



الفصل الأول

البرامج الإذاعية والتلفزيونية

ما هو البرنامج الإذاعي أو التلفزيوني (1) ؟

"هو فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في قالب إذاعي أو تلفزيوني معين، باستخدام الصوت في الإذاعة أو الصورة والصوت بكامل تفاصيلها الفنية في التلفزيون ، لتحقيق هدف معين" .

معايير تصنيف البرامج الإذاعية والتلفزيونية :

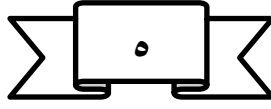
تتنوع البرامج المقدمة في الإذاعة والتلفزيون، بين برامج جادة وأخرى ترفيهية، وبرامج حوارية وقصصية ومنوعة، وغيرها، علماً أن كل برنامج قد يختلف من وسيلة إلى أخرى، فما يقدم في إذاعة معينة، قد يقدم شبيه له في إذاعة أخرى لكن بأسلوب ومحتوى مختلف، وكذلك الأمر بالنسبة للتلفزيون.

ويتم تصنيف البرامج الإذاعية والتلفزيونية عبر عدة معايير، وهي على

النحو الآتي :

- **هدف البرنامج :** الإعلام - الترفيه - التثقيف - التعليم - الإعلان..

(1)



إلخ .

- **محتوى ومضمون البرنامج :** ديني - سياسي - اقتصادي - ثقافي -

رياضي - فني - علمي .. إلخ.

- **الجمهور المستهدف من البرنامج :** عامة المجتمع - الأطفال - الشباب

- النساء - نخبة متخصصة. إلخ.

- **دورية بث البرنامج :** يومي - أسبوعي - شهري - نصف شهري -..

إلخ.

- **وقت بث البرنامج :** برامج الصباح - برامج الظهيرة - برامج المساء -

برامج السهرة. إلخ.

- **اللغة المستخدمة في البرنامج :** لغة عربية فصحي - لهجة عامية - لغة

أجنبية - لغة أجنبية مترجمة.

- **الشكل أو القالب الفني للبرنامج :** حديث - حوار - تحقيق - مجلة... إلخ.

ولابد من طرح مجموعة من الأسئلة قبل إعداد البرامج التلفزيونية والإذاعية

، والتي تساعد على إعداد البرنامج بشكل أفضل وأدق، وإيصال الفكرة

المرجوة منه للمشاهد او المستمع بشكل أوضح، وهذ الأسئلة هي:

ما هدف البرنامج ؟

من الجمهور المستهدف من البرنامج ؟

من ضيوف البرنامج ؟

ما العوامل المساعدة المطلوبة ؟

كم مدة البرنامج وكم مدة الحلقة وكم عدد الحلقات ؟



متي يتم إذاعة البرنامج ؟ وهل سيتم إعادة بثه أم لا ؟
ما المعلومات المراد إيصالها من خلال البرنامج وكيف يتم توفيرها ؟
ما المحاذير التي تنتهجها الحلقة وكيف يتم تجنبها وتجنب المشاهد لها ؟
من مخرج البرنامج ؟ وما طريقته في الاخراج ؟
ما مصادر ومراجع البرنامج المطلوبة وهل هي متيسرة وأين وكيف ؟
من معد البرنامج وهل يوجد معدين مساعدين ومن هم ؟
ما الفترة الزمنية الممنوحة للمعد حتى تاريخ تسليم المادة ؟
الشروع في كتابة السيناريو (النص الإذاعي والتلفزيوني)

مراحل التخطيط لإعداد البرنامج :

تمر عملية التخطيط لإعداد البرنامج بخمس مراحل أساسية مع مراعاة السمات المعاصرة للبرامج الإذاعية والتلفزيونية من حيث سلاسة الأسلوب اللغوي، والإيجاز في النصوص، سرعة الإيقاع وخفة البرامج ومناقشة القضايا الحساسة، والاستعانة بمصادر المعلومات والإحصائيات حول الموضوع المثار، والتخصص في مخاطبة فئات جماهيرية أو معالجة موضوعات محددة، إلى جانب التفاعل مع الجمهور وتوظيف الصورة التلفزيونية جيداً، والمراحل هي:

المرحلة الأولى : اختيار فكرة موضوع البرنامج :

يستطيع المعد من خلال المعاشية الكاملة للواقع المحيط به وإحساسه بمشكلاته وقضاياها واهتماماته أن يستنبط ويستخلص الأفكار التي تتناسب مع سياق البرنامج الذي يعده .

وتعتبر المتابعة الدائمة لوسائل الإعلام المختلفة، والقراءة للكتب المختلفة، والدراسات التي تقوم بها مراكز البحوث والجامعات، روافد مهمة لخلق أفكار جيدة لأن الفكرة هي "رأس مال المعد".

تحديد الجمهور :

لا بد للفكرة المختارة أن تهم الجمهور المستهدف وتثير انتباهه وتمس مشكلاته، وأن تناسب الفكرة موضوع البرنامج واهتمامات المعد، وأن تكون الفكرة أخلاقية، بمعنى أنها تحترم أخلاقيات المجتمع وقيمه وعاداته.

تحديد الهدف :

يتراوح هدف البرنامج ما بين الإعلام -أي تقديم معلومات معينة لجمهور المشاهدين أو لفئة منهم، ويتضح ذلك أكثر من خلال النشرات والبرامج الإخبارية- والتثقيف كالبرامج السياسية أو الدينية أو الاجتماعية، أو الترفيهية كالبرامج الرياضية وبرامج المنوعات، أو التوجيه والتعليم كالبرامج الصحية أو الزراعية .

جمع المادة العلمية للبرنامج :

تبدأ مرحلة جمع المعلومات، بعد الاستقرار على الموضوع أو فكرته الأساسية بشكل عام وتحديد الهدف منه، وهي قد تمتد حتى المراحل الأخيرة لتنفيذ البرنامج من خلال الكتب والمراجع والنشرات والصحف وشبكة الإنترنت .

الاتصال والتنسيق :

وهي مرحلة الاتصال بالمصادر والتأكيد معهم على ميعاد التصوير، والتنسيق مع فريق العمل كالمخرج ومقدم البرنامج والتواجد في مكان التصوير لمتابعة سير العمل وفقاً للطريقة المتفق عليها والسيناريو المكتوب.

ويتطلب التخطيط أيضاً ملائمة اختيار الموسيقى والأغاني للموضوع والجمهور المستهدف، وكذلك الإعداد لجلسة تمهيدية قبل التسجيل (بروفة) بين مقدم البرنامج وضيوفه، لتحقيق الألفة بينهما والاتفاق على أهداف البرنامج ومدته، واختبار الأجهزة الفنية للوصول أخيراً إلى التسجيل الإذاعي أو التلفزيوني وفق التصور الموضوع .

كتابة السيناريو

جرت العادة أن يكتب السيناريو الكامل أو شبه الكامل في شكل عمودين تنقسم الصفحة إلى قسمين أو عمودين على النحو التالي: القسم الأول: يكون على يمين الصفحة، ويشمل ثلث المساحة فقط، ويخصص للصورة أو المرئيات؛ ويشتمل عادة على العناصر التالية: المناظر والديكورات، الأشخاص وسائر الكائنات الحية، الأكسسورات، شرح ما يجري من أحداث وحركة، المادة الفيلمية، الشرائح، اللوحات، كافة وسائل الاتصال المرئية.

القسم الثاني: يقع على يسار الصفحة، ويشغل المساحة المتبقية وحتى ثلثي الصفحة، ويخصص للصوتيات كالحوار والتعليق والمؤثرات الصوتية والموسيقى الصوتية.



أهم قوالب البرامج الإذاعية والتلفزيونية :

البرامج الوثائقية :

تعتمد البرامج الوثائقية اعتمادا مباشرا على الحقائق التاريخية والثابت والمتغيرات وتضاف لها قدرة المعد التحليلية للأمر والتي تعبر عن مدى ثقافته وبعد رؤيته وتمكنه من أدواته .

والنص الوثائقي الجيد هو النص المتماسك الحامل للوحدة الموضوعية بتنوع أدوات الطرح وبلغة بسيطة ولكنها عالية والمجسد لحقائق جديدة نوعا ما على المشاهدين، وغالبا ما يرتبط بمناسبة محددة وغالبا ما تكون الصورة فيه متوفرة والضيوف أيضا وقد يكون من الممكن إدخال ريبورتاجات جماهيرية سريعة لزيادة أدوات المعد ، وأول ما يخطر ببال معد المادة الوثائقية هو:

- مدى توفر المادة التاريخية والجغرافية .
- في أي عصر من العصور تبحر المادة .
- طبيعة ذلك العصر ومدى الرخاء أو العسر الاجتماعي السائد
- في ذلك العصر ونوعية الحكم ومدى اهتمام المجتمع في تلك الفترة والتحولات التي شهدتها تلك الفترة.
- المقارنة بينها وبين نفس المجتمع قبلها وبعدها .

- الغرض من كتابة هذه المادة ومدى الربط بينها وبين الوقت والتاريخ الذي يتم فيه بثها وهل يراد بها التحريض السلبي أم الايجابي .

وتمر مرحلة الإعداد للنص الوثائقي بمراحل عدة، حتى يتمكن المعد من تقديم برنامج وثائقي مترابط ومركّز على معلومات واقعية غير قابلة للتكذيب، وهذه المراحل هي:

المرحلة الأولى:

جمع المادة التاريخية والجغرافية والاجتماعية والعلمية والعيش لفترة بعقله في الفترة التي تدور فيها أحداث المادة الوثائقية، ويفضل أن يؤكد المادة بواسطة مدققين مختصين.

المرحلة الثانية:

يبدأ بعدها المعد في فرز الحقائق الخاضعة لآراء متناقضة أو تحليلات متقاطعة، فمثلا يتحدث مع بعض المؤرخين عن سقوط مدينة ما بسبب ضعف شخصية الملك، بينما يرى آخرون أن خيانة الحاشية كانت السبب، في مثل هذه الحالة لابد للمعد المحايد من العودة مرة أخرى للبحث من جديد والتركيز على تصرفات الملك وتصرفات الحاشية، للوصول إلى ما يقنعه بالمعلومة التي يختارها لمادته ضمن المعلومات الأساسية .

المرحلة الثالثة:

اختيار ما يريده من المادة التي هو بصدد إعدادها، ويفضل في هذه الحالة

اختيار معظم المعلومات التي يتم طرحها للمرة الأولى أو المعلومات غير شائعة الطرح، بهدف تقديم الجديد للمشاهد ويشفعها بالمعلومات الثابتة.

وحتى المعلومات التي يعرفها المشاهد من الأفضل أن يطرحها المعد بتفاصيل حقيقية غير معروفة للمشاهد أو غير متداولة للمشاهد بهدف إضافة جديد.

المرحلة الرابعة:

بعد فرز واختيار الحقائق والمعلومات تأتي مرحلة التساؤلات عن التغطية الصورية لتلك الحقائق هل هي متوفرة؛ ولو كانت غير ذلك ما مدى إمكانيات الجهة المنتجة في توفيرها أو الاستعاضة عنها بالتقنيات الحديثة أو بواسطة رسام أو حتى بواسطة الكتابة على الشاشة .

المرحلة الخامسة:

مرحلة تحديد الشخصيات التي يمكن الاستدلال بها كشاهد على الحدث؛ كشاهد عيان أو مؤرخ أو خبير مطلع أو محلل أو غيره من الشخصيات المدعمة للمادة الوثائقية، والتي تسد الثغرات التي يتركها عدم وجود الصورة لبعض الأحداث.

المرحلة السادسة:

تأتي مسألة تمكّن المعد من عباراته ومفرداته اللغوية لأن المادة الوثائقية تتطلب لغة عالية جداً وجمل محددة جداً ولا يعيها مباشرة طرح الأحداث والحقائق ولكن المباشرة تأتي في سياق تسلسل قصصي أو نصي أو

تحليلي متماسك وتلقائي يعتمد على الشد وجذب الانتباه .

والمعد الوثائقي الجيد هو من يتمكن من تزويد العوامل المتوفرة لديه وتوزيعها التوزيع الصحيح في النص؛ عبر:

- الدخول من المادة التاريخية للضيف ومنه للرسومات .
- الكتابة والتحليل وتوزيع أدواته حسب كمية تواجدها عنده .
- المحاولة قدر المستطاع تكثيف المادة التاريخية الصورية .
- التقليل قدر المستطاع من مساحات الوجوه المستضافة التي تتكلم كلاما مباشرا.

البرنامج الوثائقي الإذاعي :

في الإذاعة تتعدد المؤثرات الموسيقية وفي معظم الحالات تتم الاستعاضة بشخصية الراوي أو المذيع للربط والاستعاضة عن فراغ الصورة والتي يرسمها كل مشاهد في مخيلته حسب تفاعله مع النص، ويبقى التناول الوثائقي الإذاعي بالأسلوب الإخباري نوعا من أنواع الطرح الذي لا يمكن تعييه.

وتكمن صعوبة النص التوثيقي في أن ما يتم تناوله قد يكون عاديا لدى المشاهد، مما يتطلب من المعد جهدا إضافيا في استكشاف الزوايا الميتة التي قد تثير دهشة المشاهد وما يسمى بلا مرئيات المرئي؛ وهي النقاط والأمكنة التي لا تركز عليها العيون والعقول كثيرا رغم تكرار الرؤيا.

برنامج الحديث المباشر :

وهو أبسط أنواع البرامج، إذ يقتصر على متحدث واحد، يوجه حديثه إما لجمهور الشاشة، أو جمهور الاذاعة ، ويعتمد كلياً على شخصية المتحدث. ومن مواصفات المتحدث الناجح ما يأتي:

- الإيناس في الشكل والصورة، والألفة في الصوت والنبرة .
- القدرة على عرض الموضوع ببساطة ووضوح .
- القدرة على جذب الانتباه الدائم.
- عدم التكلف، والبعد عن التصنع.

البرامج المباشرة :

البرامج المباشرة هي البرامج التي يتم تقديمها حية للمشاهد في التو واللحظة، وتهتم في معظم الأحيان بتفاعله ومشاركته عبر الاتصال الهاتفي أو الرسائل النصية القصيرة أثناء فترة البث.

والبرامج المباشرة عادة تكون في فترتي الصباح والمساء ومن النادر جداً أن تكون في فترة الظهيرة؛ ذلك لأن العامل السيكولوجي للمستمع أو المشاهد يكون أكثر قابلية للمشاركة في هاتين الفترتين دون غيرهما من الفترات. والبرامج المباشرة غالباً ما تتدرج تحت بند المنوعات أو الحلقات المرتبطة بمناسبات معينة، ومثل هذه البرامج غالباً ما تكون برامج أساسية في كل محطة، وتكون مؤطرة في الجوانب الخدمية الهادفة لبناء المجتمع حسب توجه القناة أو المحطة الإذاعية .

وإعداد البرامج المباشرة من أكثر أنماط الإعداد إرهاقاً؛ لأن البرامج المباشرة غالباً ما تكون يومية أو على الأقل أسبوعية، ما يعني عدم إراحة المعد

وإعطائه فاصلاً لتجديد الأسلوب والمفردات، وحتى عدم وجود الوقت الكافي للبحث والتأكيد، لذلك تعتمد البرامج المباشرة خاصة اليومية منها، على معلومات الضيوف أكثر من اعتمادها على معلومات المعد.

بعض المعدين يجزءون الإعداد بحيث يقومون بإعداد كل ركن على حدة، ومن ثم يقومون بتجميع الأركان وتوزيعها على الحلقات، والبعض الآخر ولعامل الوقت يكتبون النص لحمة واحدة ويتركون أمر التجزئة للمخرجين. والحقيقة أن الإعداد على طريق التجزئة يصلح في حالة وجود معد أساسي وعدد من المعدين المساعدين أو المشاركين، حيث يتم توزيع الفقرات حسب التخصص والإمكانات، ومن ثم يقوم المعد الرئيسي بتجميع الأجزاء وربطها بنص واحد.

والبرامج المباشرة لا تخضع لقواعد معينة، وإنما يكون مقياسها في الغالب هو تكوين الفريق، والفريق الذي يضم مجموعة متماسكة ومتفاهمة من المعدين، قد لا يحتاج لنص أو سكربت مبدئي، وإنما يقوم كل معد بإعداد ما تجود به مخيلته من الفقرات حسب استيعابه لطبيعة البرنامج، ومن ثم يبدأ المعد الرئيسي وفق الفقرات المعدة أو المصورة من تكوين النص عبر الربط بين الفقرات، وهو أسهل الطرق لخروج البرنامج بصورته النهائية غير المختلة.

بعض المعدين الرئيسيين يتخذون قواعد صارمة وذلك من خلال وضع . سكربت . أو خارطة للنص لا يجوز الخروج عنها، ويكون لكل معد مساعد حصته الممنوحة له من إعداد التقارير أو الفواصل أو المواد في الفقرات.

وغالبا ما تنتبث فقرات البرنامج اليومي مثلا (مقدمة . مطبخ . ضيف . عودة للمطبخ . مسابقة . اتصالات . ضيف . سياحة . عودة للمطبخ واتصالات . حل المسابقة والختام)، وتكون على سبيل المثال نموذجا هيكليا أساسيا يأتي في كل يوم مع اختلاف الطرح والضيوف، ثم تأتي فقرات أخرى بالإحلال والإبدال لتجديد روح البرنامج في كل فترة من الفترات. ويعتمد معدوها على ربط الفقرات بالفواصل الهاتفية، لأنها تعتمد أساسا على المشاركة الجماهيرية التي تقيس بها القناة جماهيريتها في معظم الأحيان، وهي من البرامج التي تعتمد عليها قنوات كثيرة كمصدر من مصادر الدخل، وذلك لإمكانية إدخال كل وسائل المشاركة المدفوعة كالإعلان التجاري والرعاية والرسائل النصية القصيرة ورسائل المحمول وغيرها من وسائل الدخل المادي لأجهزة الإعلام .

الندوة:

تعتمد الندوة الإذاعية أو التلفزيونية على العمق في التحليل وطرح القضايا، مع الإدلاء بالحقائق والإفصاح عن الثوابت عن طريق النقاش المستفيض مع ضيوف البرنامج، وهو يتطلب تحديدا دقيقا لمادة الحوار، وحسن اختيار المشاركين، ووضع سيناريو الحديث للبرنامج لكي يسير بطريقة سهلة ومقبولة، ينتج عنه نقاش مفيد يعكس لغة المعاشرة المشتركة بين ضيوف البرنامج، في ظل سيطرة محكمة لمدير الندوة على كل الخيوط، وبأسلوب جذاب وممتع يترك انطباع متميز للمتابعة المستمرة والفائدة المرجوة من البرنامج.

برامج الحوار :

وتعتبر من أصعب البرامج إعدادا وأتعبها بحثا للمعد، ذلك أن أي معلومة ترد من جانب المعد يتم تأكيدها من أكثر من طرف، وذلك لطبيعة الطبقة التي تشاهد هذه البرامج والتي قد يكون معظمها أكثر تخصصا من المعد في المادة موضوع الحوار، وأن أية معلومة خاطئة ستكشف ضعف المعد وعدم تمكنه من مصادر معلوماته، لذلك يلجأ معظم المعدين لتحميل المسؤولية للضيوف ولقسم من المشاهدين المشاركين.

وتركز على قضايا معينة ثقافية كانت أو اجتماعية أو سياسية أو حتى دينية، وغالبا ما تأتي في الجزء الثاني من المساء وهو الوقت الذي يكون فيه معظم الرجال قد تواجدوا في منازلهم، بحيث تركز على الطبقات المثقفة وعلى الرجل أكثر من المرأة.

ويعتمد إعداد هذه البرامج على اختيار القضية موضوع النقاش والضيوف المتعددة أو المتقاطعة آرائهم حول القضية موضوع النقاش، وتعطي فرصا أكبر لمشاركات المشاهدين ، وتعتمد البرامج الحوارية المباشرة في إعدادها على سبعة محاور هي:

- المقدمة والترحيب .
- تقارير ومعلومات عن القضية موضوع النقاش .
- فواصل ونماذج متعلقة بالقضية .
- محاور نقاشات الضيوف والمشاركين .
- الريبورتاجات التوعيمية .
- آراء مصورة لمختصين .

- الختام .

ويصنف الحوار من حيث الهدف إلى ثلاثة أقسام :

- **حوار المعلومات :** ويهدف إلى الحصول على معلومات معينة من الضيف حول قضية أو حدث باعتباره مصدراً للمعلومات، أو مطلعاً عليها .

- **حوار الرأي :** ويهدف إلى معرفة رأي الضيف في قضية، أو آراء الناس العاديين في شيء معين .

- **حوار الشخصية :** ويهدف إلى تعريف المشاهدين أو المستمعين بجوانب شخصية الضيف، سواءً كان من الناس المشهورين أو غير المشهورين . ومكونات الحوار الناجح تشمل عناصر عديدة تتعلق بالمقدم، والضيف، والموضوع، والأسئلة، والزمان، والمكان، واللغة، والجمهور .

المجلة التلفزيونية :

هي شكل تلفزيوني يعرض بصفة دورية، ويتضمن فقرات متنوعة من حيث الشكل والمضمون، تربطها وحدة عضوية، وتقدم بأسلوب يكسبها خصائص المجلة المطبوعة.

وأحياناً يطلق على حلقة البرنامج اسم «العدد»، وتأخذ فقرات البرنامج عناوين المجلة المطبوعة مثل موضوع الغلاف، الافتتاحية، شخصية العدد... وهكذا.

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

البرنامج الخاص :

يعتمد في إعدادهِ على مواد معلوماتية كاملة عن المناسبة، وتكثيف تلك المواد لإظهاره كإنجازات كبيرة مع قيادة المشاهدين للفخر بها والانتماء إليها.

وهو البرنامج ذو المحور الواحد، الذي يسعى لإبراز الموضوع بمختلف القوالب الفنية، مثل الدراما، والحوار، والأغنية، والتحقيق، والرسوم، والصور، وعناوين الصحف، واللقطات الأرشيفية، مع إضفاء عناصر الحركة والتنوع والانتقال بين اللقطات والمواقف والفقرات، وإبراز التناقض في الآراء والمواقف المختلفة، وتحقيق التشويق والقلق والترقب، وتعميق التفاصيل والشرح والتوضيح وعقد المقارنات، ليعطي معلومات شاملة عن مشـكلة معينة أو موضوع معين.

وهو يرتبط بذاتية المنتج وأسلوبه الخاص بتوصيل فكرته إلى الجمهور.

برامج التحقيق :

تعد برامج التحقيق أو ما تسمى بالبرامج الوثائقية أو الصحافة الاستقصائية من أعلى البرامج مهنيةً وحرفيةً، وأكثرها تكلفةً، وأعمقها تأثيراً. والتحقيق الإذاعي أو التلفزيوني هو البرنامج الذي يعرض الموضوعات بأسلوب يتسم بالعمق، استناداً على التحليل الواقعي، ولقاء الأشخاص أصحاب العلاقة، والمعايشة الحقيقية، في المكان والزمان والظروف والأشياء ذات الدلالة، وهو ثلاثة أنواع أساسية:

التقرير الإخباري : وهو يستلزم الحيوية والسرعة والعرض المختصر.

تحقيق الحدث : وهو التحقيق الذي يبحث عما وراء الأحداث الآنية،

ويوضح الخلفيات، والعلاقات الكامنة، والأسباب غير الظاهرة، وهو مثل التحقيق الصحفي الذي يركز على إجابة سؤال: لماذا؟ ، ولا يكتفي بإجابة أسئلة الخبر الصحفي : من؟ ، متى؟، ماذا ؟ ، أين؟.

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

برامج الكوارث :

قد تقع كارثة من الكوارث الطبيعية، كالفيضانات والزلازل والأوبئة أو داء مرضي معين ، أو تحدث عملية إرهابية كبيرة ، وتكون أجهزة الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في الغالب متفرغة لمثل هذا الحدث، مما يضع ضغطاً مضاعفاً على المعلنين، لأن إعداد برامج الكوارث تتميز بطبيعتها عن غيرها من البرامج أنها تحتاج إلى:

- لغة خاصة تنسجم مع الحالة العامة التي يعيشها المتلقي .
- مادة كلماتها منتقاة تلعب دوراً مزدوجاً هو العزاء ورفع الروح المعنوية، فمواساة أسر الضحايا تتطلب التسرية عنهم للتخفيف من معاناة الفقد، والحديث مع المصابين يجب أن يتجاوز هم الإصابة لأمل الشفاء، وفي الوقت ذاته يجب تعميق آثار الكارثة لحث الجهات المستهدفة على تقديم الدعم والعون.

- معد يملك خاصية التفاعل مع هذه الأمور، خاصة لو كان المعد نفسه من المصابين بفقد أو ضرر ما.

- براءة في إعداد المادة الحوارية التي تجعل الملتقى به يتحدث بعفوية أو بالأصح يجدها متنفسا لما يكتبته من قول، خصوصا إذا كان من المصابين أو ممن فقد قريبا له.

- أن تتسق المقدمة والخاتمة مع ما تحمله المادة المعدة من أبعاد، فالبرامج الكوارثية تختلف باختلاف أنواع الكوارث وأيضا باختلاف المدى الزمني للكارثة، فإعداد البرامج التحذيرية قبل الكارثة تحمل لغة غير التي تحملها إعداد البرامج التي تأتي وقت الكارثة.

برامج التعبئة العسكرية :

برامج التعبئة العسكرية تقوم على محورين؛ أحدهما بث روح العزيمة ورفع الروح المعنوية، وبث روح الانهزامية والإحباط في الطرف الآخر، وتعتمد برامج التعبئة العسكرية على مقدرة المعد في اللعب بالألفاظ واستدعاء الأشعار والأغاني والأناشيد الحماسية والاختيار الدقيق للألفاظ التي تغطي الصور، مع الاعتماد على الجمل القصيرة المتكاملة التي تبث الروح الوطنية وترفع وتيرة الاستعداد للقتال.

ويقع معد برامج التعبئة العسكرية في تأثيرات الضغوط النفسية الهائلة خاصة لو كان يتبع الطرف الخاسر أو المهزوم، ذلك أن إحساسه بالهزيمة والانكسار الداخلي يمثل عاملا نفسيا يؤثر في اختياره الألفاظ المناسبة، التي قد يحاول بها حسب مقتضيات الضرورة مغالطة الحقائق الماثلة على الأرض، إضافة لأنه يجد نفسه كالخياط الذي يقوم بتفصيل ما تمليه عليه الجهة التي يعمل لحسابها.

وتعتمد آلية إعداد مثل هذه البرامج على إخفاء الكثير من الحقائق وتضخيم الحقائق المسموح بها أو تحقيرها وهو ما يفقد المعد المصداقية حتى بينه وبين نفسه.

٧. برامج التعبئة الاجتماعية :

تعتبر برامج التعبئة الاجتماعية من أفضل البرامج التي ينصح المعدين بعدم التردد في إعدادها، لأنها برامج بناء لا هدم وأن آثارها موجبة وليست سالبة.

ومن أمثلة برامج التعبئة الاجتماعية برامج حث المزارعين على الزراعة من أجل الاكتفاء الذاتي، وبرامج الحصاد والتكافل وحملات النظافة العامة وغيرها من المسائل الشبيهة.

وتحتاج هذه البرامج من المعد خبرة في التعامل لغويا وموضوعيا مع الفئة المستهدفة، إضافة إلى اختياره المعينات الغنائية والشعرية والاستشهاد بالمواقف، والمقدرة على نسج الجمل القصيرة المعبرة والمحفزة الأشبه بالمانشيتات الصحفية.

٨. برامج التعبئة للحملات :

نوع من البرامج التي تأتي بين حين وآخر وتتطلب من المعد جهدا كبيرا في إعدادها، فمثلا حملة مكافحة المخدرات وحملة مكافحة السرطان وحملة النظافة وهي أشبه ما تكون في إعدادها ببرامج المناسبات والأعياد ومعظمها يكون مباشرا .

وتتطلب آلية إعداد هذه النوعية من البرامج:

- تحضير جيد .
- معرفة تامة بالمادة التي يتم الترويج لها .
- المزج بين التقارير الوثائقية والريبورتاج الجماهيري والمباشرة والاستشهاد بمتخصصين ولقاءات مع القائمين على الأمر .

برامج الرأي العام :

الرأي العام أو التوجيه المعنوي في بعض التسميات يعني توجيه المشاهد وتعبئته باتجاه معين، وإعداد برامج من أخطر أنواع الإعداد وأصعبها، ذلك فمن الضروري أن يكون لكل معد رسالة مجتمعية أو بالأصح إنسانية سامية تفرض عليه الحياد والنظر لكل الأمور بعين مجردة من كل شيء، فعين المعد يجب أن تكون مفتوحة فقط على القيم الإنسانية الكاملة.

وبرامج التعبئة العامة لها متخصصون، هم في الغالب ينظرون بعين واحدة ويغمضون العين الأخرى في برامج التعبئة السياسية، ومثال لذلك أن تكون هناك حالة من الاحتقان بين دولتين أو طرفين سياسيين كما يحدث على سبيل المثال دائما بين مصر والسودان أو كنموذج لذلك ما حدث بين العراق والكويت أبان الأزمة والحرب وبعدهما.

وحتى على المستوى القومي وبعدها تغيرت الأحوال والظروف، نجد معظم المعبدين الكبار يحجمون عن إعداد برامج التعبئة التي تسوق للتسوية والتطبيع، إما بسبب مواقفهم الثابتة أو بسبب ما أعده مسبقا.

وفي معظم الأحيان يعتمد إعداد برامج التعبئة السياسية على تفخيم طرف وتحقير الطرف الآخر ويعتمد على الصورة في التلفزيون بدرجة كبيرة .

ويحتاج إعداد برامج الرأي العام على اختلافها لعدة عوامل منها:

- المعرفة الجيدة للتاريخ .
- التأكد من صحة المعلومة .
- امتلاك الناصية اللغوية ذات الألفاظ الخاصة .
- المعرفة التامة بمزاج الشريحة المستهدفة .
- اختيار الضيوف المناسبين .
- اختيار المادة الحوارية المناسبة للقاءات والريبورتاج .
- التدعيم بالتقارير القصيرة .
- المقدرة على نسج الجمل القصيرة المتكاملة .

برامج المسابقات :

من الضروري جدا لمعد برامج المسابقات أن يتأكد تماماً من مصدر معلوماته، وتجنب الأسئلة التي تحتمل أكثر من إجابة، ذلك أن المذيع في الغالب يتقيد بالإجابة الوحيدة التي يضعها المعد للسؤال، حتى لا يفتح باباً للتشكيك في مصداقية البرنامج والتي تقوده تلقائياً للسقوط في براثن الفشل. وتتعدد برامج المسابقات وتتنوع دونما قاعدة معينة لأنها تعتمد بالأساس على فكرة المعد، وفيها مساحات حرة لابتكار الأنماط ، والقاعدة الأساسية الثابتة في إعداد برامج المسابقات تبقى دائماً هي الشد والمتعة الترفيهية مع المدلول والهدف.

وتتفاوت برامج المسابقات وتتنوع علي النحو التالي :

١ - البرامج المسجلة :

وتكون أسهل من البرامج المباشرة بسبب:

- إمكانية إخفاء الأخطاء والعيوب عن طريق المونتاج .
- إمكانية إعادة الفقرة التي يتم أداؤها بطريقة سيئة .
- سهولة السيطرة على الحلقة .

٢ - برامج المسابقات المباشرة وتتميز بـ:

- يصعب التغلب على الأخطاء وإخفاء العيوب .
- تحمل نكهتها الخاصة من حيث المشاركات الخارجية وتفاعلات المشاهدين .
- إمكانية التواصل بين المذيع والمتلقي .
- يسهم في إثراء الحلقة والارتقاء بالمتلقي من مشاهد إلى مشارك .
- تكمن خطورتها في إمكانية إحراج المذيع أو على الأقل إرباكه في حال عدم تمكنه من الحلقة والتقديم .
- تمثل اختبارا حقيقيا لإمكانات وتمكن المذيع وكذلك اختبار حقيقي لقدرات المعد .

٣ - برامج الذكاء :

- تعتمد على الخدعة التي تنمي في المتلقي قوة الملاحظة فمثلا (أمر أمير الأمراء بحفر بئر في الصحراء ليشرب منها الفقراء .. فكم راء في ذلك) ؟ .
- بالتأكيد المشاهد غير الملاحظ أو من ليست لديه قوة ملاحظة وتركيز يبدأ بعد حرف الراء غير أن قوي الملاحظة يدرك أن المقدمة الطويلة المسجوعة للسؤال ليست سوى خدعة وأن السؤال الحقيقي يكمن في الشق الأخير (كم راء في - ذلك -) وبالتأكيد لا توجد راء في كلمة ذلك.

٤ - مسابقات الأسئلة والإجابات :

تركز على حصيلة المعلومات عند المشاهد وفي ذات الوقت تعطي معلومات جديدة للمشاهد وتزيد من حصيلته.

المسابقات الدعائية أو الإعلانية: تتسم بأسئلة أقرب للإجابة منها على الأسئلة، ويكون الهدف منها تعريف المشاهد بالجهة المستهدفة أو منتجاتها أو أي شيء يختص بها .

مسابقات الرسائل النصية القصيرة : لا تحتاج الي جهد كبير في الإعداد، ذلك أنها تعتمد على الأسئلة السهلة جدا ذات الإجابات الأسهل، لأن الهدف منها المشاركة ومساهمة المشاهد غير المباشرة في التكلفة أو جني الأرباح.

٥ - مسابقات الحظ :

تحتاج من المذيع جهد الفكرة ونسجها بطريقة جاذبة، وهي من المسابقات صعبة الإعداد نوعا ما، لأن الأفكار الجديدة تحتاج جهدا أكبر، وهذه المسابقات لا تعتمد على السؤال في بعض الأحيان بل تعتمد على الحوارات القصيرة، وحتى هذه الحوارات يجب أن تكون هادفة، ومثال هذا النمط من برامج المسابقات برنامج الحظ الذي يلتقي بالناس في الشارع، فيهبهم ما يغير مجرى حياتهم من جوائز مجانية أو كذلك، كالذي يجد سيارة قديمة فيقوم بإصلاحها وتغيير معالمها للأفضل بحيث تستعصي معرفتها على صاحبها.

٦ - مسابقات الكبار والأطفال :

تبقى برامج مسابقات الكبار أسهل إعدادا من برامج مسابقات الأطفال، لأن برامج مسابقات الأطفال تكون أكثر صرامة في تأكيد المادة والهدف، والتركيز على السلامة

خاصة في البرامج الحركية، إضافة إلى ان ما يتلقاه الكبير من معلومات بإمكانه المجادلة فيه ونقده وقبوله أو رفضه، أما المعلومة التي تصل للطفل فتشكل أساسا قاطعا يتم تخزينه والاستعانة به كمرجع في كل حياته.

٧ - مسابقات حركية وذهنية ومعلوماتية:

فالمسابقات الحركية تبقى أقل خطورة في السقوط في هوة التشكيك، ذلك أنها تعتمد على الأداء الجسماني المُشاهد شأنها شأن الرياضة. ويجب أن تكون كل حركة من الحركات في المسابقات تقود إلى مدلول معين أو بالأصح إلى قيمة معينة وتكون فيها فائدة، لأن برامج المسابقات ليست للإمتاع والترفيه فحسب، ولكنها تؤدي أدوارا اجتماعية وصحية ونفسية كبيرة.

البرامج المشتركة :

البرامج المشتركة نوع من أنواع برامج المناسبات، ويكون النقل فيها متناوبا بين أكثر من قناة وفي قناتين تلفزيونيتين على الأرجح، ودائما يكون مباشرا إلا في حالات الإعادة بالطبع.

وتتطلب البرامج المشتركة وجود فريقين تلفزيونيين في المحطتين، وإعداد النص بطريقة مرنة تحتاط لكل الاحتمالات المتوقعة، كما تحتاج تنسيقا دقيقا بين فريقَي المَعدِن. في الغالب يحتاج إعداد البرامج المشتركة إلى:

- مقدمة ترحيبية .
- تعريف بالمناسبة وتنويه بالربط .
- ضيوف في إستوديو كل قناة .
- فقرات ربط .
- تقارير وريبورتاجات .
- وسائل تدعيمه كالأشعار والأقوال والأغاني والأناشيد .