة مختلفة عن الخبر العادي لأنها تمهد لتقرير من المفترض أن يقدم المزيد.

- أن ترتبط بالتقرير ، ولا سيما بالجزء الأول منه لكنها يجب أن تتجنب تكرار ما سيرد في

الجزء الأول (الخطأ الشائع في التليفزيونات العربية) .

-ألا يكتفي المشاهد بالاستماع إليها بمعنى ألا تغني عن التقرير.

-ألا تزيد مدتها على ٢٥ ثانية بأي حال. (يحتاج ذلك الأمر منك إلى الكثير من المهارة أثناء صياغة المقدمات) .

-أن تتضمن القليل من الغموض الإيجابي؛ بمعنى أن تثير فضول المشاهد للبقاء بأن تجعله يوقن بأن التقرير يحتوي على الكثير من الإجابات عن الأسئلة التي مازالت تدور في ذهنه.

-أن يتم تطويرها وإعادة صياغتها باستمرار إن كنت تعمل في قناة إخبارية تبتث على مدار الساعة. فليس هناك أسوأ من المقدمة المكررة حتى لو كتبت بعناية.

وربما تجدر الإشارة هنا إلى سبب آخر أساسي للتطوير هو تلاحق و تسارع الأخبار بحيث أصبح من الصعب بقاء المقدمة الإخبارية صالحة لمدة طويلة خاصة في حالة الموضوعات الخيرية الساخنة.

كيفية إعداد التقرير :

عندما سُئل الرئيس الأميركي الأسبق وودرو ويلسون عن المدة التي يحتاجها لإعداد خطابه، أجاب : "الأمر يعتمد على مدة الخطاب... إن كان عشر دقائق، أحتاج أسبوعاً. إن كان خمس عشرة دقيقة قد أحتاج ثلاثة أيام... وإن كان لنصف الساعة يتطلب الأمر يومين من الإعداد... أما إن كان الخطاب مدته ساعة، فأنا مستعد الآن..."

ربما قد يجد الرؤساء مشكلة حقيقة في التعبير عن أفكارهم في المدة المُفترضة للتقرير التلفزيوني، التي يجب ألا تزيد عن ٣ دقائق. و يعكس ذلك حقيقة أنه كلما احتاجت الفكرة للتوضيح في دقائق معدودة، كلما احتاجت لمزيد من الجهد لإعدادها بصورة مرضية، و بالطبع كلما ازدادت عملية الإعداد صعوبة و تعقيداً.

وهنا يكمن التحدي الذي تواجهه عملية إعداد التقرير التلفزيوني: كيف يمكنك أن تروي موضوعات معقدة لجمهور لا تعرفه و لا تراه، بصورة تجعله مندمجاً و منفجلاً معك في مدة قصيرة جداً لا تتعدى الدقائق الثلاث.

لكن لا تتشائم... فمكونات العمل التلفزيوني من صوت وصورة وكلمات، إضافة إلى الوجود الميداني في موقع الحدث؛ تقدم أدوات كافية إن أحسنت استغلالها لتحقيق تلك الغاية.

والتقرير التلفزيوني الجيد عليه الإجابة عن تساؤلات المشاهد التالية^(١):

ماذا حدث؟

ما التطورات الأخيرة لما حدث؟

ما القضايا التي يجب عليّ أن أفهمها للربط بين تلك التطورات؟

لماذا يُعتبر ما حدث مهماً؟

وما الذي يعنيني من كل ذلك؟

لكي تنجح في تقديم إجابات عن تلك الأسئلة عليك أولاً أن تلم بها، ثم عليك أن تتمكن من نقلها إلى المشاهد بطريقة جذابة و سهلة.

و فيما يلي يمكن إيجاز مواصفات التقرير التلفزيوني الجيد:

-وحدة الموضوع: بمعنى ألا يهدف التقرير إلى بحث أكثر من قضية. لا يمكن أن يتناول تقرير من رام الله تطورات الأزمة داخل الحكومة الفلسطينية و كذلك اتهامات الفساد التي يواجهها رئيس الوزراء الإسرائيلي. أحياناً يمكن للمرسل الجيد الربط بين موضوعين فقط إن كانت هناك علاقة عضوية و منطقية بينهما. لكن الاستخدام الشائع لجملة: "من جهة أخرى..."

^(١)<http://www.bbc.co.uk/academy/arabic/article/art20130702112133966>.

أو من ناحية أخرى... أو ميدانياً... أو على الصعيد الإسرائيلي؛ كلها محاولات من الصحافي لتبرير فشله في العثور على موضوع موحد.

-الجمل القصيرة تسمح لقارئ التقرير بالتقاط أنفاسه كل ٣ - ٥ ثواني، و هي المدة نفسها التي يحتاجها المشاهد لالتقاط أنفاسه. فالجمل الطويلة معقدة بطبيعتها، و يصعب مونتاجها، و تجعل المشاهد يلهث، كما أنه من الصعب قراءتها بشكل تلقائي.

-ما بين التقاط النفس و الآخر يجب أن تترك الصورة تتنفس. نعم؛ و صوت أنفاس الصورة هو الأصوات الطبيعية المصاحبة لها. لكن احذر من المبالغة في إبراز الأصوات المصاحبة من دون مبرر موضوعي.

-التقرير الجيد يجب أن يُقسم إلى أجزاء منطقية أو Sequences ؛ كل جزء تراوح مدته ما بين ١٥ إلى ٢٠ ثانية. و الجزء أو السياق أو ال Sequence هو إما موضوع واحد أو موقع جغرافي واحد، داخل المدينة نفسها، أو تمهيد لمقتطف صوتي، أو المقتطف الصوتي نفسه. و يساعد هذا التقسيم المشاهد على فهم السياق العام للقصة.

-السياق الزمني يجب أن يسير في اتجاه واحد: إما من الأحدث إلى الأقدم أو العكس، و لا يُفضل استخدام الاتجاهين في نفس التقرير.

-السياق المكاني يجب أن يسير في اتجاه واضح، أي إن بدأت من موقع ما و اتجهت إلى موقع آخر ربما يمكنك فقط العودة في نهاية التقرير إلى الموقع الأول، لكن بالتأكيد لا يمكنك التحرك أكثر من ذلك.

-المقتطفات الصوتية داخل التقرير يجب أن يتم التمهيد لأصحابها في النص بتعريف إلى أي اتجاه ينتمون، و في الصورة بأن نشاهدهم في أماكنهم الطبيعية يمارسون حياتهم اليومية و ذلك قبل أن يبدأوا بالحديث.

-استخدام الجرافيكس في التقرير لا يجب أن يعكس بشكل مفضوح نقص المادة الفيلمية بل يجب أن يكون في سياق توضيح معلومات و بيانات من الصعب توضيحها من دون استخدام الجرافيكس (كالأرقام، والإحصائيات، ونتائج استطلاعات الرأي، ونتائج الانتخابات، أو مسار الطائرة المخطوفة أو التي تحطمت) .

-استخدام الصور الأرشيفية يجب أن يكون في سياق واضح و مُعلن لا أن يخدع المشاهد و يجعله يخلط بينها و بين الصور الحديثة. و سياق الصور الأرشيفية يجب أن يكون في اتجاه واحد، أي أن تستخدمها في موقع واحد لا أن تستخدمها ثم تعود إلى صور اليوم ثم تعود مرة أخرى إلى الأرشيف. ينطبق ذلك على الصور الأرشيفية التي ترجع إلى سنوات مضت أو تلك التي تعود إلى الأسبوع الماضي.

-ظهور المراسل في التقرير إن كان ميدانياً يجب أن يكون مبرراً و أن يضيف الكثير إلى شعور المشاهد بروح الموضوع.

عناصر التقرير :

رواية القصة :

تمثل رواية القصة العنصر الأول من عناصر التقرير، وتشتمل على ما يلي:

-تحديد الموضوع :

قبل أن تبدأ توقف وأسأل نفسك بصراحة: ما الموضوع؟ ما القصة؟ فمن غير المنطقي اختيار أكثر من موضوع داخل التقرير الواحد. فتقرير عن الانفجارات التي شهدتها عدد من الكنائس في العراق في يوم واحد لا يمكن أن يتناول كذلك مشاورات بين زعماء القبائل للتمهيد للمؤتمر الوطني المتوقع. عليك أن تكون واضحاً و محدداً في اختيار الموضوع. بالطبع يجب التشاور مع رئيس العمل أو رئيس تحرير النشرة. لكن كن واثقاً من أنه بإمكانك إقناع المشاهد بالتقرير أكثر إن تناولت موضوعاً محدداً. بالطبع بإمكانك الربط بين عدد من العناصر الخبرية إن

حدثت مجموعة من الانفجارات في دولة ما لاتربطها أي علاقة، لكن موضوع التقرير في هذه الحالة لن يكون الانفجارات بل سيكون الوضع الأمني. في كل الأحوال عليك أن تسعى جاهداً لضمان وحدة مترابطة للموضوع كي يتسنى للمشاهد فهم ما يجري.

هناك أيضاً العناصر الخبرية التي يتضمنها الموضوع. فكل موضوع يتضمن عدداً كبيراً من العناصر الخبرية، و التي قد تتوافر لبعضها الصور و قد لا تتوافر للبعض الآخر. عليك أن تكون حاسماً في استبعاد العناصر الثانوية و تلك التي قد تزيد الموضوع تعقيداً. فمن السهل هنا استبعاد العناصر الخبرية و الفيلمية قبل الخوض في كتابة التقرير.

تعدد العناصر يشتت المشاهد و لا يزيد من قيمة التقرير على عكس ما يعتقد البعض. أسوأ التقارير هو ذلك الذي يحتاج إلى أن تشاهده مرتين لكي تفهمه بشكل كامل.

-البناء :

ويعني هيكل التقرير. إن تخيلت نفسك جالساً في غرفة تروي قصة لجمع من الحاضرين. بإمكانك في هذه الحالة ربما أن تتابع مدى استيعابهم لما تقول. وقد تعتمد في طريقة سرد ما تبقى من القصة على التغذية المرتدة التي توفرها لك ملاحظاتهم أو الأسئلة التي قد يوجهونها إليك.

في عالم الصحافة التلفزيونية لا يمكنك ذلك. عليك أن تجد طريقة منظمة لرواية القصة. البناء الأسهل للتقرير التلفزيوني قد يكون ذلك المعتمد على التسلسل الزمني. لكن الكثير من الموضوعات الخبرية معقد، و لا يمكنك الاستناد في رواية معظم تلك الموضوعات على التسلسل الزمني. من هنا عليك أن تربط بين كل مجموعة من أجزاء التقرير برابط منطقي. من السهل تقسيم التقرير إلى أجزاء مبنية على العناصر الخبرية و على المادة الفيلمية المتعلقة بها. قم بعد ذلك بمحاولة الربط المنطقي بين هذه الأجزاء بحيث تبدو و كأنها ممسكة بأيدي بعضها البعض.

يمكنك استخدام منطق اللغة و كلمات مثل: "من ثم... و بالتالي... غير أن... على الرغم من ذلك... بالقرب من هذا المكان... على بعد كيلومترات عدة من... على بعد ساعات من... من أجل ذلك... و هنا يكمن السبب وراء... بعد ساعات من... بعد مرور عام تقريباً على".
من ناحية الصورة، حاول أن تبدأ كل جزء بصورة ذات صلة بتلك التي اختتمت بها الجزء السابق.

-الترتيب الزمني :

عادة ما يُقال يجب أن تبدأ التقارير التلفزيونية بالصورة الحديثة أو بتلك الأكثر تأثيراً. لكن حقيقة الأمر ليست هذه أو تلك قاعدة ملزمة. ففي كثير من الأحيان قد تبدأ تقريرك بلقطات ليست الأحدث و لا الأكثر تأثيراً لكنها الأقرب إلى البناء المنطقي لموضوعك الذي أنت مقدم عليه. فالزمن خاص جداً بالتقرير. و التقرير الجيد هو الأقرب إلى الفيلم السينمائي الذي يختصر زمنياً مراحل معينة و يستطرد في مراحل أخرى. الهدف هو الحكمة الدرامية الإنسانية.

من المشكلات الشائعة عند بناء النص أن تتم إثارة فضول المشاهد في اتجاه معين من دون الإجابة على التساؤل اللاحق. فمثل المسلسلات الدرامية السيئة التي أحياناً ما تدفع بالمشاهد إلى أن يتساءل: "ثم ماذا جرى لفلان؟ لماذا لم يتمكن من العودة إلى بيته؟" أحياناً ما يرتكب التقرير التلفزيوني الخطأ نفسه، فيعرض معلومة ناقصة ضمن البناء الدرامي. عليك أن تعي ما الأسئلة المنطقية التي قد تدور في ذهن المشاهد و تستخدمها لزيادة جرعة التماسك الهيكلي عن طريق حسن اختيار موقع الإجابة عليها ضمن بناء التقرير. مثال تقرير "المتمردين التائبين" في دارفور: "ما موقف أهالي الضحايا؟ أين سيعيش التائبون؟ و ما الوظائف التي سيشتغلون بها؟".

كتابة النص:

كتابة النص هي أكثر عناصر التقرير قرباً من نفس الصحفي؛ لذلك عليك الحرص على التوازن بين طغيان ذلك الجانب النفسي و بين فقدانه.

-البداية :

ابذل الكثير من الوقت و الجهد في اختيار الجملة الاستهلاكية. لأن لها تأثيراً كبيراً على المشاهد، كما أنها تساعدك كثيراً على المضي قدماً فيما تبقى من النص. فبالنسبة إلى المشاهد تمثل الجملة الافتتاحية أول علاقة له بالتقرير، و من المهم أن تقنعه بأهمية الحدث و جدية الموضوع بشكل أقرب إلى اهتماماته. احرص في الجملة الافتتاحية على الجوانب الإنسانية و كذلك احرص على الربط بين الجملة الافتتاحية و المعنى الرئيس المطلوب من التقرير. بعض الصحافيين المهرة يتمكن من استخدام الجملة الافتتاحية لحل أزمة نقص الصور، و ليدخل مباشرة في صلب الموضوع.

-الجملة الأساسية :

و يقصد بها الجملة التي قد تثير مفاجأة في التقرير أو تشكل تحولاً في السياق. و تساعد هذه الجمل على إكمال البناء الهيكلي للتقرير و تمثل قمة الصعود الدرامي. كما أنها تعيد الانتباه لبعض المشاهد بينما تبقى عالقة في أذهان كثيرين آخرين. و في السينما يُشار إلى ذلك بالمشهد الرئيس أو the Master Scene ؛

-الجو العام :

الصحافي الجيد هو من يتمكن من نقل الجو العام إلى المشاهدين إلى الدرجة التي قد تجعلهم يتذوقون الطعم نفسه و يستنشقون الرائحة نفسها، بل و يشعرون بالرهبة نفسها.

تركيب التقرير :**-كلام الصورة :**

أبسط قواعد الكتابة للصورة هي: لا تلجأ مطلقاً إلى استخدام أي لقطة لملء الفراغ. لا تكتب كلمة واحدة من دون أن تتأكد من وجود الصور الملائمة. و هذا ما يعني أن تكتب فقط لما لديك من صور.

و تتطلب هذه العملية مشاهدة دقيقة لما يتوافر من لقطات/مشاهد، سواء عبر وكالات الأنباء أو عن طريق التصوير في الميدان أو عن طريق المصادر الخاصة. احرص على المشاهدة بتأن و أخذ التفاصيل كاملة مع مدة كل لقطة. تأمل الصور كمشاهد و تساءل عن الموضوع و عن السياق. حاول أن تقسمه فوراً إلى أجزاء منطقية. ثم قم بتخيل كيفية الربط بينها.

قم بعد ذلك بكتابة النص مستعيناً بالنقاط السابقة عن البناء الدرامي. استخدم أقصر الجمل و أكثرها إيقاعاً. انظر إلى اللقطات و اجعلها ملهماً للكلمات. استمع جيداً إلى الصوت المصاحب و إلى المقتطفات الصوتية. كلها عناصر تلهمك كيفية الربط بين الأجزاء و إيصال الرسالة بصورة متماسكة.

لا تتشدد في الاحتفاظ بالكلمات التي تكتبها إن اكتشفت أنها غير مناسبة. اكتب أقل بكثير من مدة الصور المتاحة (أقل من النصف). لا تلجأ أبداً إلى استخدام تصريحات أو مقتطف صوتي كصور لتغطية نص مكتوب.

-الصوت الطبيعي:

نحن لا نعيش في عالم صامت. الصوت الطبيعي المصاحب للصور يجعلها أقرب إلى الحياة الطبيعية. و يجعل من الأسهل على المشاهد أن يعايش الجو العام للتقرير. طبق قاعدة النص الأقل يعطي معانٍ أكبر.

-الارشيف :

عند اللجوء لصور الأرشيف تعامل معها بحرص. انتبه إلى ضرورة الإشارة إلى أنها صور أرشيفية. احرص على كتابة التاريخ إن كان له معنى معين. استخدم الصوت الطبيعي المصاحب لصور الأرشيف كلما أمكن، فستجده مفعماً بالحياة و بعبق الماضي. لاتعد إلى الصور الأرشيفية نفسها مرتين في التقرير نفسه.

-المقتطفات الصوتية :

احرص على التمهيد للمقتطفات الصوتية بالنص و بالصور . يمكنك بسهولة بناء نص جيد حول المقتطفات الصوتية عن طريق إكمال المعنى . يتطلب الأمر استماعاً جيداً للمقتطفات و تخيل طريقة مونتاجها مع النص . الجأ من حين إلى آخر إلى تركيب صور ذات علاقة فوق صورة المتحدث لكسر الملل .

-التنسيق :

تقريرك لن يخرج إلى المشاهد بلا سياق . فهو في نهاية الأمر جزء من نشرة إخبارية متكاملة . قم بالتنسيق مع زملائك، و تأكد من ترتيب التقرير في النشرة . احرص على معرفة الفقرات المرتبطة بتقريرك، و ربما الضيوف المخطط استضافتهم للتعليق عليه . كل ذلك قد يساعدك على رسم سياق التقرير بصورة مختلفة .

كن على اتصال دائم مع مشرف النشرة كلما قمت بتعديل في الخط العام للتقرير إضافة جرافيكس أو صور من الأرشيف .

تذكر أن العمل التلفزيوني ليس إلا نوع من أنواع الصحافة . و ينطبق عليه كل ما ينطبق على العمل الصحافي من معايير: الدقة، و الحياد، و الموضوعية . حاول ألا تهدر طاقتك في عمل تلفزيوني لا يدخل ضمن إطار هذه المعايير . و تذكر أن القيمة التي تدين بها إلى المشاهد أكبر و أهم بكثير من أي قيمة مادية أخرى .

معايير كتابة التقرير التلفزيوني :

١ - اعتمد الجمل البسيطة القصيرة : طبق قاعدة keep it simple & short ، أي، خير الكلام ما قل ودل .

٢ - اكتب كما تتحدث، واستخدم العبارات و الجمل المباشرة و البعيدة عن التعقيد، و تجنب الغموض أو المصطلحات الصعبة، و لا تستخدم الجمل الاعتراضية .

- ٣ - استخدم التضاد مثل: "الكل يعلم كيف بدأ لكن لا أحد يعلم كيف سينتهي..."، أو "عندما تغلق الأسواق أبوابها تُفتح أبواب أخرى غير بعيدة عن المكان..."
- ٤ - تجنب الغموض أو المصطلحات الصعبة.
- ٥ - استخدم: "أنت، و... نحن"، و كأنك تخاطب المشاهد، أو تتحدث كفرد من أفراد المجتمع.
- ٦ - استخدم الأرقام في أضيق نطاق و قربها للمشاهد، إن دعت الحاجة. استخدم ربع قرن مثلاً بدلاً من ٢٥ عاماً.
- ٧ - تذكر دائماً أنك تكتب للتلفزيون، و أنه وسيلة تتعامل مع الصور في المقام الأول.
- ٨ - استخدم بعض التفاصيل الصغيرة في الصورة لإضفاء الجانب الوجداني على النص. مثل أطفال يأكلون في الشارع، لوحة زيتية في معرض يزوره رئيس، يافطة في تظاهرة.
- ٩ - شاهد الصور قبل أن تبادر إلى كتابة النص، و أعد قائمة بالمشاهد الملتقطة، و ميز أقوى اللقطات و الصوت الطبيعي المصاحب للصور.
- ١٠ - بعد تعرفك إلى ما عندك من صور، أكتب تعليقك عليها بمقاطع لا يزيد كل منها عن ٢٠ ثانية، بحيث إذا قررت الاستغناء عن أي مقطع لا يؤثر ذلك على وحدة التقرير ، و هذا يعني كذلك أنك ستتمكن من استخدام الفواصل بين مقطع و آخر للتوقف لتلنقط أنفاسك أولاً، ثم تدع المشاهد يلتقط أنفاسه من رتبة التعليق ثانياً، و تدع الصور تتنفس، عبر إتاحة الفرصة للصوت الطبيعي المصاحب للصور للظهور بصورة مسموعة، ثالثاً.
- ١١ - احرص دائماً على البدء بتقريرك باستخدام الصوت الطبيعي المصاحب للصور، لمدة ٣ إلى ٥ ثوان، قبل أن تبدأ بالتعليق. و استخدم الصوت الطبيعي أيضاً لإكمال النص، مثل أن تقدم لمقتطف صوتي قصير جداً و تتركه لإكمال النص ثم تكمل بعده.
- ١٢ - حاول ألا تبدأ التقرير بصور من الأرشيف.

- ١٣ - يجب ألا يزيد طول التقرير الذي تكتبه عن طول الصور المتوافرة لديك. و الأفضل أن يكون النص أقل من نصف كمية الصور المتوافرة، أي كلما كنت مقتصدا في استخدام التعليق، و ترك الأمر للصور للتحدث عن نفسها و أن تجعلها ملهمة للكلمات، كان ذلك أفضل.
- ١٤ - تذكر دائما أن الصحفي التلفزيوني لديه فرصة واحدة لإيصال فكرته لجمهوره؛ فلا تفوتها بذكر ما لا طائل من ورائه و ما كان مبهما.
- ١٥ - لاتصف الصور، بل علق عليها، لأن المشاهد يرى ماذا يجري على الشاشة. تجنب مثلا عبارة "و ارتفعت أعمدة الدخان من موقع الهجوم"، مرافقة لصورة الدخان و هو يرتفع.
- ١٦ - حاول الالتزام بمدة التقرير المقترحة من مدير تحرير النشرة، حتى يمكن الحفاظ على وقت النشرة و نقادي التجاوز على موادها الأخرى. و التقرير الإخباري المكتوب بمهنية هو الذي لا يزيد طوله عن دقيقتين إلى دقيقتين و نصف الدقيقة، مع استخدام المقتطفات الصوتية.
- ١٧ - تجنب التقديم للمقتطف الصوتي بذكر اسم صاحبه و منصبه أو طبيعة عمله، لأن التعريف به سيظهر على شكل كاشن.
- ١٨ - يجب ألا يتجاوز طول المقتطف الصوتي ٢٠ ثانية، و عدد المقتطفات في التقرير الواحد ٣، كلما كان ذلك ممكنا.
- ١٩ - انتبه عند استخدام الجرافكس إلى أنه وسيلة إيضاح، و ليس لسد النقص في الصور.
- ٢٠ - يجب أن تكون هناك مساحة شاسعة بين الحقائق و الآراء، أي لا تقدم الرأي على أنه حقيقة. فإن المقابلات كفيلة بأن توفر الأرضية للتعليق و الرأي.
- ٢١ - في مراحل الكتابة و تركيب الصور في التقرير، استحضر المشاهد و كن مكانه، و أجب عن السؤال: ما الذي يشاهده المتلقي الآن؟
- ٢٢ - بعد الانتهاء من كتابة النص، اقرأه بصوت مرتفع، وصولا إلى:

- التأكد من استخدام اللغة السليمة الخالية من الأخطاء و اللحن و المفردات ذات الحمولات أو الإيحاءات، و كذلك تجنب نسب الصفات و الأدوار من دون مبرر موضوعي لتحافظ على الحياد.

- التأكد من أنك التزمت معايير العمل الصحافي الرشيد: الدقة، و الموضوعية، و الإنصاف و التوازن و الشفافية، و الحياد.

ثانياً : التقرير التلفزيوني الميداني :

يعد العمل الصحافي التلفزيوني الميداني من أكثر مجالات العمل الصحافي تعقيداً وخطورة من الناحيتين التحريرية و الجسدية. كما أنه يتطلب مهارة عالية و قدراً كبيراً من الحس المرهف و سرعة البديهة و حسن التصرف. فالخطأ في العمل الميداني قد لا يؤدي فقط إلى فقدان التقرير بل قد يؤدي أحياناً إلى فقدان المراسل نفسه.

غير أنه من الصعب اعتبار كل المراسلين الميدانيين العرب صحافيين تلفزيونيين. الكثير منهم صحافيون نعم... لكن قلة هي التي تتمكن من تقديم صحافة تلفزيونية بالمعنى الحقيقي.

والتقرير التلفزيوني الميداني يختلف عن التقرير التلفزيوني عموماً في ثلاثة أمور رئيسية:

أنت المسؤول الأول والأخير عن المادة المعلوماتية، كما أنك كذلك المسؤول الأول والأخير عن المادة الفيلمية، ثم إنك تظهر في التقرير بنفسك، مما يتطلب تمكناً من مهارة حوار الكاميرا.

فيما عدا ذلك، فإن التقرير التلفزيوني الميداني تنطبق عليه المعايير ذاتها المتعلقة بـ التقرير التلفزيوني؛ مثل: وحدة الموضوع، ووضوح اللغة، وقصر الجمل، وتقسيم التقرير إلى أجزاء منطقية مترابطة، و غيرها.

وفيما يلي استعراض متكامل للعناصر الرئيسية التي يجب تحققها عند إعداد التقرير الميداني.

إعداد المادة المعلوماتية:

تعد المادة المعلوماتية الدقيقة و المتكاملة القاعدة الأساسية التي يمكن بناء التقرير الميداني عليها؛ و تتضمن تلك القاعدة عدداً من الخطوات على النحو التالي:

-إجراء البحث العلمي:

لاشك أن أهم خطوات العمل الصحافي هي إجراء البحث العلمي اللازم لضمان الإلمام بشتى جوانب الموضوع و وجهات النظر المختلفة تجاهه. في بداية العمل الميداني لا تملك عادة من المصادر المعلوماتية الموثقة إلا الفكرة، عليك افتراض جهلك التام بالموضوع، أي لا تبدأ بأي افتراضات مسبقة أو صور نمطية.

لا تتردد في استشارة من لهم باع أطول في موضوع التقرير (صديق طبيب إن كان الموضوع طبياً، أو محام إن كنت مقدماً على موضوع له علاقة بالقضاء، أو حتى زميل أقدم في المهنة تثق به .

لكن عليك التعامل مع أي مشورة على أنها خطأ يحتمل الصواب. استخدم المعلومات الأولية كي تنير لك طريق البحث عن مزيد من المعلومات.

اسأل عن مواقع الإنترنت ذات الصلة. زر مكاتب عامة أو متخصصة. تعامل مع الأرشيف الصحافي المتاح عن الموضوع.

وعليك أن تنمي مهاراتك البحثية (التحريرية و الفنية) بقدر الإمكان، و هو الأمر الذي سيتحقق من خلال قيامك بعمليات البحث الجادة و الصادقة مع كل تقرير جديد.

-البناء الأولي للتقرير:

بعد الإلمام بالمعلومات الأساسية يصبح بإمكانك البدء ببناء أولي للتقرير . بمعنى أنه يمكنك الآن تصور الأماكن المحتملة للتصوير و الضيوف المحتملين. و بالتالي يمكنك إعداد بناء

أولي غير مترابط أو مرتب، لكنه على الأقل يتضمن عناصر كثيرة محتملة سيتم استبعاد بعضها لاحقاً. غير أن هذه الخطوة تساعدك كثيراً في المضي بثقة نحو الخطوات اللاحقة.

-إجراء الاتصالات بالمعنيين بالأمر:

والمقصود بالمعنيين هنا الأطراف التي لها رأي في التقرير. فإن كنت مقدماً على إعداد تحقيق مصور عن المستوى المتدني للخدمات الصحية لمستشفى ما، فإن إدارة المستشفى أو مديره العام هو أحد المعنيين بالأمر. عليك الاتصال به لتحديد موعد لمقابلته أو للتصوير، مع التوضيح أنك ستمنحه فرصة مكافئة للفرصة الممنوحة للرأي الآخر.

و عليك كذلك الاتصال بمن يمثل رأي المنتقدين لمستوى المستشفى، و بالطبع عليك الاتصال بجهة محايدة (طبيب مستقل). كما يمكنك الاتصال بالنائب البرلماني عن الدائرة الانتخابية التي يتبعها المستشفى. و من المعنيين هنا أيضاً الجهات الرسمية الأخرى التي قد يتطلب التصوير أو حتى الحركة في الميدان الحصول على موافقتها.

-إعادة بناء خط التقرير:

عادة ما يتعذر الحصول على الموافقة بالتصوير في مكان ما أو مع أحد المعنيين. و من الطبيعي إذن أن تعيد بناء الخط العام للتقرير، إما باستبعاد هذا العنصر، أو بمحاولة العثور على بديل. و مرحلة إعادة بناء الخط العام للتقرير تساعدك بشكل كبير على تحديد الأماكن شبه النهائية للتصوير و التوقيت الأنسب و الضيوف شبه المؤكدين.

-التجهيز اللوجستي:

تعتبر هذه المرحلة من أكثر مراحل العمل الميداني حساسية و أهمية، و يؤدي الفشل فيها إلى تفكك بناء التقرير. فبعد أن ترسم البناء شبه النهائي للتقرير، و تتخيل الأماكن المطلوب التصوير فيها، و الضيوف المحتملين؛ عليك معرفة كيفية الوصول إلى تلك الأماكن. و أن

تؤمن التصاريح اللازمة للحركة و التصوير، و أن تحدد الموازنة المالية اللازمة، و أعضاء الفريق الفني المصاحب.

كما يجب أن تحدد المعدات الفنية المطلوبة، و مدة التصوير و المقابلات، مع مراعاة تناسب تلك المدة مع الموازنة المقترحة.

عليك أنت كصحافي و مراسل التأكد من هذه التجهيزات جميعها، حتى لو كانت هناك جهة مساندة تقوم بها نيابة عنك.

-بلورة الهدف من التقرير:

مع وصولك إلى هذه المرحلة عليك الاسترخاء و التخفف من أعباء التحضيرات و مشكلات الاتصالات، ثم اسأل نفسك: ماذا أريد من التقرير؟ هل لازالت الأهداف الأصلية صالحة؟ هل يمكن تحقيقها؟ اكتب ملاحظاتك و انطباعاتك فستفيدك لاحقاً.

إعداد المادة الفيلمية :

-زيارة الموقع :

حاول ألا تتوجه إلى موقع التصوير مع الكاميرا من المرة الأولى. إن كنت تريد إحكام السيطرة على عملية التصوير فنياً و تحريرياً، عليك بتفقد الأماكن كلها إن أمكن.

حاول ألا تلفت الانتباه إليك كصحافي أثناء تلك الزيارة، فهكذا فقط يمكنك اكتشاف الكثير؛ لأنك سترى بعين المشاهد الإنسان لا بعين الصحافي. كما أنه سيتم التعامل معك كمواطن و ليس كصحافي.

سجّل ملاحظاتك و انطباعاتك و لو عن طريق جهاز تسجيل صغير؛ فالانطباعات لن تبقى إن لم تسجلها فوراً.

قد يصادفك موقف أو شخص خلال تلك الزيارة يقلب لك الأمور رأساً على عقب. و قد تفاجأ بأن الإجراءات المطلوبة للدخول و الحركة أكثر تعقيداً.

قد تكتشف مواعيد أخرى أكثر مناسبة للعمل. و قد تتعرف على طرق و وسائل آمنة للتحرك إن كنت مقدماً على تصوير موضوع يتضمن درجة من درجات الخطر.

اجتهد ما استطعت لإتمام هذه الزيارة في وقت وظرف أقرب ما يكونان للوقت و الظرف اللذين ستقوم فيهما بالتصوير.

تأكد من أن زيارة تفصيلية لمواقع التصوير تجعل من مهمة التصوير أسهل و أكثر صدقية و قرباً من الواقع.

-التمهيد مع المتحدثين في التقرير:

كما قمت بزيارة الموقع، قم بزيارة أماكن وجود و عمل المتحدثين الرئيسيين في التقرير. فبهذا فقط ستتمكن من كشف الكثير من تفاصيل شخصياتهم و حقيقة توجهاتهم.

لن يمكنك إتمام هذه الزيارة من دون أخذ مواعيد مسبقة، لكن تعامل كصحافي (بفضول وشك) مع كل ما تلمحه خلال تلك الزيارة؛ مثل: المكان، الناس، الزائرين، الأوراق الملقاة أمام المكتب، طريقة الترحيب بك، الصور المعلقة على الجدران، الجوائز و الأوسمة المعروضة في الخزانة الزجاجية، و غيرها.

لا تفصح عن بناء التقرير، و لا توضح للضيف طبيعة الأسئلة التي ستوجهها يوم التصوير. اکتف بالخطوط العريضة، و لا تتردد في إجراء حوار خارج موضوع التقرير لكن بحذر. اسأل من قد تجده مستعداً للحوار في قاعة الانتظار أسئلة عامة. حاول قدر الإمكان أن تخرج بانطباعات حقيقية عن مكان عمل الضيف، و طبيعة شخصيته، ثم قارن ذلك بما لديك من معلومات... هنا فقط سيمكنك صياغة ما قد توجهه إليه من أسئلة.

-الاجتماع بالفريق الفني:

اكتملت الصورة و صارت واضحة في ذهنك وحدك. لذلك من المهم الاجتماع بالفريق الفني (حتى لو كان مصوراً واحداً فقط، و حتى لو كنت قد عملت معه من قبل .

مهمة هذا الاجتماع توضيح الهدف من التقرير و البناء الفني الذي تتخيله. اطرح رأيك على أنه اقتراح، و استمع إلى رأي الفريق الفني بصبر.

عادة ما ينتهي الاجتماع بخطة عمل تقترب من بنائك الفني للتقرير، لكنك ستضمن تعاوناً كبيراً بين أعضاء الفريق و إدراكاً لما قد يواجهك من مشكلات فنية.

كما أنك ستضمن أن يتزود الفريق الفني بالمعدات المطلوبة: عدد كاف من الأشرطة والبطاريات، حامل الكاميرا، إضاءة، أنواع المايكروفونات المطلوبة (من لاسلكية أو تلك الخاصة بالمقابلات)، عواكس ضوء، وغيرها.

-رسم خطة التصوير أو: Story Board-

تذكر مرحلة الاسترخاء لبلورة الهدف من التقرير. و استرجع ما كتبت، و قم بالممارسة نفسها مرة أخرى، لكن مع أعمال الخيال في كيف ستكون القصة في شكلها النهائي. ارسم على ورق أبيض لقطات متخيلة تريد تصويرها. رتب أولويات التصوير؛ فهناك لقطات حتمية يجب ألا تخرج من الموقع من دونها، و هناك لقطات اختيارية ستفيد، و هناك لقطات احتياطية قد تفيد.

قم بصياغة الأسئلة التي ستوجهها للضيوف إن كنت قمت بزيارتهم، لكن إن لم تكن قد فعلت ذلك فيمكنك وضع الخطوط العريضة للمقابلة.

تخيل موقع لقطة حوار الكاميرا. تخيل نفسك، و حاول أن تضع الخطوط العريضة للجملة التي ستقولها. اجعل هذا النشاط الذهني آخر ما تقوم به في الساعات التي تسبق التصوير.

-التصوير والتأكد من صلاحية اللقطات:

إجراءات قبل التصوير: قبل التوجه إلى موقع التصوير تأكد من أنك تحمل التالي: خطة العمل التي اتفقت مع فريق التصوير عليها، و خطة التصوير التي أعدتها أخيراً، و جدول مواعيد الزيارات، و بطاقة هوية، و التصاريح الخاصة بالتصوير، و أجندة الهاتف (فقد يحدث شيء غير متوقع، و تضطر إلى تغيير المواعيد)، و مبلغاً من المال يزيد قليلاً عن المعتاد.

إجراءات التصوير: حاول أن تلتقي فريق التصوير بعيداً عن الموقع إن كان ذلك ممكناً، فليس جيداً أن يسبقك المصور (لا تضمن ماذا قد يفعل). و قد تهتز صورتك أمام من في الموقع إن وصلت أنت قبل الفريق الفني.

وصولكم سوياً يظهر كقائد للفريق، و يضمن حسن التنظيم. (توجه قبل الفريق إن تعذر لقاؤكم بعيداً عن الموقع). حاول قدر الإمكان الالتزام بالجدول الزمني للتصوير، فالعمل الميداني يستهلك الوقت بلا حساب.

تأكد من صلاحية اللقطات الأولى للتأكد من قدرة المصور على تنفيذ ما تريد. لكن حاول ألا تجعله يشعر أن ذلك هو الهدف، يمكنك أن تتعلل بأن تلك اللقطة مهمة، و أنك تريد أن تراها بنفسك لتتخيل طريقة العمل.

تذكر أن تتعامل بتواضع شديد مع المصور و الفريق الفني، امنحهم وقتاً كافياً لتجهيز المعدات. تعامل معهم برفق ان شعرت بأي تقصير أو تكاسل؛ فهم صمّام أمان نجاحك في الميدان، و كثيرة هي المواقف التي أنقذ الفريق الفني فيها المراسل من أخطاء فادحة أو تقصير شديد.

اللقطات: نشاط الكاميرا في الموقع جزء لا يتجزأ من العمل الصحافي؛ فالكاميرا مسؤوليتك أنت أكثر من كونها مسؤولية المصور.

قد يكون المصور مسؤولاً عن طريقة تنفيذ ما تريد، لكنك أنت الذي يجب أن تحدد ماذا تريد. هنا يأتي دور استذكار ما يتعلق بالأجزاء المنطقية أو ال Sequences. تأكد من أنك قادر على الحصول على Sequence لكل منطقة أو نشاط في موقع التصوير.

احصل على أكبر قدر ممكن من لقطات البشر... الناس العاديون و هم يقومون بممارسة حياتهم الطبيعية. فالعمل التلفزيوني هو فن نقل حياة الناس إلى الناس. حاول إضافة لمسة شخصية إنسانية على عملك؛ بالتركيز على أفراد بعينهم أكثر من مجرد النقاط مجموعات من الناس غير واضح المعالم. فالمشاهد يتضامن أكثر مع من يمكنه التعرف إلى ملامحه، و ربما اسمه و تفاصيل حياته.

الأسر تقدم نموذجاً جيداً لتجسيد القصة كاملة في شكل مبسط. إن تمكنت من التعامل مع أسرة ذات صلة بموضوع التقرير (أسرة تقول إن أحد أطفالها يعاني من سوء العلاج الذي تقدمه المستشفى)، فقد تخرج بـ Sequence رائع يدعم بناء التقرير.

يتطلب إعداد الـ Sequence ذكاءً و سرعة بديهة منك و من المصور. إذ عليكما ملاحظة المظاهر الطبيعية للموقع الذي تعملان فيه؛ كيف تسير الحياة؟ انظر بعين المشاهد؛ و تساءل: ماذا يريد أن يرى؟ و ماذا يجب أن يرى حتى يخرج التقرير متوازناً، دقيقاً، و موضوعياً، و جذاباً في آن واحد.

عليك الإبداع في تخيل لقطاتك، ثم التقاطها وفق المنطق الذي بنيته في ذهنك.

لتعرف المزيد عن كيفية تخيل الـ Sequence، و بنائه، يمكنك متابعة التقارير الإنسانية على الـ BBC World، و بعين ناقدة فاحصة فقط ستنتمن من النقاط المزيد من المهارات.

من النصائح الجيدة عند التصوير الإكثار من اللقطات القريبة و القريبة جداً أو ما تسمى بالـ Close-ups. لماذا؟ لأن المشاهد يشعر بأنه اندمج مع القصة كلما اقتربت الكاميرا من التفاصيل.

فلقطة قريبة جداً من عين الطبيب و هو ينظر في فم المريض تعطيك انطباعاً أنك دخلت بالفعل إلى غرفة الفحص. و لقطة قريبة جداً من يد الجزار و هو يقطع اللحم بالسكين مع الصوت المصاحب لها ستعطيك الشعور بالحضور داخل المشهد. و لقطة قريبة من قفل مغلق على باب أحد المحال ستنتقل على الفور معنى الإضراب أو الإغلاق. و لقطة قريبة من عين

طفل يبكي تكفي لنقل المأساة. أما لقطة قريبة من أصابع جندي و هي على الزناد، فستجعل التوتر يسري في قلب المشاهدين.

يتطلب إعداد اللقطات بشكل جيد صبراً و جلدأ منك و من المصور، لكن تأكد أنك ستكتشف عند عملية المونتاج حاجتك لمزيد من اللقطات.

حركة الكاميرا :عملية بناء التقرير فنياً لن تتحقق فقط بمجموعة جيدة من اللقطات (واسعة و متوسطة و قريبة و قريبة جداً)، إنما تحتاج كذلك إلى حركة متنوعة للكاميرا.

أنواع حركة الكاميرا هي :تحرك أفقي يمينا أو يسارا Pan right or Pan left ، أو تحرك رأسي من أعلى إلى أسفل أو العكس Tilt up or Tilt down ، أو تحرك من الأوسع إلى الأضيق أو العكس. Zoom in or Zoom out.

كما يمكن للمصور المحترف المزج بين حركتين في آن واحد؛ كأن يحرك الكاميرا إلى اليمين مع توسيع اللقطة في الوقت نفسه. Pan right with Zoom out.

وتتوقف سرعة الحركة و مدى اتساعها على طبيعة الموقع و الموضوع. فالموضوعات الإنسانية أبطأ إيقاعاً و تحتمل حركة أقل و أبطأ. و التظاهرات مثلاً تتطلب الحركة السريعة من أجل اللحاق بتفصيلات ما يجري.

وظيفة حركة الكاميرا هي أن تتجول بالمشاهد بين أركان مواقع التصوير. فاللقطات الجيدة لا تكفي لإعطاء المشاهد الشعور بأنه في المكان، لذلك يجب المزج الجيد أثناء عملية المونتاج بين اللقطات بأنواعها و بين تحركات الكاميرا، و بالتالي عليك أن تتأكد أثناء التصوير من أن لديك ما يكفي من لقطات و تحركات للكاميرا مما يجعل لديك في النهاية مجموعة من ال Sequences الجيدة و المترابطة.

-إجراء المقابلات المطلوبة للتقرير:

عليك توزيع وقتك و جهتك بشكل واع بين التصوير و بين إجراء المقابلات المطلوبة للتقرير. إن كانت المقابلات مع أشخاص عاديين أو ما نسميهم Vox Pops ، تأكد من أنهم جميعاً على وعي بموضوع التقرير، و أن السؤال الذي وُجه إليهم واضح و محدداً بحيث تحصل على إجابات يمكنك المقارنة بينها.

أطول لقاء من هذا النوع لا يجب أن يزيد عن ١٠ ثوان. عادة ما يتم اللجوء إلى هذه النوعية من اللقاءات لاستطلاع الرأي حول قضية خلافية، أو لإظهار رأي شهود العيان في حادث ما. تأكد من انطباق المعايير على من تلتقي بهم، و اذكر أنك لن تتمكن من تمثيل الرأي العام كله خلال تصوير مدته نصف الساعة. ارجع إلى معلوماتك التي جمعتها، و حاول معرفة كيفية عرض الرأي الآخر إن تصادف و أجمع من التقيت بهم على وجهة نظر واحدة دون وجود لوجهة النظر الأخرى... اجتهد لتمثيل الرأي الآخر.

توفر لك اللقاءات الأكثر تنظيماً فرصة عرض الآراء المختلفة الجديرة بالإبراز لاعتبارات موضوعية. و يسهل الوصول إلى ذلك عبر الإعداد المسبق الجيد. إذ يجب عليك الحصول على وجهات النظر المختلفة في أكثر من لقاء (يحتمل التقرير الإخباري ما بين ٢ إلى ٣ لقاءات على الأكثر). و تذكر أن اللقاء من هذا النوع لن يشغل أكثر من ٣٠ ثانية بأكثر تقدير، فلا تستهلك الكثير من الوقت. أوضح للضيف مسألة المدة المثالية للإجابة عن كل سؤال لعله يساعدك بالالتزام قدر المستطاع.

قم باختيار موقع المقابلة بما يتناسب مع طبيعة التقرير و وظيفة الضيف (سجل اللقاء مع الطيب بملابسه و بالقرب من أحد الأسرة، أفضل من أن تسجله في مكتبه و من دون المعطف الأبيض).

قم بعد ذلك بتصوير ما يسمى Set Up shots ، و هو تمهيد للمقابلة عن طريق تسجيل للسير الطبيعي غير المفتعل لنشاط الضيف (تقليب كتب، كشف على المرضى، سير في الممرات، حديث هاتفي...).

حاول العثور في موقع تسجيل المقابلة على الخلفية المناسبة، التي تزيد من صدقية المقابلة. اعثر كذلك على ما قد يصلح (Cut Away علم، صورة، أجهزة إن كنت في معمل...).

الموقع الطبيعي للكاميرا هو أن تلتقط الضيف من أعلى كتفك و هو ينظر إليك. لا يجب أبداً أن ينظر الضيف إلى الكاميرا؛ فعليه أن ينظر إلى المراسل. في حال غياب المراسل أحياناً يقوم المصور بتسجيل لقاءات سريعة، و عليه توجيه الضيف لينظر إلى اتجاه وهمي أو المكان المفترض وقوف المراسل أو جلوسه فيه.

لا تفترض أبداً أنك تقل شأنًا عن الضيف حتى لو كان وزيراً أو رئيساً. تذكر أنه عندما يبدأ التسجيل فأنت الذي تسأل و أنت الذي تدير الحوار نيابة عن الرأي العام و المشاهدين، فإذن أنت ند لكل ضيوفك المحتملين. تستطيع الاعتذار لاحقاً عن طريقة الأسئلة متعللاً بطبيعة العمل الصحافي، و ربما مضيفاً كلمة مجاملة "لأنك قدها وقود... أو لأنني أعلم أنك لا تخشى أي أسئلة...". لكن انتبه كذلك من الوقوع في فخ التعالي على بعض الضيوف.

تأكد من صلاحية الشريط قبل مغادرة المكان. و احرص على الحصول على لقطة واحدة على الأقل تجمعك بالضيف؛ خاصة إن كان اللقاء حساساً فربما تحتاج إلى استخدامها ك Cut Away.

لقطة حوار الكاميرا: (Stand Upper) Piece To Camera

لا توجد حتى الآن ترجمة عربية متفق عليها لمصطلح Piece To Camera ، و ستتم تسميتها هنا "لقطة حوار الكاميرا" اجتهاداً.

في لقطة حوار الكامير يخاطب المراسل المشاهدين؛ أو يواجههم للمرة الأولى في التقرير؛ يتحدث إليهم عبر حديثه إلى الكاميرا.

فالمراسل عندما ينظر إلى عدسة الكاميرا و ينطق، إنما هو يحاور آلاف و ربما ملايين المشاهدين. لذلك فهذه المرحلة ربما ترفع مستوى التقرير، و ربما تهبط به إلى أدنى الدرجات.

-وظيفتها:

تعطي التقرير بعداً إنسانياً. فها أنت تخاطب المشاهدين بنفسك من موقع الحدث؛ مما يسمح لك بأن تحلل قليلاً، و تضع خلاصة ما تشاهد في جملة تربط بها بين العناصر و تحولها إلى معان.

كما أنها تسمح أحياناً بسرد معلومات ليس بالإمكان العثور على صور لها (داخل هذه الحفرة قضى صدام حسين أيامه الأخيرة...); فبال تأكيد لا يمكنك تصوير صدام في الحفرة.

و تضيف لقطة حوار الكاميرا عليك (و بالتالي على النص و الصور و التقرير كله) صدقية كبيرة، لأنك أنت من يتكلم، و أنت من يقف وسط ركام المبنى، أو بالقرب من موقع المؤتمر، أو أمام الجنازة و هي تمر؛ الأمر الذي يعزز صدقية ما تقول.

و هي كذلك تنقل المشاهد إلى موقع الميدان؛ ممثلاً في المراسل؛ الذي من المفترض أن يعكس و يجسد فضول المشاهدين، و يجيب عن أسئلتهم. و هي في النهاية تخلق لكل قناة أسرة من المراسلين المعروفين صوتاً و صورة، و بالتالي تخلق جواً ودياً و علاقةً أسرية بين القناة (مجسدة في مذييعها و مراسليها) و المشاهدين.

-موقعها:

بناء التقرير هو الذي يحدد موقع هذه اللقطة. جرى العرف على وضعها في نهاية التقرير. لكن الاتجاه الحديث في صحافة التلفزيون يوظفها كرابط بين عناصر التقرير الزمنية أو المكانية أو الموضوعية؛ و بالتالي يفضل كثيرون أن تأخذ مكانها في منتصف التقرير. و يسميها البعض في هذه الحالة Bridge أو جسر، ربما لأنها تربط بين أجزاء التقرير كالجسر.

-أهميتها:

تتبع أهمية لقطة حوار الكاميرا من أنها توفر للمراسل فرصة تكثيف الانطباع بأهمية الحدث، خاصة إذا كان ساخناً غير عادي، أو معقداً يحتاج إلى توضيح. و تبرز أهميتها أيضاً كلما

كان الحدث إنسانياً يتطلب نقلاً للأحاسيس، و كلما كان الموقع بعيداً نائياً من الصعب الوصول إليه و عليك إثبات أنك بالفعل توجهت إلى هناك.

وكلما تمكنت من انتهاز فرصة؛ مثل مرور جنازة، أو رفع جثمان الضحايا، أو أي شيء يجعلك في موقع يسمح للمشاهد برؤية ما يدور خلفك، فإن لقطة حوار الكاميرا تكون في أوج أهميتها.

-مكان تصويرها:

أسوأ أنواع الـ Piece To Camera هي تلك التي يتم تنفيذها من أمام مبنى غير معروف، أو وسط شارع مزدحم في إحدى المدن، و الأشد سوءاً... تحت ظل شجرة.

فإن كنت تريد لها أن تحقق وظيفة نقل المشاهد إلى الميدان، يجب أن يراك المشاهد و أنت في موقع له صلة رئيسة بالحدث.

لا تهتم بنص ما تقول بقدر ما تهتم بما يراه المشاهد وراءك. و لكن احذر من أن تكون الخلفية جذابة لدرجة صرف انتباه المشاهد عما تقول.

-طريقة الأداء:

حوارية: أي تنتهج طريقة الحوار و ليس التوجيه أو الأسلوب الخطابي.

تلقائية و طبيعية و ملائمة: بملابس لها علاقة بما يجري (في مجاعة أو ميدان قتال من غير المنطقي أن تظهر أنيقاً ترتدي بدلة و ربطة عنق. و في زيارة رسمية لرئيس أو مؤتمر قمة من غير المنطقي أن تظهر بقميص و سروال).

متحركة: يمكن ألا تتحرك، لكن من الأفضل في هذه الحالة أن تتحرك الكاميرا إليك.

يمكنك أن تشرح خلالها مسألة معقدة؛ كأن تمسك بآلة أو ألبوم صور؛ و هنا يجب على المصور أن يدرك متى يتحرك Zoom in إلى ما تمسك، ثم متى يعود إليك لتنتهي الكلام.

يمكنك أن تشير خلالها إلى موقع خلفك، أو حدث يجري، لكن احرص على الصدق، و على ألا تبدو مبالغاً في قريك مما يجري.

يمكنك أن تؤديها و أنت تفعل شيئاً ما؛ مثل قيادة سيارة، أو استخدام آلة، أو أكل الطعام، لكن احرص على ألا تبدو مفتعلاً. كما أن هذا النوع من الـ Piece to Camera معقد يحتاج إلى مصور ماهر، و فكرة مبدعة، و وقت طويل لإنجازه.

-المحتوى:

يجب أن يكون محتوى لقطة حوار الكاميرا بسيطاً؛ أي جمل قصيرة حوارية تتضمن وصفا لما يجري؛ شرح أمر معقد، أو خلاصة، أو تحليلاً، أو نقلاً لمشاعر من الميدان.

و أخيراً احرص على ما يلي:

أن تشاهد الـ Piece To Camera قبل مغادرة الموقع.

أن تنفذ أكثر من واحدة بأشكال مختلفة، خاصة لو كانت فكرتها غريبة.

اعلم أن المشاهد سيتذكرها إن كانت جيدة أو كانت سيئة.

الفصل الثالث

الكتابة للإعلام التفاعلي⁽¹⁾

ظهر الإعلام التفاعلي نتيجة للتقارب التكنولوجي الذي هو عبارة عن التقاء تكنولوجيات مختلفة معا لتكونا شيئاً جديداً ومختلفاً يحمل صفات كل منهما علي حدة إلا انه يكون منفرداً تماماً في صفاته مثل التقاء تكنولوجيات المعلوماتية والوسائط المتعددة .

والتكنولوجيا التفاعلية هي تكنولوجيا تنفذ ما يطلب منها في أي وقت فهي متجاوبة مع احتياجاتنا وجداول توقيتنا الشخصي .

وفي عصر التقارب التكنولوجي ظلت الكتابة الجيدة هي حجر الزاوية لكل وسائل الإعلام وقد انتهى عهد الكتابة لوسيلة واحدة ومعه انتهت أساليب الكتابة التقليدية التي كانت سائدة في عصر الصحافة التقليدية .

ويجب ان يقدم للجماهير المضمون والمعلومات التي يرغبونها في اي قالب يطلبونه (مطبوع - مسموع - مصور) .

وغيرت التكنولوجيا أساسيات قوالب الأخبار انطلاقاً من تغير وسائل وطرق تقديم الخبر للجمهور .

والعنصر الرئيس في القصة الإخبارية تظل كما هي مهما اختلفت الوسائل المنقولة عبرها وهناك بعض القواعد العامة التي تساعد علي استخدام بعض القوالب المتعكسة ومنها :

(1) أحمد خليل حامد ، ورقة بعنوان " كتابة التقارير الإخبارية " ، قدمت في ندوة التحرير الإخباري للصحافيين بوكالة السودان للأنباء ، الفترة ١٦ - ١٧ أغسطس ٢٠١١ م .

* **الحالية** : هي النقطة الرئيسية التي يجب التركيز عليها عند كتابة قصة إخبارية للإذاعة أو للمواقع الإلكترونية ما الذي يحدث الآن ؟ وما هي آخر التطورات ؟ وتوقعات ما يمكن أن يحدث لاحقاً .

ولأن عصر السبق الصحفي قد انتهى الي غير رجعة فيجب الكتابة بصيغة الماضي ليتم بثها في العدد القادم من الصحيفة الإلكترونية .

* **الأسلوب الحوارى** : استخدام جمل بسيطة بطريقة حوارية كما تتكلم هي الطريقة المفضلة في قصص الإذاعة والمواقع الإلكترونية . أما بالنسبة للوسائل المطبوعة فإن القارئ يستطيع استقبال أكبر قدر من المعلومات عليه فإن طول الجمل أو كثرة التفاصيل أمر لا يسبب مشكلة .

وفي حالة الكتابة للإذاعة تذكر : أنك تكتب للعين والأذن والكتابة للعين تعني أن تخطط لقصتك حتي تتكون من صور بالكلمات وبالصوت ومتوسط طول القصة الإخبارية التلفزيونية حوالي ٩٠ ثانية لذا يجب استخدام جمل قصيرة ومتوسطة - استخدم أسلوباً حوارياً .

* **الأثر** : إذا كان بإمكانك أن تسيطر علي المشاهدين عن طريق التأثير عليهم فافعل ذلك وهو أمر غير ممكن في الأحوال كلها لذا عليك القيام بشرح تأثير الحدث عليهم وضع المصدر في بداية الجملة في حالة الكتابة للإذاعة أما بالنسبة للصحف والمواقع فإنه يفضل أن يكون المصدر في نهاية الجملة .

* **المرئيات** : الصور والرسوم في الوسائل المطبوعة تكثف معاني الكلمات بينما في التلفزيون والمواقع الإلكترونية تنقل المعاني .

الوسائل الإلكترونية الإخبارية :

من أشهر الوسائل الإعلامية المتقاربة التي بدأت مهمة تقديم الأخبار الي الجمهور هي :

Blogs : تولد هذا المصطلح من دمج لكلمتي Weblog والـ Blogs وهي عبارة صحف حائطية بمفهومها القديم إلا انها تحرر الكترونيا وتقدم لجمهور افتراضي عبر المواقع الاجتماعية مثل : Facebook ، MySpace وغيرها وفي أحيان أخرى قد لا تكون صحيفة بالمفهوم المتعارف عليه بل يمكن أن يحوي الـ Blogs تعليقات المتصفحين لموضوع من الموضوعات والآن أصبحت هذه المواقع تمثل مصادر للصحافيين لكثير من الأخبار التراجيدية والكوارث الطبيعية .

Podcast : وهو اختصار Portable on Demand Casting وهو وسيلة إعلام رقمية تبث عبر الانترنت برامج مسموعة ومرئية ويمكن الاستماع اليها أو مشاهدتها باستخدام بعض البرمجيات مثل : Portable Media Player – iPod – MP3 .

RSS : وهي اختصار Really Simple Syndication وهي طريقة أسهل من الشرح إذ أنه ما عليك إلا أن تشترك في موقع مستخدما برنامج قارئ يسمى المجمع Aggregator لتتلقى الأخبار عبر المراسلين المتطوعين حول العالم .

الفصل الرابع

الكتابة للمواقع الإلكترونية^(١)

تختلف الكتابة للمواقع الإلكترونية عن الكتابة للوسائل الإعلامية الأخرى. فهذه الكتابة موجهة لقارئ مختلف الى حد ما في انتقائيته وسرعه انتقاله إن لم يجد ما يغريه على البقاء. وما يسهل نزعته هذه، بل يكرسها، الخيارات المفتوحة غير المحدودة التي في متناوله. ولذا يتعين علي الكاتب للمواقع الإلكترونية أن يسارع إلى تقديم أهم ما يريده القارئ منذ البداية بتزويده بملخص مفيد عن الحدث أو الفكرة، وأن يضع أمامه العناصر الرئيسية للقصة منذ الفقرة الأولى، ويترك التفاصيل لما يليها.

ويصح ذلك بشكل أساسي على القطع الاخبارية، والأمر مختلف، بعض الشيء، بالنسبة للقصاص المنوعة، إذ لا يحتاج الكاتب إلى أن يبدأ بالمعلومات الأكثر أهمية، بل يختار ما يثير شغف القارئ وفضوله من السطر الأول، وأن يوجه له دعوة لا يقوى على عدم تلبيةها.

الشروع بالكتابة :

عند كتابة قصة لموقع الكتروني، يجب أن نضع في الاعتبار عدة أمور أهمها: الموضوع والعناصر التي يحتويها، ولأي نوع من القراء نتوجه إليه، وما هي المصادر التي نعتمدها والأصوات التي نستعين بأرائها.

ويجب أن نضع نصب أعيننا قيم ومبادئ الموقع الذي نكتب إليه كالحيدة والتوازن والاستقلالية وتوخي الدقة والحرص على الحقيقة.

^(١) مصطفى كاظم ، الكتابة للموقع الإلكتروني ، متوافر علي الرابط التالي :

ومن العناصر المهمة التي تؤخذ في الحسبان أيضا توقيت نشر المادة؛ إن كانت عاجلة أم غير عاجلة، لوضع عامل الزمن في الحسبان.

ولدى المباشرة في الكتابة، نراعي بعض العوامل مثل مقدار المعلومات التي تتطلبها المادة ويحتاجها القارئ للإلمام بحدود معقولة بالموضوع. كما ننتبه أثناء الكتابة للصياغة اللغوية والسعي إلى جذب القارئ، ونحدد طريقة عرض المادة ونحاول استخلاص عنوان رئيسي وعناوين فرعية لها. ومن ثم يأتي دور المواد المتعلقة والروابط التي نلحقها مع قصتنا. ومن العناصر الأخرى المهمة اختيار الصور وتحديد عددها ونوعها، وكذلك حقول الاقتباسات إن كان ثمة ما يمكن اقتباسه من القصة.

كتابة المانشات والعناوين الفرعية :

من أهم مواصفات العنوان هي أن يكون واضحا وجاذبا للمتابعة ومستحفا لها، وأن لا يتسبب في تضليل القارئ، فضلا عن ضرورة احتوائه على الكلمات الدالة لأغراض البحث. وسواء كنا نكتب قصة سياسية أو علمية أو رياضية أو اقتصادية أو غيرها، يظل للعنوان في جميع الحالات دور مهم في إيصال المعلومة التي يريد المتصفح اصطياها. فمن خلاله يتضح مضمون القصة ومحتواها. ومن المهم هنا أن لا يكتشف القارئ، عند دخوله إلى تفاصيل المحتوى، أي معنى مغاير لم يكن العنوان الذي اخترناه قد أوحى به، فذلك أمر منفر لمتابعي الموقع.

طول النص :

القراءة على الشاشة (سواء في الكمبيوتر أو الهاتف المحمول) أمر مختلف عما اعتدناه من القراءة على ورق الصحف والمجلات. وقارئ الإنترنت لا يميل، عادة، إلى الاستمرار في متابعة المواد الطويلة المعقدة، بل يفضل أن تكون مكثفة سهلة الصياغة. ويمكننا، في الصحافة الإلكترونية، التحكم في ذلك عن طريق تجنب تضمين القصة سردا طويلا لخلفيات هي أساسا موجودة في القطع الأخرى والروابط ذات الصلة، التي يفترض أن تكون في داخل الصفحة نفسها، وكذلك باعتماد الأسلوب السهل السلس في عرض المادة.

وإذا كانت هناك اتجاهات متعددة ضمن القصة الواحدة فمن الممكن توزيعها الى أجزاء ضمن الصفحة، مع وضع روابط في الأعلى تقود إليها، أو يمكن اعتماد صفحة متعددة الأقسام، الأمر الذي تتيحه تقنيات النشر الحالية.

بث الحياة في القصة :

بإمكان المتلقي أن يسمع ويرى ما يحدث، بالنسبة للمرئي أو المسموع من القصص في وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، لكن الأمر مختلف بالنسبة للنص المكتوب. والمهمة الأساسية التي أمام الكاتب، الذي يتصدى لموضوع يتناوله في تقرير من الميدان أو في غرفة الاخبار، هي أن يجعل من نصه "كائنا حيا" مزودا بالتفاصيل الصغيرة التي تشد القارئ للمادة وتثير لديه الرغبة في المتابعة.

ويتعين على الصحفي الذي يعدّ قصة من مصادر متنوعة خصوصا بلغات أخرى غير العربية (الإنجليزية في الغالب بالنسبة لموقعنا) إعادة كتابة النص بلغته لا أن يترجمه ترجمة حرفية من مصدره. فالترجمة الوثائقية تقتل الحياة في القصة، وما يحتاجه الصحفي المبدع هو أن ينفخ روحا جديدا في مادته المنقولة، وأن يجعل القارئ يشعر أنها كتبت باللغة التي يقرأها لا أن يشعر أنها نقلت إليها.

وفي كلتا الحالتين (الكتابة والترجمة) لا بد من الالتزام بقواعد اللغة وتجنب الأخطاء بأنواعها (الطباعية والإملائية والنحوية وغيرها)، فأحيانا تنفر أخطاء بسيطة القارئ من الصفحة إن لم يكن الموقع برمته.

ولا بد من الإشارة إلى أن أكثر ما يقتل النص إدراج أوصاف وتعابير وإضافات لا تضيف شيئا، وخصوصا عند ترجمة بعض الأخبار فضلا عن انها تأخذ حيزا نحن بحاجة إليه، ثم أنها تؤثر على تواصلنا الحضاري واللغوي مع جمهورنا. فمثلا، لا حاجة لنا أن نعرّف شهر رمضان

كما يعرف في الأخبار باللغات الأخرى التي تخاطب جمهورا مختلفا بالقول "إنه الشهر الذي يصوم فيه المسلمون".

وملخص الأمر، ينبغي توخي الوضوح باستخدام لغة غير معقدة والحرص على وحدة الموضوع وتماسك الجمل والترابط بينها، فضلا عن التعبير عن الفكرة باختصار دون الوقوع في فخ الترهل. وينبغي أن يكون تقديم المعلومة للقارئ بأسلوب لا يؤثر على سلاسة المادة. ومن العوامل التي تخدم النص وتجذب القارئ: دقة التعبير وسهولة اللغة واعتماد أسلوب واحد وتجنب استخدام جمل اعتراضية طويلة. ولا بد من استخدام طريقة واحدة في كتابة بعض الاسماء والمفردات، اي اعتماد إملاء واحد.

عرض المحتوى :

القاعدة التي يجب التقيد بها تلخص في أن يعرض المحتوى بطريقة تثير شهية القارئ في الاستمرار بالمتابعة. فشكل الصفحة مهم دائما، وأمام الصحفيين الذين ينتجون مواد على الموقع خيارات عدة في عرض المادة. لكن هناك بعض التفاصيل المهمة في هذا الخصوص، منها ضرورة كسر الاسترسال الممل للنص عن طريق وضع عناوين فرعية واستخدام الأدوات التي بحوزتنا مثل حقول الاقتباسات والحقائق الملخصة، وفوق كل ذلك استخدام صور حديثة قوية التعبير.

وسائط متعددة في حيز واحد :

كما هو معلوم، فإن من الميزات الفريدة للصحافة الإلكترونية قدرتها على جمع كل الوسائط في مكان واحد. فهناك النص والصورة والشريط المصور والشريط الصوتي بل والمشاركات والتعليقات من القراء.

كل ذلك متاح أمامنا لاستخدامه في صفحاتنا ليغنيها ويقدم للمستخدم صورة أوسع عن الموضوع المعروض.

وقد وفرت لنا التكنولوجيا إمكانات كبيرة لخدمة المادة المقدمة للجمهور، بل انها تتيح لنا، نحن منتجي هذه المادة، معرفة ما يحصل لها بعد النشر وكيف يستقبلها القراء ومدى جماهيريتها، سواء في موقعنا أو مواقع الشركاء أو في مواقع التواصل الاجتماعي.

وأخيرا لا بد من التذكير، مرة أخرى بضرورة مراجعة أي مادة نكتبها للنشر على موقع إلكتروني بأنفسنا وتدقيقها من قبل شخص آخر لتفقيتها من الأخطاء، مع الحرص على تصحيح أي خطأ حال اكتشافه في ما بعد.

المراجع

- ١ - إبراهيم الصياد ، الشريط الإخبارى السهل الممتع فى أخبار التلفزيون ،
<http://www.egyptradio.tv/magazine/akhabar.html>
- ٢ - إبراهيم وهبى ، الخبر الإذاعى ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٨٠ .
- ٣ - بركات عبد العزيز ، اتجاهات حديثة فى إنتاج البرامج الإذاعية ، الطبعة الأولى ،
القاهرة ، دار الكتاب الحديث ، ٢٠٠٠ .
- ٤ - حسن عماد مكايى - د . عادل عبدالغفار ، الإذاعة فى القرن الحادى
والعشرين ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٨ ، الطبعة الأولى .
- ٥ - حسين أبو شنب ، الإنتاج الإعلامى : راديو ، تلفزيون ، مطبوعات ، الجزء
الأول ، راديو / تلفزيون ، الطبعة الأولى ، غزة ، مكتبة دار المنارة ، ٢٠٠٠ .
- ٦ - حسن أحمد حسن ، برامج الحوار الإذاعى المرئى ، مجلة الفن الإذاعى ، العدد
١٥٩ ، مارس ٢٠٠٠ .
- ٧ - حسن حامد ، الأخبار التلفزيونية والتدفق الإعلامى ، ورقة عمل مقدمة إلى
المؤتمر الدولى حول آفاق الإعلام الإذاعى والتلفزيونى فى القرن الحادى والعشرين
الذى نظمتها كلية الإعلام جامعة القاهرة بالاشتراك مع مؤسسة فريدريش أيبيرت
الألمانية ، القاهرة ، ٩ - ١١ ديسمبر ١٩٩٦ .
- ٨ - حمدى حسن ، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربى
، ١٩٩١ .

٩ - **حسن عماد مكاوى** ، الأخبار فى الراديو والتلفزيون ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٨٩

١٠ - **حسن عماد مكاوى** ، إنتاج البرامج للراديو : النظرية والتطبيق ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٨٨ .

١١ - **سعيد محمد السيد** ، إنتاج الأخبار فى الراديو والتلفزيون ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٨٨ .

١٢ - **سوزان القليني** ، الكتابة للراديو والتلفزيون ، مجلة فن الاذاعة ، تصدر عن اتحاد الاذاعة والتلفزيون المصري ، العدد ١٨٣ ، يوليو ٢٠٠٦ .

١٣ - **سوزان القليني** ، الكتابة للراديو والتلفزيون ، مجلة فن الاذاعة ، تصدر عن اتحاد الاذاعة والتلفزيون المصري ، العدد ١٨٤ ، أكتوبر ٢٠٠٦ .

١٤ - **سوزان القليني** ، الأخبار فى التلفزيون المصري بين تلبية الاحتياجات المحلية ومواجهة المنافسة الخارجية فى عصر القنوات الفضائية ، مجلة الفن الإذاعي ، العدد ١٥٣ ، إبريل / يونية ، ١٩٩٨ .

١٥ - **سوزان القليني ود . هبة الله بهجت** ، إنتاج البرامج للراديو والتلفزيون ، القاهرة ، مكتبة الشباب ، ١٩٩٣ .

١٦ - **عبد المجيد شكرى** ، فنون الراديو فى ضوء متغيرات العصر ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٩٥ .

١٧ - **عبد الصمد دسوقى** ، المندوب والمراسل الإذاعي ، مجلة الفن الإذاعي ، العدد ١٢٣ ، أكتوبر ١٩٨٩ .

- ١٨ - **عبد العزيز الغنام** ، مدخل فى علم الصحافة ، الجزء الثالث ، الصحافة الإذاعية ، إنتاج البرامج الإذاعية ، راديو وتليفزيون ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٨٣ .
- ١٩ - **فوزية فهم** ، البرامج الإخبارية فى الإذاعة ، مجلة الفن الإذاعي ، العدد ١٠٩ ، أبريل ١٩٨٦ .
- ٢٠ - **كرم شلبي** ، المذيع وفن تقديم البرامج للراديو والتليفزيون ، القاهرة ، مكتبة التراث الإسلامى ، ١٩٨٦ .
- ٢١ - **كرم شلبي** ، الخبر الإذاعي : فنونه وخصائصه فى الراديو والتليفزيون ، الطبعة الأولى ، جدة ، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة ، ١٩٨٥ .
- ٢٢ - **ليلى حسين محمد السيد** ، عولمة مصادر الإعلام وانعكاساتها على تدفق الأخبار الأجنبية فى الولايات المتحدة الأمريكية ومصر ، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمى الأول لقسم الدراسات الإعلامية حول الإعلام العربى وتحديات العولمة ، معهد البحوث والدراسات الإعلامية جامعة الدول العربية ، القاهرة ، إبريل ١٩٩٩ .
- ٢٣ - **محمد نبيل طلب** ، الأشكال الإذاعية وسمات الإذاعي الناجح ، مجلة فن الإذاعة ، تصدر عن اتحاد الإذاعة والتليفزيون المصرى ، العدد ١٨٣ ، يوليو ٢٠٠٦ .
- ٢٤ - **محمد مرعى** ، الأشكال الإذاعية المتقدمة علي الصعيد الدولى ، مجلة الفن الإذاعي ، العدد ١٦٢ ، يناير ٢٠٠١ .

- ٢٥ - محمد معوض وبركات عبد العزيز ، الخبر الإذاعي والتلفزيوني ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، دار الكتاب الحديث ، ١٩٩٦ .
- ٢٦ - محمد معوض ، المدخل إلي فنون العمل التلفزيوني ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ١٩٩٣ .
- ٢٧ - محمد حمد بن عروس ، الأسس الفنية ، للإذاعتين المسموعة والمرئية ، الطبعة الأولى بنغازي ، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان ، ١٩٨٧ .
- ٢٨ - محمد محمود المرسى ، معايير اختيار وترتيب الأخبار الصالحة للعرض بالتلفزيون ، مجلة الفن الإذاعي ، العدد ١١٤ ، يوليو ١٩٨٧ .
- ٢٩ - ماجى الحلوانى ، مدخل إلي الإذاعات الموجهة ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ١٩٨٣ .
- ٣٠ - محمود أدهم ، فن الخبر ، القاهرة ، مكتبة المجلس الأعلى للصحافة ، ١٩٧٩ .
- ٣١ - نبيل راغب ، فن الكتابة للإذاعة ، دار الغريب للطباعة والنشر والتوزيع ، سنة ١٩٩٨ .
- ٣٢ - يوسف مرزوق ، المدخل الى حرفية الفن الإذاعي ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٧٧ .

الفهرست

رقم الصفحة	الموضوع
٣ مقدمة
٩٦ - ٤ الباب الأول : الكتابة للراديو
٢٦ - ٥ الفصل الأول : خصائص الراديو
٣٣ - ٢٧ الفصل الثاني : قواعد وأساليب الكتابة للراديو
٩٦ - ٣٤ الفصل الثالث : كتابة الأشكال الإخبارية في الراديو
١٥٨ - ٩٧ الباب الثاني : الكتابة للتلفزيون
١٠٤ - ٩٨ الفصل الأول : خصائص التلفزيون
١٥٠ - ١٠٥ الفصل الثاني : الكتابة للتلفزيون
١٥٣ - ١٥١ الفصل الثالث : الكتابة للإعلام التفاعلي
١٥٨ - ١٥٤ الفصل الرابع : الكتابة للمواقع الإلكترونية
١٦٢ - ١٥٩ المراجع
١٦٣ الفهرس