

الفصل الثاني

السيناريو في وسائل الإعلام

أولا : السيناريو في الإذاعة.
ثانيا : السيناريو في التلفزيون.

الموقف الدرامي في الإذاعة :

الموقف الدرامي في الإذاعة يتوقف على اعتماد جمهور الإذاعة على حاسة التخيل التي تمثل العنصر المشترك بين الجمهور والإذاعة، فنجد أنه لكي تؤدي حاسة التخيل وظيفتها بشكل دقيق أن يقوم الممثل باستخدام الأصوات التي تدل على الحدث، وما يصاحبه من ظواهر وأشياء مكملة للحدث من مكان وإكسسوارات والفصل الذي وقع فيه الحدث صيفاً شتاءً وهكذا ففي الإذاعة ينبغي أن يرسم الكاتب أبعاد الموقف الدرامي بكل دقة مظهراً كل ما يتعلق بهذا الموقف حتى تكتمل الصورة لدى المستمعين، وإذا شاب الموقف الدرامي في الإذاعة بعض الغموض فإن هذا سيؤثر بالسلب على فهمه لدى المستمعين ولن تكتمل حاسة التخيل لديهم فيصيب المستمع بالتشتت وعدم التركيز وبالتالي الانصراف عن هذا المسلسل أو البرنامج الإذاعي إلى شيء آخر.

الموقف الدرامي في السينما والتلفزيون :

الموقف الدرامي أو الحدث المقدم من خلال السينما والتلفزيون المعتمد على الرؤية يختلف تماماً عن الحدث المقدم من خلال الإذاعة، فنجد أن الرؤية من خلال المشاهد واللقطات تلعب دوراً هاماً في نقل الحقيقة للمشاهدين مرئية في شكل من أشكال الحياة العادية أما الإذاعة فالأمر يختلف تماماً، كما أنه من خلال الرؤية للمشاهد المجسمة على شاشة التلفزيون أو السينما نستطيع أن نميز بين ما يحسه الممثلين من شعور الممثل بالسعادة والفرح أو الحزن والألم من خلال متابعتنا لأحاسيس الممثل وشعوره على الشاشة وهذا أيضاً فرق كبير بين الموقف الدرامي في الراديو والتلفزيون، وأحب أن أوضح أنه ينبغي على الكاتب الذي يكتب الدراما المرئية أن يكتب بوضوح ولا يعتمد على أنه يكتب للتلفزيون أو السينما فيكتب بشكل خفي أو يحيط به الغموض.

طبيعة الدراما :

الدراما في اللغة اليونانية القديمة تعنى "الفعل" فهي ليست تصويراً خيالياً للفعل أو الحدث الدرامي، وإنما هي الفعل نفسه، ونستطيع أن نلتزم هذا من خلال المؤلفات الدرامية التي ظهرت منذ أقدم العصور أن الدراما تجسيد للأحداث الجارية على مسرح الحياة لكونها تحاكي الحياة اليومية، ولذا حينما نسمع كلمة دراما يتبادر إلى أذهاننا أنها كل الأشياء والأحداث والانفعالات والأساليب والأنماط المنظورة على منصة المسرح والسينما والتلفزيون وغير المنظورة وهي التي نسمعها في الراديو.

كما تعتبر الدراما واحدة من أهم الأدوات والفنون الفنية والإبداعية التي يمكن الاعتماد عليها والاستفادة مما لديها من شعبية جماهيرية كبيرة في خدمة قضايا المجتمع، وقد كثر القول حول البدايات الدرامية الأولى وحاولت كل دولة أن تثبت لنفسها فضل السبق في هذا الصدد، لكن المسرح اليوناني القديم يعتبر بوجه عام هو أصل الفكر الدرامي في العالم كله.

والدراما كما يراها الفيلسوف اليوناني القديم أرسطو (٣٨٤-٣٢٢ ق.م) هي عبارة عن محاكاة لفعل بشري بل أن كلمة دراما الشائعة في لغة المهتمين بهذا العمل في الوطن العربي، وفي لغات معظم الأقطار الأوروبية الحديثة مشتقة من كلمة يونانية قديمة تعنى (يفعل) أو (عملاً يؤدي)، والحقيقة أن الدراما في وجهها المتكامل لا بد أن تتضمن الفعل والمشاهدة وهذا ما يعبر عنه بكلمات اصطلاحية متزاوجة مثل المسرحية والعرض، أو النص والإخراج، أو الكلمة والتجسيد، أو المؤلف والممثل.. الخ ومعنى هذا أن الدراما تتألف من شقين هما:

١- عمل المؤلف.

٢- الشق الثاني عملية التجسيد.

فالدراما بمفهومها العام تحوى عنصرى الفعل والمشاهد، وتعنى كذلك سلسلة من الحوادث التي توحدت في نبل وجلال، وتعتمد على قوة الصورة وصدقها أكثر من اعتمادها على فن يقوم بتمثيلها، وكلمة دراما بأنواعها المختلفة تثير إعجابنا،

حينما تحدث عند الجمهور شعوراً بتوقع الحدث الدرامي قبل حدوثه، على منصة العرض، من خلال شغفه الفطري بعناصر اللون، والأداء والحركة، والحيوية والتغذية المرتجعة، وكذلك غبطة الممثل وشعوره بتحقيق ذاته الفنية عند أدائه الأدوار المسندة إليه.

والحقيقة أن الدراما ليست كالفنون الأدبية الأخرى تكتب أساساً لكي يقرأها الناس وهم جلوس في مقاعدهم، كما يقرأون الروايات والمقالات والسير الذاتية مثلاً، وإنما تكتب طبقاً لأصول وقواعد خاصة بها لكي يعرضها الممثلون بوسائلهم الخاصة لجمهور المتلقين سواء في المسرح أو في التلفزيون أو السينما أو الراديو، ولا بد أن نؤكد على أن نشأة الدراما في الأصل كانت في المسرح وليست في أي وسيلة أخرى.

ومعيار نجاح الدراما، يتوقف على ذلك الفعل الحيوي الذي ينبض بالحياة، ويتولد عن عقل الإنسان وعاطفته وخياله، وبالتالي يكون المسرح حياً يستطيع أن يعبر، وأن يمثل أنماط الدراما وأنواعها من خلال حرفة الكاتب المسرحي وإبداعاته الفنية، وعلى النقيض أو العكس فإن الكاتب الذي يحاول فرض أسلوبه على دراما مستقلة بذاتها خالية من الروح المسرحية والتي يغلب عليها الأساليب السوقية أو الألفاظ المبتذلة، والتي تثير الجدل حول مضمونها، فالدراما نبعث من واقع الحياة بصفة عامة، وأصلها يكمن في حيوية الأداء.

أهداف الدراما بوجه عام :

نجد أنه من الطبيعي أن تختلف أهداف الدراما، تبعاً لتنوع مضامينها وأشكالها المتعددة (تراجيديا، كوميديا، مهزلة ..) وانطلاقاً من رؤية كل من المخرج والمؤلف، والممثلين، فنجد أنه يوجد شبه اتفاق على أن أهداف الدراما تتلخص في الآتي :

١- الترفيه والتسلية والإقناع :

ونجد أن المقصود بعملية الترفيه والتسلية والإقناع هو عملية الإرضاء

النفسي لدى المشاهد على ما يقدم من عمل فني، حينما تنساب لديه الانفعالات المكبوتة، التي ترتبط بحوادث أليمة منسية، فيتوهم من خلال اللاشعور على أنها قصته، وتدل ضحكات الجمهور على ما يقدم لهم من أعمال فنية على الاستمتاع والترفيه والرضا عما يقدم لهم، ويختلف الترفيه في المجتمعات الإسلامية عن المجتمعات الغير إسلامية في أن الترفيه والإمتاع في المجتمعات الإسلامية معياره التسلية والأمتاع الحلال المباح الذي يؤدي إلى تنمية الشخصية السوية وخلق الشعور النبيل، والاستمتاع الذكي، الذي يزكى النفس، ويبعث فيها الراحة والاطمئنان الخالية من المجون والهوى والأفعال التي تخذش الحياء.

٢- الإعلام والمعرفة :

ويقصد بالإعلام هنا أن يتعرف المشاهد على نماذج من العلاقات الإنسانية الظاهرة أو الخفية، والتراث الشعبي التاريخي وقصص الأبطال والعظماء وتسلية العقل الواعي والاستفادة من ألوان الصراع الدرامي في تجربة الحياة الذاتية، ويتميز الإعلام في الدراما العربية الإسلامية بخلوه من أساليب الفتنة والإثارة أو محاكاة الغرائز الدنيا أو الجنوح إلى الجريمة والسلوكيات الدنبا

٣- اجتذاب الدراما للجماهير :

تلعب الدراما دوراً هاماً وحيوي في اجتذاب الجمهور من خلال نظرية اللاشعور التي تؤثر في حياتنا بدرجة كبيرة ومن هنا فلا بد من إشباع نزعات القوى اللاشعورية حتى لا تظل عبئاً مستمراً مكبوتاً، حيث تتراكم الانفعالات، وتؤدي بالتالي إلى ضغط هائل يؤثر في حياة الإنسان لذلك يتضح أهمية ظاهرة اجتذاب الدراما لجماهيرها في إطار مجموعة من الأسباب نذكر أهمها فيما يلي:

١- التخيل :

ويتمثل التخيل في أحد الطرق التي يحاول الفرد بها إخماد الاحباطات، وإطلاق ألوان الضغط الداخلي من عقالتها، ولأن معظم الأعمال الإبداعية الخلاقة، لا تعدو أن تكون ترجمة ذاتية تؤدي بالإنسان إلى أن يرى ما يدور في نفسه في

صورة مجسدة والقدرة الذاتية على إدخال البهجة والسرور أو الألم النفسي على نفوس المشاهدين عاطفياً أو ذهنياً.

٢- إثارة الانفعالات على المستويين العاطفي والذهني :

الدراما لها القدرة البارعة على تحريك انفعالات الإنسان وشعوره في صورة إنسانية بناءة أو صورة انفعالية هدامة، ولذلك ينبغي أن تكون الانفعالات العاطفية أو الذهنية التي تتبعها الدراما، هادفة بناءة تبعث روح الخير وتنزع نوازع الشر من النفس البشرية.

٣- التوجيه والتنقيف والتهديب :

حيث تساعد الدراما الجمهور على التعرف على أنماط السلوك الإنساني داخل البيئة المحلية وخارجها والوقوف على طبيعة المشكلات المعاصرة وطرق معالجتها، وكذلك التعرف على أنماط القيم والعادات والتقاليد والأعراف الاجتماعية والدينية السائدة في البيئات الإنسانية، ولذا ينبغي أن تركز الدراما من خلال عناصرها المتعددة على الأنماط الإيجابية التي تساعد على تهذيب المشاعر الإنسانية وخلق روح التعاون والمحبة بين أفراد المجتمع.

٤- اكتساب السلوكيات والسيناريوات الجديدة :

تعد الدراما مصدراً خصباً لاكتساب الإنسان سلوكيات معينة عن طريق عرضها لنماذج مهنية وعمالية وإدارية وصناعية وطبية، بشكل إيجابي منظم يساعد على اكتساب المهارات والسيناريوات الجديدة المفيدة، وكيفية توجيه رغبات الإنسان الداخلية إلى أهداف مثيرة نحو الإبداع والاختراع لأنماط نافعة من المستحدثات العصرية الحديثة.

فنيات الكتابة للراديو والتلفزيون :

يستعمل الراديو والتلفزيون معظم أشكال الكتابة مع إعدادها بحيث تناسب

الاحتياجات العديدة للاتصال بالجمهور، ونحن نجد أن الكتابة الإعلامية بوجه عام لا تلائم فقط المجال الذي تكتب من أجله كخشبة المسرح أو الميكرفون أو الكاميرا أو الصفحة المطبوعة بل الجمهور والغرض الذي تكتب من أجله (كالتوجيه والترفيه والإعلام والتثقيف والأمتاع الخ) ويؤثر الهدف من كتابة النص والجمهور الذي يكتب من أجله في طريقة الكتابة بمثل ما تفعل مقتضيات الكتابة للمجال نفسه أو الوسيلة ذاتها وبناءً على هذا فإننا نجد أن طبيعة الكتابة للتلفزيون تختلف عن طبيعة الكتابة للراديو وذلك لأن لكل من الراديو والتلفزيون طبيعة خاصة منفردة أو محددة وتقنية منفصلة وخصائص للتعرض مستقلة ومقتضيات خاصة تسعى في مجموعها إلى تحديد قواعد الاتصال بالجمهور التي تتفق والذوق الحسن، ومع هذا نود أن نؤكد أن هذا الاختلاف ليس كبيراً كالاختلاف بين كتابة مسرحية وكتابة نشرة إخبارية، ومهما كان الأمر فإن لكل من الراديو والتلفزيون الأسلوب الخاص به والطبيعة المميزة له في التأليف، كما أن لكل منهما كتابه المتخصصون في هذا المجال أو ذاك، وإن تشابهت إلى حد كبير الأشكال والقوالب الفنية التي يصيغ في إطارها كلا الجهازين الرسالة الإعلامية المراد نقلها أم الجمهور (كالحديث المباشر والندوة والتحقيق والحوار والمجلة والتمثيلية الدرامية ... الخ) وإن تشابهت كذلك أهداف الرسالة الإعلامية في كل من الجهازين، وفي هذا الفصل سنقوم بإلقاء الضوء على أسس ومقومات التأليف أو الكتابة الجيدة والسليمة لكل من الراديو والتلفزيون في ضوء القوالب والأشكال الفنية التي تقدم في إطارها برامج كلا الجهازين وليس في ضوء الأهداف أو الأغراض التي تسعى إلى تحقيقها مضامين هذه البرامج، ذلك أن الشكل أو القالب الإذاعي والتلفزيوني الواحد يمكن أن يصلح لتقديم أكثر من مضمون واحد من هذه المضامين، كما يمكن من خلاله تحقيق أكثر من غرض أو هدف إعلامي فمثلاً قالب الحديث المباشر يمكن أن يحتوي مضموناً دينياً أو ثقافياً أو إعلامياً أو ترفيهياً ... الخ.

وفي النهاية نستطيع القول بأن القوالب والأشكال الفنية التي تصاغ في

إطارها الرسالة الإذاعية والتلفزيونية بشكل عام هي :

١- برامج الأحاديث وتشمل :

١- قالب الحديث المباشر. ٢- قالب الحوار.

٣- قالب التحقيق. ٤- المجلة الإذاعية والتلفزيونية.

٥- برامج المناقشات.

٢- البرامج الإخبارية وتشمل :

١- النشرة الإخبارية ومواجيز الأنباء.

٢- التعليق الإخباري.

٣- التحليل الإخباري.

٤- التقارير والأشكال الإخبارية الأخرى.

٣- التمثيلية الإذاعية والتلفزيونية.

٤- الإعلان الإذاعي والتلفزيوني.

أولاً : أصول الكتابة لبرامج الأحاديث التلفزيونية والإذاعية :

نجد أن برامج الأحاديث هي أبسط أشكال الكلمة المذاعة بالراديو أو

التلفزيون وأكثر انتشاراً وهي تعتبر بمثابة عصب الرسالة الإذاعية والتلفزيونية في

العصر الحالي وتأتي أهمية هذه البرامج في الراديو والتلفزيون من كونها تجمع

بين العمق الذي تحققه الكلمة المطبوعة وبين دفء الاتصال المباشر الذي يحققه

نمط الأحاديث ، وبالنظر إلى مصطلح برامج الأحاديث نجد أنه مصطلح يطلق

ليغطي عدة نوعيات من أشكال البرامج المختلفة بداية من الحديث المباشر

والمقابلة والتحقيق الإذاعي والتلفزيوني إضافة إلى برامج المناقشات ويمتد إلى

البرامج الوثائقية وبرامج المجالات المختلفة، وزمن هذه البرامج يتفاوت من برنامج

آخر، فمثلاً يتراوح زمن المحادثة من دقيقة واحدة أو أقل كما في برامج المجلات ويمتد إلى نحو ساعة كاملة أو أكثر من ذلك كما في برامج الندوات والمناقشات والبرامج الوثائقية وقد تكون وظائف الأحاديث الإذاعية والتلفزيونية هي (الإعلام والتعليم والترفيه والتسلية والأمتاع ... الخ) ومقدم برامج الأحاديث له أهميته الكبرى في نجاح البرنامج، فالشخصية الجافة أو المركبة نادراً ما تستحوذ على اهتمامات المشاهدين والمستمعين حتى وإن كان الموضوع المتناول شديد الأهمية، فلذلك ينبغي انتقاء الشخصيات الجذابة الحسنة المظهر والتي يتسم أداءها بالوضوح والبساطة.

١- الحديث المباشر :

بالنظر إلى الحديث المباشر نجده أبسط أشكال البرامج الإذاعية والتلفزيونية، إذ لا يحتاج هذا النوع من البرامج إلا إلى شخص يتحدث واحد فقط يقوم بأدائه من خلال أى من وسيلتي الراديو أو التلفزيون، فالمتحدث يتحدث إلى المستمعين مباشرة كما يحدث في التحليل أو التعليق وموضوع الحديث قد يكون سياسياً أو اقتصادياً أو اجتماعياً أو دينياً أو أدبياً ... الخ، أى أن موضوعات الأحاديث متعددة ومتنوعة وكذلك أوقات إذاعتها مختلفة فمنها ما يقدم في الصباح ومنها ما يقدم في المساء وهكذا، ويقوم الحديث المباشر على الكلمة المنطوقة بكل خصائصها والتي تختلف عن الكلام المكتوب فالكلام المكتوب يمكن الرجوع إليه وإعادة قراءته إذا كان فهمه صعب وإذا احتوى على إحصاءات واصطلاحات وبيانات وأرقام وعلى ذلك فمن عيوب الأسلوب هنا تكون مثل الغموض وكثرة الجمل الاعتراضية والاستطراد والإطالة وما إلى ذلك من العيوب التي تتفاوت أثارها من الكلام المكتوب عنها في الحديث المباشر، فالحديث المباشر لا يحتمل من قريب أو بعيد مثل هذه العيوب مهما كان موضوعه شيقاً وجذاباً أو مهما كان من الأهمية بمكان.

عوامل نجاح الحديث المباشر :

يتوقف نجاح الحديث المباشر على عنصرين أساسيين هما: شخصية المتحدث والموضوع الذي يتحدث فيه وسأخذ هذين العنصرين ونوضحهما فيما يلي:

١- شخصية المتحدث :

الأساس الرئيسي لنجاح الحديث المباشر يعتمد على شخصية المتحدث، فيجب اختيار شخصية تتمتع بصفات منها :

١- أن تكون الشخصية معروفة ولها جماهيرتها ولها ثقلها ولها قبولها لدى الجماهير.

٢- أن تكون الشخصية ذات اسم رنان حتى يتابع الجمهور هذا البرنامج.

٣- أن تكون الشخصية متخصصة في موضوع الحديث ولديها دراية كاملة بالموضوع وأبعاده وجوانبه.

وبالنظر إلى الإذاعات العربية نجد أنها كانت لها في الماضي باع كبير وخبرة طويلة في مجال الأحاديث المباشرة التي تعددت وتنوعت آنذاك وكان على متحدثيها شخصيات استطاعت الإذاعة من خلالها استمالة عامة الناس وجذب اهتمامهم لها مثل علماء الأديان والثقافة والأدب والاقتصاد والرياضة والكثير من الشخصيات البارزة في المجتمع، أما الآن فنهتم الإذاعة وكذلك التلفزيون بتقديم مثل هذه الأحاديث المباشر ولكنها تميل إلى تقديم أغلبها أو معظمها بأسلوب خفيف على خلاف الأسلوب الجاد القديم والسبب في ذلك يرجع إلى ظهور أنواع أخرى جديدة من القوالب البرمجية التي قد تكون أكثر ملاءمة لتقديم مثل هذا المضمون البرمجي الجاد الذي لم يجد أمامه في بداية ظهور الإذاعات العربية سوى هذه النوعية من الأحاديث المباشرة، أما الآن فقد تغيرت الأشكال واستحدثت أنواع أخرى.

٢- مضمون المادة :

المضمون الجيد في أي مجال من المجالات الاقتصادية أو العلمية أو الاجتماعية

أو السياسية أو الدينية أو الثقافية ... الخ يضمن نجاح الحديث فالمضمون الجيد يتميز بإقبال الجمهور عليه وعدم الانصراف عنه لأي سبب من الأسباب وهنا نؤكد على أنه لابد من أن تكون المادة المقدمة من خلال الحديث المباشر سواء في الراديو أو التلفزيون قريبة من الواقع وتمس قضايا ومشكلات المجتمع التي يعايشها الناس عن قرب فإنها غالباً ما تجد لها جماهير كثيرة.

طريقة إعداد المادة في الحديث المباشر :

المادة المقدمة قد تكون من إعداد المتحدث نفسه الإذاعي نفسه أو شخص آخر له جماهيرية وقبول لدى المشاهدين والمستمعين أو مادة يكتبها كاتب متخصص غير المتحدث، مع التوضيح أنه في قليل من الأحيان قد يتم إلقاء المادة بطريقة مرتجلة دون الالتزام بنصها المكتوب.

وهناك اختلاف بين الحديث المباشر المقدم في الراديو عن المقدم في التلفزيون، فنجد أن الحديث المباشر المقدم في الراديو لا يحتاج إلى مؤثرات صوتية أو حوار مع شخصية أخرى ولكن كل ما يعتمد عليه هو مقدمة موسيقية إلى جانب صوت المتحدث الذي يقدم الحديث، أما في التلفزيون فنجد أن هناك تغييرات في شكل الإطار الذي يقدم من خلاله الحديث المباشر، فيلاحظ أن اعتماد التلفزيون على الصورة يتطلب خلفية في الشاشة تكون صورة أو رسم مكمل لما يتحدث عنه الشخص أو يناقشه المتحدث، وهناك بالتلفزيون العديد من البرامج التي تمثل الأحاديث المباشرة فنجد أن المتحدث هنا يتناول فكرة معينة ويتحدث عنها ومن خلال شاشة التلفزيون يقوم بالاستعانة بفيلم تسجيلي يشرح فكرته ويوضحها للمشاهدين وهذه ميزة يتميز بها الحديث المباشر في التلفزيون عن الراديو.

أنواع الأحاديث المباشرة :

١- الحديث التثقيفي :

وهذا النوع من الأحاديث هو ما يتعلق بالثقافة العامة لأفراد المجتمع

وتقديمه لهم في شكل فنى جذاب وهذا النوع من الأحاديث نجده يتمثل في الموضوعات الأدبية والعلمية والفنية إضافة إلى الموضوعات التاريخية والاجتماعية والدينية والتنموية فكلها تتضمن معلومات وأفكار وآراء تغذى العقل وتضيف إليه شيئاً جديداً.

٢- الحديث الإخباري :

والحديث الإخباري يهدف إلى إعلام المتلقى المشاهد والمستمع علماً بكل ما يحيط به من أحداث وأخبار وشئون جارية إلى جانب عملية التحليل والتفسير المرتبطة بهذه الأحداث وتلك الشئون الجارية، ومن اسم هذا النوع من الأحاديث يفهم أن مضمون هذا النوع من الأحاديث هو مضمون إخباري في المقام الأول كما هو الحال في نشرات الأخبار والتحليلات والتعليقات الإخبارية التي تعتبر بمثابة أحاديث مباشرة تستهدف إعلام المتلقى وإخباره بكل ما هو جديد من أخبار.

٣- الحديث الترفيهي :

وهذا النوع من الأحاديث المباشرة يغلب على مادته ومضمونه الجانب الترفيهي إضافة إلى الهدف الاجتماعي كما هو الحال في أحاديث النقد الاجتماعي وغيرها من الأحاديث الترفيهية التي يقدمها شخصيات معروفة في مجالات مختلفة كالفن والرياضة وغيرها من المجالات.

خصائص الحديث المباشر :

الحديث المباشر الذي يتم تقديمه من خلال الراديو أو التلفزيون يتميز بعدة خصائص معينة وهي :

- ١- الحديث المباشر الجيد هو الذي يستهله المتحدث بما يسمى براعة الاستهلال أى أن تكون البداية مشوقة وجذابة وكذلك تكون النهاية.
- ٢- أن يكون الحديث خالي من الأخطاء سواء أكان الخطأ علمياً أم خطأ يتعلق باللغة كأخطاء النحو والصرف وأخطاء النطق والإلقاء.
- ٣- الحديث المباشر الجيد هو الذي يكتسب حيويته من التلويح في القراءة

والتغيير في الإيقاع.

٤- من خصائص الحديث المباشر أن يتسم الحديث بالجمل القصيرة والكلمات البسيطة.

٥- أن يتجنب المتحدث الإفراط في استخدام حروف الجر.

٦- أن يتخيل المتحدث جماهيره فيه وأن يكتب بأسلوب يتسم بالحيوية والإشراق.

٧- الابتعاد عن استخدام الأرقام والإحصائيات.

٨- أن يكون الحديث ملئاً بالصور الذهنية التي تثير خيال المستمع والمشاهد.

٩- أن يعتمد الحديث على صدق الكلمة المعبرة عن مضمون الأفكار المقدمة.

١٠- أن تشتمل خاتمة الحديث على استعراض مختصر لما تضمنه الحديث واستهدفه هذا الحديث من معلومات.

أسلوب كتابة الحديث المباشر :

أسلوب الحديث المباشر يحتاج دائماً إلى الوضوح والدقة والبساطة في اختيار الجمل والعبارات اللغوية التي تقدم به، حيث ينبغي أن تتمشى هذه الجمل والعبارات وتلك التراكيب اللغوية مع درجة إدراك وفهم المتلقى لمعناها بسهولة ويسر، وعلى هذا الأساس ينبغي على الكاتب الإذاعي أو التلفزيوني أن يحرص في كتابته للحديث المباشر أن يجعله يقترب من لغة الخطاب والحوار العادية أي التي يتعامل بها الناس فيما بينهم وذلك عن طريق إزالة الكلفة بين المتحدث والمتلقى إلى جانب الابتعاد عن الكلمات المستوحشة والغامضة والتراكيب اللغوية الجافة وكذلك تجنب استعمال الضمائر الشخصية والتكرارات المملة، مع الأخذ في الاعتبار أن المبالغة في لغة التودد مع الشخص المتلقى والمبالغة في بساطة الأسلوب بطريقة واضحة قد تؤدي إلى نتيجة عكسية حيث من الممكن أن يؤدي هذا الأمر إلى استخفاف الشخص المتلقى بالبرنامج وعدم الاهتمام به.

مدة الحديث المباشر :

تختلف مدة الحديث المباشر عن الراديو للتلفزيون فنجده في الراديو تتراوح مدته بين خمس دقائق وربع ساعة وقد تزيد هذه المدة بالنسبة لجمهور البرنامج الثاني، وهناك رأى يقول بأن الحديث المباشر الموجه للجمهور العام إذا زاد على خمس دقائق مله المستمعين، وبالنسبة للتلفزيون ونظراً لوجود الصوت والصورة معاً فمدة البرنامج هنا تكون أطول فهي هنا تتراوح ما بين الربع ساعة و ٣٠ دقيقة والساعة كاملة أو الساعة ونصف في الأحاديث التي تعرض أفلام تسجيلية.

٢- برامج المناقشات والندوات :

يقصد ببرامج المناقشات والندوات البرامج التي يلتقى فيها أكثر من صوتين في وقت واحد لبحث موضوع معين، أما من وجهات نظر مختلفة وإما من وجهات نظر متعددة وعلى ذلك فالموضوع الذى يدور حوله النقاش إما أن يكون موضوعاً تتقافه آراء عدة مختلفة وعلى ذلك تتقابل وجهاً لوجه يحاول كل شخص أن يقنع الآخر بوجهة نظره.

وإما أن يكون الموضوع ذا جوانب متعددة وعلى ذلك يعرض كل مشترك في الندوة الجانب الذي يمثله دون اختلاف في وجهات النظر.

كما يمكن تعريف المناقشة بأنها شكل إذاعي أو تلفيزيوني يهدف بوجه عام إلى تبادل ونشر الآراء بين جمهور المستقبلين حول قضية أو مشكلة بعينها سواء كانت تلك الآراء هامة كما في المناقشات الجادة أو من أجل التسلية كما هو الحال في المناقشات الخفيفة.

أهداف برامج المناقشات والندوات :

برامج المناقشات والندوات تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي :

- ١- إطلاع الجماهير على القضايا التي تعيشها الأمة وتتفاعل معها الجماهير وتزويد الجماهير بالمعلومات والآراء والتصورات المتعددة بشأنها.
- ٢- دفع الفرد المتلقى إلى مزيد من التفكير في الموضوع الذي تعالجه المناقشة في محاولة لتحقيق التفاعل الاجتماعى بشأن ما يثيره الموضوع

من أفكار ومقترحات وآراء.

- ٣- إلقاء الضوء أمام الجماهير على المشكلات التي تتعلق بحياتهم أو حياة غيرهم من أبناء المجتمع وعرضها من وجهات نظر مختلفة.
- ٤- إيصال الحقائق والمعلومات إلى الناس بطريقة طبيعية سهلة وقرينة إلى نفوسهم مما قد يخرجهم من التوتر الذي قد ينتابهم بشأن العديد من القضايا المختلف عليها والتي قد لا تستطيع أشكال البرامج الأخرى عرضها بتلقائية مناسبة.
- ٥- محاولة الوصول إلى حلول منطقية وعملية إزاء الموضوعات أو المشكلات أو القضايا التي تثار بشأنها تلك النوعية من البرامج.

كيفية عمل برامج المناقشات :

يتوقف نجاح أى برنامج من برامج المناقشات على محاولتنا الوصول إلى اختيار الموضوعات الصالحة للمناقشة واختيار المشتركين فيها واختيار مدير المناقشة، التكامل بين هذه العناصر الثلاثة والترابط بينها هو أساس نجاح أو فشل برامج المناقشات وسنوضح فيما يلي هذه العناصر الثلاثة وهي:

١- اختيار موضوع المناقشة :

نجد أن هناك العديد من الموضوعات والقضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والفكرية التي يصلح عرضها من خلال هذا اللون من البرامج وبالذات القضايا والموضوعات التي تكون موضع جدل واختلاف في وجهات النظر ومجمل القول في هذا الصدد أن يكون موضوع المناقشة يثير اهتمام أكبر قدر ممكن من الجماهير (مستمعين - مشاهدين) حتى تقبل الجماهير عليه وأن يكون مرتبطاً بظروف وقضايا المجتمع المعاصرة.

كما ينبغي أن يكون موضوع المناقشة يتسع ليشمل العديد من وجهات النظر المختلفة بشأنه، على أنه في النهاية ليس شرطاً أن ينتهى موضوع المناقشة

إلى حل واحد أو رأى أخير بخصوص ما يثيره من قضايا أو مشكلات، فقد يترك مفتوحاً أمام المستمعين أو المشاهدين لكي ينتهوا إلى آرائهم الخاصة التي يمكن استخلاصها من المناقشة.

٢- اختيار المشتركين في المناقشة :

يجب أن يشترك في برامج المناقشات أو الندوات إثنان على الأقل إلى جانب مدير المناقشة، كل منهما يدافع عن وجهة نظر معينة أو يتناول الموضوع من زاوية خاصة على أنه قد يزيد عددهم في بعض الأحيان حتى يصل إلى ثلاثة أو أربعة ولكن يجب ألا يتجاوز المشتركون هذا العدد حتى تتاح لهم الفرصة للتعبير عن وجهة نظرهم وحتى لا يرتبك المستمع أو المشاهد بين عدد كبير من الأصوات والآراء المتباينة، وليس هذا في الواقع موضوع خلاف لكن موضوع الخلاف الحقيقي هنا هو الأساس الذي يتبع في اختياره هؤلاء المشتركين فبعض الكتاب والمخرجين يفضل أن يختارهم على أساس السيناريو بصرف النظر عن الرنين الذي تحدثه أسماؤهم أى بصرف النظر عن شهرتهم في الميدان العام وجاذبيتهم لدى الجمهور، أما البعض الآخر من الكتاب فيفضل أن يكون المشتركون في المناقشة من المتحدثين ذوى الشهرة والجادبية الخاصة لدى المستمعين أو المشاهدين بصرف النظر عن مدى خبرتهم في الموضوع الذى تثار بشأنه المناقشة وكلا الرأيين له ما يؤيده من المنطق فالأول يريد البحث عن الحقيقة بغض النظر عن الوسيلة والثانى يريد جذب أكبر قطاع من المستمعين أو المشاهدين لضمان نجاح البرنامج وإثارة الاهتمام العام بموضوعه.

٣- اختيار مدير المناقشة.

يتوقف نجاح برامج المناقشات على حسن إدارتها من جانب القائم بإدارتها ويرى بعض كتاب السيناريو الإذاعيين ضرورة أن يكون مدير المناقشة وليس خبيراً فحسب في الموضوع المثار خلالها، حتى يستطيع أن يديرها بأقصى درجة من

الكفاءة والوعى بأصولها، ذلك أن هناك بعض الأمور التي لا بد من مراعاتها بدقة عند إدارة مثل هذه النوعية من البرامج لضمان نجاحها هذا إلى جانب أننا لا نضمن إطلاقاً أن يقف الخبير بالموضوع (من هؤلاء الذين تستعين بهم الإذاعة أو التليفزيون من غير الإذاعيين) موقفاً محايداً أثناء إدارته أو قيادته للمناقشة لأنه بالضرورة صاحب وجهة نظر وبالتالي سوف يجد نفسه مضطراً بطريق مباشر أو غير مباشر إلى التدخل في موضوع المناقشة، وهذا الأمر مرفوض بطبيعة الحال، يضاف إلى ذلك أنه مادام هو خبيراً بالموضوع فلن يخطر بباله أن يوقف المناقشة لحظات معينة لكي يسأل عن نقطة عابرة أو كلمة أقيت أثناء المناقشة باعتبارها من الأمور البديهية بالنسبة له تكون غامضة بالنسبة للجمهور، وبذلك قد يضيع الموضوع كله من وجهة نظر المتلقى العادي إذ قد يعجز عن متابعته، بل أن المناقشة ككل قد تنتهي إلى أن تصبح مناقشة أكاديمية لا علاقة لها بالجمهور العام، ونود القول بأن الشروط المطلوبة في مدير المناقشة يجب أن تتمثل أولاً في السيناريو الإذاعية ثم تأتي بعد ذلك بقية الشروط الأخرى، وأحب أن أوضح بعض سمات وخصائص ينبغي أن يتحلى بها مقدم برامج المناقشات والندوات وهي :

١- أن يلتزم بالحياد التام ولا يتدخل في المناقشة إلا إذا اشتد الخلاف بين أعضاء المناقشة وهنا يكون تدخله بهدف التهدئة والعودة بالمناقشة إلى موضوعها الأساسي.

٢- أن يكون أقل الحاضرين كلاماً بحيث يترك الفرصة شبه كاملة لأعضاء المناقشة للإفضاء بما لديهم من آراء وتصورات حول موضوع المناقشة.

٣- ألا يسخر من أحد المشتركين في المناقشة بالإشارة إلى جنسه أو لونه أو مستوى تفكيره أو درجة تعليمه أو ثقافته.

٤- ألا ينحاز لطرف من أطراف المناقشة دون الآخر.

٥- أن يكون قادراً على تنظيم عملية المناقشة وقيادتها بما يؤدي إلى نجاحها في تحقيق الهدف منها، وبما يؤدي كذلك إلى إبراز جوانب الموضوع

المثار فيها بكفاءة عالية.

- ٦- أن يكون مطلعاً إطلاعاً كافياً على كل ما يتعلق بموضوع المناقشة.
- ٧- أن يكون قادراً على طمأنة المشتركين في المناقشة وتأكيد ثقتهم في نفوسهم وتشجيعهم على الاشتراك في موضوع المناقشة.
- ٨- أن يستطيع الانتقال من سؤال إلى آخر داخل المناقشة بطريقة طبيعية يسيرة وبأساليب تلقائية غير مفتعلة لا يشعر بها الجمهور.
- ٩- أن يكون نشطاً راعياً في السؤال والمعرفة الجادة.
- ١٠- أن يكون لطيفاً ومهذباً في علاقته بكافة المشتركين في المناقشة.
- ١١- أن يكون قادراً على ضمان اشتراك كل المتحدثين في المناقشة على قدم المساواة فإذا صادف متحدثاً خجولاً كان عليه أن يدفعه للكلام بتوجيه أسئلة مباشرة إليه، وإذا صادف متحدثاً يميل إلى احتكار الكلام فعليه أن يتدخل بطريقة لبقة لتحويل الكلام منه إلى غيره من المتحدثين.

أنواع برامج المناقشات:

١- المناقشة الجماعية :

المناقشة الجماعية عبارة عن شكل إذاعي يستخدم بفاعلية في حل المشكلات التي تتعلق في أغلبها بالقطاعات الصناعية والتجارية والزراعية والصحية والتعليمية في المجتمع، وهي تتضمن في طياتها معلومات موضوعية تستخدم لأغراض محددة تهم فئات معينة من الجمهور ويختلف هذا الشكل عن أشكال المناقشات الأخرى لأنه يسعى إلى حل المشكلة باستخدام أسلوب التفكير الجماعي والمناقشات الحرة من جانب المشتركين في المناقشة (الذين قد يكون من بينهم ممثلون على الجمهور) وهو بهذا المعنى يهدف ضمناً إلى تطوير مفهوم واضح

ومحدد للمشكلة إلى جانب تشخيص أسبابها عن طريق البحث الموضوعي وإيجاد حلول لها مبنية على ضرورة إزالة مسبباتها.

والمشاركون في هذا النوع من المناقشات لا يسعون لعرض وجهات نظرهم على الجماهير، وليس شرطاً أن تتعارض آرائهم، وإنما يحاول كل منهم شرح مظاهر المشكلة المطروحة وبيان أسبابها بأسلوب موضوعي مع الاستعانة في ذلك بنتائج البحوث العلمية الموضوعية التي تقدم بعض الحلول القابلة للتنفيذ وتتميز الأسئلة التي يطرحها مدير المناقشة بكونها أسئلة مفتوحة مثل : ما هي الإجراءات الكفيلة بحل مشكلة الصراع العربي الإسرائيلي ؟

وبشكل عام لا تتعدى نصوص المناقشة الجماعية احتواءها على مقدمة حول أهمية الموضوع المثار وخلفية عن المشاركين في المناقشة إلى جانب بعض المعلومات (المرتبة حسب نقاط عرض المشكلة) التي توضح طبيعة المشكلة وصولاً إلى حل المشكلة حلاً يتقبله الجميع.

١- مناقشة المائدة المستديرة :

وهذا النوع من المناقشات يطلق عليه أحياناً اسم ندوة الحوار الهادئ وهو من أبرز أنواع برامج المناقشات وأكثرها شيوعاً في الإذاعة والتلفزيون وتقوم هذه المناقشة عادة على تقديم عدد من الضيوف حول منضدة مستديرة في موقف يتبادلون فيه الأفكار والآراء حول موضوع الزكاة عن الزروع أو الأموال لا نظن أن هناك خلاف بشأن أهمية الزكاة الدينية والروحية والاجتماعية، وبالتالي فإن تناولها في إطار هذا النوع من المناقشات يمكن أن يتم من خلال الأتيان بعالم دين وأحد رجال الاقتصاد للتحدث عن الحكمة من وجود فريضة الزكاة وإبراز أحكام هذه الفريضة دينياً على الوجه الصحيح فضلاً عن أحد علماء النفس الذي قد يتولى توضيح أهمية هذه الفريضة على خلق نوع من الرضا بين الناس وعدم خلق الأمراض النفسية وجعل المجتمع تسوده روح المحبة والوفاق والوئام، وعموماً تعتمد هذه المناقشة على تلقائية المشتركين فيها عند طرح آرائهم ولا يوجد وقت محدد

لكل مشترك، وأحياناً لا يكون هناك تحديد للموضوعات الفرعية التي يتطرق إليها النقاش، وبطبيعة الحال لا بد أن يكون المشتركون في هذه المناقشة من كتاب السيناريو المتخصصين في القضية أو الموضوع المطروح وعادة يعرض كل مشترك ما يرد إلى ذهنه من أفكار ومعلومات بخصوص هذا الموضوع أو تلك القضية، وفي أغلب الأحيان لا يشارك مدير المناقشة فيما يدور من مناقشات بخصوص الموضوع المثار وإنما يقتصر دوره على التوجيه وتنظيم المناقشة حتى لا يحدث خروج عن الموضوع المطروح وكذلك توزيع زمن البرنامج بين المتناقشين بقدر من التوازن، ويمكن لمثل هذه المناقشات أن تتحول إلى حوار ساخن نتيجة اختلاف في وجهات النظر أو حماس بعض الأطراف بحيث يهدد هذا بالخروج عن الطبيعة الهادئة لها بل والخروج عن موضوعها الأساسي، وهنا ينبغي على مدير المناقشة أن يتدخل إلى إعادة المناقشة إلى مسارها الصحيح هذا ويشتمل النص المكتوب لهذا النوع من المناقشات على مدخل لتوضيح أهمية الموضوع الرئيسي ورؤوس الموضوعات الفرعية، وخلفية من أعضاء المناقشة وتلخيص للآراء والأفكار التي تسفر عنها المناقشة الأولية التي ينبغي أن يجريها قائد المناقشة مع المشتركين فيها قبل تسجيل البرنامج أو إذاعته على الهواء إلى جانب خاتمة البرنامج.

٣- المناقشة الأفقية المواجهة :

يستضيف هذا النوع من المناقشات عدداً من الشخصيات التي لديها حلول شخصية واقعية للتطبيق على مشكلة أو قضية بعينها تهم الجماهير على أن يتم منح كل شخص من هؤلاء المشتركين في مناقشة هذه المشكلة أو تلك القضية وقتاً محدداً ومتعادلاً لعرض أفكاره وآرائه وفي مثل هذا النمط من المناقشات لا بد أن يكون الموضوع المطروح للمناقشة على الأقل جانبيان واضحا وغالباً ما يشترك فيه ثلاثة أشخاص منهم خبيران يعالجان من وجهة نظر مشتركة والثالث شخص عادى يتميز بالذكاء وبشغفه للمعرفة ليقوم بسؤال الخبيرين لتكملة الموضوع أو

لتوضيحه أمام الجمهور، ويكون السؤال في هذه النوعية من المناقشات موحداً لكل المشتركين فيها من جانب قائد المناقشة، وبعد الانتهاء من الرد على جميع الأسئلة يمكن السماح لبعض أفراد من الجمهور العادي الذي يمكن وجوده داخل الاستوديو أثناء المناقشة طرح بعض الأسئلة على جميع أعضاء المناقشة أو على بعضهم لمناقشتها وتبادل الرأي بشأنها (أو يقوم مدير المناقشة نفسه بتوجيه هذه الأسئلة إذا كانت هذه الأسئلة قد بعث بها الجمهور عن طريق الهاتف مثلاً) وبعد انتهاء الوقت المحدد للرد على أسئلة الجماهير يعطى لأعضاء المناقشة مرة أخرى وقت محدد ومتساوي لتلخيص آرائهم وعرض مجمل أفكارهم وتصوراتهم عن الموضوع أو القضية المثارة وتحتوى في الغالب نصوص هذا النوع من المناقشات على إعطاء خلفية عامة عن موضوع المناقشة وتقديم المشتركين فيه وتحديد الأوقات المخصصة لكل منهم لعرض وجهة نظره في الموضوع أو المشكلة ثم خاتمة البرنامج التي ينبغي أن تشمل على تلخيص لجميع آراء المشتركين فيه.

٤- المناظرة :

تعتبر المناظرة نوعاً من برامج المناقشات التي يندر وجودها في مجتمعات العالم الثالث والتي يكثر ظهورها في الدول المتقدمة وإن كانت هذه الدول لا تلجأ جميعها إلى هذه النوعية من البرامج، كذلك يندر استخدام هذا الشكل من برامج المناقشات في الراديو حيث يكاد يقتصر وجوده على التليفزيون وهذا الشكل يعتمد باختصار شديد على وجود طرفي نقيض بداخله كأن يستوعب مرشحين في الانتخابات أحدهما للحزب الحاكم والآخر للحزب المعارض، وفي هذا الإطار يستخدم كل طرف في المناظرة إمكانياته ومهاراته وقدراته من أجل تدعيم آرائه وأفكاره وشرح الحجج المؤيدة لوجهة نظره. وفي نفس الوقت دحض وتقنياد آراء وأفكار الطرف الآخر ويكثر استخدام هذا النوع من البرامج بصورة واضحة في الولايات المتحدة الأمريكية وبالذات أثناء الحملات الانتخابية التي يتنافس عليها في الغالب حزبان

هما الحزب الديمقراطي والحزب الجمهوري لتولي سلطة رئاسة الدولة، كما يستخدم مثل هذا النوع من البرامج في دول غرب أوروبا مثل فرنسا وفي هاتين الدولتين يتم تقديم هذه المناظرة من خلال شاشات التلفزيون حتى يستطيع الشعب الحكم على أى المرشحين أقدر على تولى سلطة رئاسة الدولة، وعادة ما يقتصر الإعداد للمناظرة على كتابة المقدمة وتقديم طرفيها إلى جانب عرض مجموعة من الأسئلة بالتساوى مع كل طرف مع إعطاء كل منهما أوقاتاً متساوية للرد على هذه الأسئلة، كما يتم كذلك تحديد موعد بداية ونهاية المناظرة أما النهاية الخاصة بها فتترك مفتوحة لحكم الجماهير .

كيفية كتابة وإعداد برامج المناقشات والندوات :

تتخذ المناقشة في الغالب ثلاثة أوضاع، الأول أن تكون تلقائية بغير الاعتماد على نص مكتوب، والثاني أن تكون مكونة من نص مكتوب، أما الثالث فيجمع بين النوعين السابقين، بمعنى أن يكون جزء منها من نص مكتوب والجزء المتبقى يتم بطريقة تلقائية فيكتب كل مشترك في المناقشة البيان الرئيسي الذي يعبر عن وجهة نظره في الموضوع ثم تدور بعد ذلك مناقشة تلقائية فيما ورد من بيانات وبشكل عام يبدأ الإعداد للمناقشة أياً كان نوعها بإجراء أبحاث مستفيضة حول موضوعها للتأكد من صلاحيتها وأهميته ومدى احتوائه على عنصر التعارض والتشويق، ويتوقف اختيار المتناقشين على نوع الموضوع الصالح للتناول داخل هذا النوع من البرامج وعلى القائم بإعداد برنامج المناقشة أو الندوة أن يتحدث مع الأشخاص المزمع اشتراكهم فيها ومعرفة آرائهم قبل البدء في كتابة النص الخاص به وإمداد مدير المناقشة أو الندوة بهذه الآراء في صورة مكتوبة للتعرف على المشتركين فيها والوقوف على وجهة نظر كل منهم وإمكانية قيامه بإضافة شئ جديد لموضوعها، كما ينبغي على كاتب نص المناقشة أن يدون على هذا النص الزمن الذى تستغرقه أو سوف تتطلبه كل مرحلة في هذه المناقشة حتى يلتزم به مقدم المناقشة عندما يحين تنفيذها (تسجيلها أو إذاعتها على الهواء) أو إذاعة المراحل المختلفة منها وعند إعداد نص المناقشة ينبغي أن يوضح به ترتيب حديث المشتركين فيها وتوزيعهم على أماكنهم داخل الأستوديو وكذلك التوجيهات الخاصة لهم فيما يتعلق

باستخدام الميكروفونات ومعرفة اتجاهات حركة الكاميرا في التليفزيون وتبادل الإشارات أثناء عملية التنفيذ إلى غير ذلك، وعموماً تتخذ المناقشة عند إعدادها قالباً محدداً يتسم بالتوازن ويحتوى على :

- ١- مقدمة يعرض فيها مدير المناقشة موضوعها على المستقبلين بوضوح ويذكر فيها أسماء المشتركين عند تقديمهم حتى يتعرف المستقبل على أصواتهم وصورهم ويتعود عليها جيداً.
- ٢- جسم المناقشة ويشمل على عرض السمات الرئيسية لموضوعها.
- ٣- نهاية المناقشة وتتكون من ملخص لكل ما دار في موضوع المناقشة من آراء ونتائج وتوصيات ولابد من الاختصار في عرض الملخص حتى لا يأخذ شكل الحديث المباشر الذي يبث فيه مدير المناقشة صوته وأسئلته الجديدة.

عوامل نجاح المناقشة :

- ١- اختيار موضوع المناقشة على أساس درجة اهتمام المواطنين به.
- ٢- استخدام اللغة المتداولة البسيطة والمفهومة لدى الجميع مع الاهتمام بشرح الاصطلاحات العلمية الصعبة.
- ٣- التحدث بصوت عالى واضح وعدم خفض الصوت.
- ٤- ضرورة إضفاء الحيوية على المناقشة باستخدام أسلوب المحادثة وعدم التردد في إلقاء بعض الفكاهات اللفظية لإضفاء الاسترخاء النفسي على جو المناقشة.
- ٥- معرفة قائد المناقشة لأسماء ومهن وألقاب واتجاهات المشتركين فيها حتى يتمكن من تقديمهم وإجراء توازن بين وجهات نظرهم.
- ٦- الاختصار في المناقشة والتركيز على النقاط المرتبطة بالموضوع.
- ٧- مراعاة سلاسة وسيولة المناقشة.
- ٨- مقاطعة المتناقشين عند استرسالهم فى الحديث أو خروجهم عن الموضوع.

٣- اللقاء الإذاعي أو التلفزيوني :

تحتل برامج الحوار أو المقابلة أو اللقاءات نسبة كبيرة وملفتة للنظر من وقت الإرسال اليومي في كل من الراديو والتلفزيون وبعض هذه المقابلات يكون قصيراً جداً على غرار المقابلات التي تذاع ضمن الأخبار ولا تتجاوز مدتها في بعض الأحيان عشر ثوان فقط، غير أن هناك مقابلات مع المسؤولين بالنسبة لحدث معين أو واقعة هامة تستغرق وقتاً طويلاً.

تعريف اللقاء الإذاعي أو التلفزيوني :

هو عبارة عن قصة مبنية على أسئلة وإجابات عليها، وهي غالباً ما تسجل قبل إذاعتها ونادراً ما يتم إذاعتها على الهواء مباشرة، وفي حين تعرف الأولى بالقصة الحوارية المسجلة، تعرف الأخيرة بالقصة الحوارية الحية.

ومن خلال التعريف السابق يمكن القول بأن المقابلة الإذاعية أو التلفزيونية إنما يطلق على ذلك النوع من البرامج الذي يلتقى فيه مذيع مع شخص آخر ليجري معه حواراً حول موضوع من الموضوعات التي تهم المستمعين أو المشاهدين فيقوم بتوجيه الأسئلة التي تتصل بهذا الموضوع ويتلقى الإجابة عليها.

الفرق بين المقابلة والمحادثة :

المقابلة تختلف عن المحادثة في عدة نواحي من أهمها أن الشخص الذي يجري المقابلة لا يكون شخصية مستقلة ولا تكون له مطلق الحرية في القول بما يريد لأنه في تلك الحالة لا يمثل ذاته أو يعبر عن نفسه، بل هو يمثل ويجسد ويعبر عن فضول الجمهور وحبه للاستطلاع ويسلم بحق هذا الجمهور في فضوله وحبه للاستطلاع، وكذلك فإن سلوكه الذي يتسم بالاتزان والألفة ليس أكثر من وسيلة لتزويد جمهوره بالمعلومات، وبضيف هؤلاء قائلين ونحن نتفق معهم في ذلك بأن المقابلة التي لا تزيد عن كونها مجرد محادثة عادية إنما هي مقابلة رديئة وليست إلا مضيعة للوقت ويكفي أن المقابلة تخضع للتحكم والسيطرة والإعداد

والترتيب وهذا ما لا تخضع له المحادثة ومهما كان الأمر فإن اللقاء الإذاعي يهدف أساساً إلى مساعدة الشخص المتلقى في الحصول على معلومات جديدة حول موضوع يهمه من خبير يحتكر هذه المعلومات التي لا يمكن الحصول عليها من مصادر أخرى، لذلك فاللقاء الذي يصل إلى المستقبل معلومات شائعة وقديمة في مجال المعرفة العامة يكون مصيره دائماً الفشل لأنه لا يمد المستقبل بخبرات مرضية.

القالب الذي يوضع فيه اللقاء (الحوار) المقدم بالراديو أو التلفزيون:

١- المقابلة الإستعراضية :

وهي مقابلة تتفد بالراديو أو التلفزيون. ويمكن تنفيذ هذا النوع من المقابلات داخل الأستوديو أو خارجه، أما مدته فتتراوح ما بين ١٥ دقيقة و ٦٠ دقيقة أى ساعة وتصل في أحيان أخرى إلى ٩٠ دقيقة، وفي هذه الحالة ينبغي التدقيق في اختيار الضيف الذي يستحق أن يمنح هذا الوقت الكبير.

٢- المقابلة المتعلقة بالوقائع :

وهي مقابلة قصيرة عادة حيث لا تزيد مدتها عن ٣٠-٤٠ ثانية وإن كانت تصل في بعض الأحيان إلى دقيقتين وذلك في حالة اعتمادها على موضوعات هامة أو معقدة، وهي كثير ما تخضع لعملية المونتاج لكي تتاح الفرصة لظهور أكثر من شخص يتحدث كل منهم جملة أو جملتين وبشركون جميعاً في موضوع واحد كما هو الحال في اللقاءات الإخبارية.

٣- اللقاء المصور على فيلم :

ويستخدم هذا النوع من المقابلات في التلفزيون فقط بطبيعة الحال، وهي مقابلة تسجل على فيلم أو شريط فيديو وتتخللها لقطات تتصل بموضوع المناقشة ويمكن أن يعتمد هذا النوع من المقابلات على ضيف واحد، أما عندما يكون موضوع الفيلم قضية أو مشكلة تستحق التسجيل فيمكن إجراء المقابلة مع أكثر من شخص حسب أهمية القضية وحجم الوقت المسموح به.

٤- الحديث الاستعراضى :

وهي المقابلة التي تجرى مع ضيف البرنامج داخل الاستوديو وهذا ما يحدث في الغالب أو تجرى معه تليفونياً إذا كان موجوداً في مكان بعيد عن المحطة الإذاعية أو التليفزيونية، على أننا في النهاية لا نستبعد تداخل أي نوع من هذه اللقاءات مع غيره من الأنواع الأخرى غير أن الذي يميز هذه الأنواع عن بعضها البعض في النهاية هو تغلب أحد هذه العناصر على الأخرى.

أنواع اللقاءات الإذاعية :

يقسم البعض اللقاءات التي تقدم بالإذاعة والتلفزيون إلى ثلاثة أنواع هي :

١- لقاء المعلومة :

وهو اللقاء الذي يهدف إلى الحصول على أكبر قدر من المعلومات من الضيف حول موضوع ما قد يكون اقتصادياً أو سياسياً أو اجتماعياً أو صحياً أو علمياً ... الخ ومن خلال مجموع الأسئلة تتوافر المعلومات المطلوبة التي تفيد المستمع أو المشاهد فإذا عقدنا لقاء مع عميد إحدى الكليات الجامعية حول الكلية فلا بد للأسئلة أن تتناول مثلاً شروط القبول، الشعب والأقسام المختلفة، وما تم إنجازه من منشآت، ما هو دور الجهود الذاتية فيها؟ بالإضافة إلى طموحات الكلية وهكذا، وموضوعات هذا النوع من الحوارات أو اللقاءات تصلح لأن تكون حديثاً مباشراً، ولكن فضل أسلوب الحوار أو اللقاء ضماناً لمزيد من إقبال المستمعين أو المشاهدين عليه إذاً الحوار أو اللقاء أكثر جاذبية من الحديث المباشر لما يثيره من أسئلة تساور المستمع بخصوص موضوع اللقاء كما أن اللقاء يتم عادة باللهجة التي تلقى قبولاً من جميع المواطنين أكثر مما تجده لغة الكتابة، إلا أن هذا النوع من اللقاءات يجب أن يكون معداً سواء من ناحية الإذاعي أو من ناحية الضيف، وهذا الإعداد إما أن يكون بكتابة نص كامل في شكل أسئلة وأجوبة، وإما أن يكون الإعداد في شكل أسئلة فقط مكتوبة ويعد الضيف بياناته وأرقامه وإحصاءاته وما يريد أن يستعين به من معلومات، والسبب في إعداد الأسئلة من جانب الإذاعي

أنه غير متخصص في الموضوع محل اللقاء، كما أنه يريد قدرًا من المعلومات مرتبطاً بطريقة خاصة وعلى ذلك ترتب الأسئلة تريباً خاصاً، أما عن سبب إعداد الضيف للإجابة فلأن مثل هذه الموضوعات لا تحتل الارتجال إذ تحتاج إلى تعبيرات علمية وأرقام قد لا تعيها الذاكرة إلى جانب ما يتطلبه مثل هذا النوع من اللقاءات إلى تركيز لضمان إلقاء ما يريد من معلومات في أقل وقت ممكن ويكتب النص بلغة الحديث العادي، وعلى الإذاعي أن يتجنب في هذا النوع الدخول في أسئلة شخصية مع الضيف.

٢- لقاء الرأي :

وفيه يلتقى الإذاعي بضيف معين من خلال الراديو أو التليفزيون للتعرف على وجهة نظره في قضية تحتل تعدد وجهات النظر مثل قضية استخدام اللغة العامية في الشعر مثلاً، فالهدف من هذا الحوار هو التعرف على وجهات النظر المختلفة في موضوع الحوار، ففي قضية استخدام اللغة العامية في الشعر فمن قال بالعامية ومن قال بالفصحى ومن قال يجمع بين العامية والفصحى وعلى ذلك تدور الأسئلة حول المحاور الآتية :

١٢- هل من الأنسب أن يكون الشعر بالفصحى أو العامية ؟

١٣- وما القواعد التي تحكم استعمال الفصحى أو العامية ؟

١٤- وما رأى الضيف في الموضوع ؟

١٥- وما رأى الضيف في الآراء الأخرى ؟

الخلاصة أن هذا النوع يقصد به عرض أفكار بعض الناس وآرائهم في مسألة بعينها ولا يهم أن يكون صاحب الرأي عالماً أو فناناً أو غيرها من الصفات، والأغلب أن يكون رجل الشارع هو هدف البرنامج، فلأساندة الإعلام آراؤهم المعروفة مقدماً في المسائل التي تثيرها الأحداث ويبقى دائماً رجل الشارع فهو الذي تسعى إليه البرامج على نحو ما يحدث في البرامج الكثيرة التي تستهدف رجل الشارع كما في برنامج على الناصية في الراديو والساعة العاشرة مساءً بالتليفزيون

على قناة دريم، وحوار الرأى يجب أن يكون ارتجالياً دون الاستعانة بأي نص من جانب مدير اللقاء أو من جانب الطرف الثاني للحوار ولا مانع من أن يقوم مدير اللقاء بترتيب أسئلته في ذهنه بطريقة دراماتيكية لها بداية ونهاية على أن تكون البداية بسؤال جذاب يثير انتباه المستمع أو المشاهد ويجب أيضاً أن تكون النهاية بسؤال تثير الإجابة عليه قمة الحوار، فإن لم يتحقق هذا صار الحوار أو اللقاء بطريقة مملة لا تشجع المستمع أو المشاهد على الاستمرار بل تدفعه إلى التحول عن البرنامج، أما عن صياغة أسئلة :

- ١- يجب ألا تصاغ بطريقة تكون الإجابة عليها بنعم أو بلا.
- ٢- كما يجب ألا تكون الأسئلة في شكل إيحائي إذ يجب أن يعبر الضيف هو عن رأيه في الموضوع المثار.

٣- حوار الشخصية :

وهذا النوع من الحوارات لا يهدف إلى الإلمام بمعلومات معينة كما هو الحال في حوار المعلومات ولا يستهدف التعرف على وجهات نظر في موضوع أو قضية بعينها كما هو الحال في حوار الرأى وإنما يستهدف إلقاء الضوء على جوانب الشخصية التي يستضيفها المذيع وينقسم حوار الشخصية إلى نوعين هما:

- ١- حوار مع شخصية الهدف منه إلقاء الضوء على عطاءها في المجالات المتعددة وفي مجال تخصصها وعلى مدى رحلة العمر ومثال ذلك الحوار الذي يتم إجراؤه مع شخصية مثل نجيب محفوظ أو أحمد زويل أو شيخ الأزهر.

- ٢- حوار مع شخصية بهدف الترفيه مثل الالتقاء بأحد الفنانين الكبار أو بلاعب رياضى يحظى بحب الجماهير والهدف من هذا النوع تقديم فقرة خفيفة للترفيه والإمتاع وعلى ذلك تأتى الأسئلة بسيطة خفيفة مثل متى يصحو من النوم، ومتى ينام، ماذا يقرأ، أكلته المفضلة، ماذا يعمل، أزمة تعرض لها، لحظة حرجة وقع فيها موقف أثر فيه ... الخ من الأسئلة

المسلية والخفيفة وحوار الشخصية يجب أن يكون تلقائياً أي دون نص مكتوب وعلى المذيع أن يرتب أسئلته في ذهنه أو بكلمات قليلة مكتوبة لمجرد التذكر ويجب أن تكون له بداية مشوقة ونهاية مثيرة ويشترط في الأسئلة أن تتناول الجوانب المختلفة للشخصية أو الجوانب الطريفة فيها ولكن يجب البعد عن المناقشات الموضوعية أو المسائل التي قد يختلف فيها الرأي.

شكل اللقاء الإذاعي :

اللقاء الإذاعي أو التليفزيوني أيا كان نوعه يتكون من مجموعة أجزاء تكون في مجملها الهيكل أو البناء الخاص به وهذه الأجزاء تتمثل في :

١- المعلومات الأولية حول موضوع اللقاء :

وتشمل كل الحقائق والبيانات والمعلومات المتصلة بموضوع اللقاء، حيث تحتاج كل أنواع اللقاءات الإذاعية إلى البحث في موضوع اللقاء وإيجاد المعلومات المرتبطة به وكذلك معرفة كل الحقائق المرتبطة بالشخصية التي سيتم معها اللقاء ومؤهلاتها المختلفة، وتزداد فرص نجاح اللقاءات الإذاعية والتليفزيونية كلما ازدادت معرفة مقدم البرنامج بالموضوع وسمات الشخصية صاحبة اللقاء، وليس مطلوب من المذيع أو مقدم البرنامج أن يكون خبيراً في موضوع اللقاء بل يجب أن يكون لديه معلومات تكفي لوضع أسئلة مترابطة ومنطقية تكسبه احترام صاحب اللقاء وهذه المعلومات يمكن الحصول عليها من مصادر كثيرة أهمها :

١- الأديان السماوية (الكتب السماوية المقدسة)

٢- الصحف والمجلات .

٣- الكتيبات ونشرات أقسام الوزارات المختلفة.

٤- المصادر البشرية وثيقة الصلة بالموضوع أو بصاحب اللقاء.

٥- شبكة المعلومات الدولية.

٢- مقدمة اللقاء : وتتمثل في تقديم صاحب اللقاء وموضوعه بشكل جذاب ومختصر

حتى يستطيع الجمهور معرفة جوانب مختلفة عن الشخصية صاحبة اللقاء.

٣- جسم اللقاء : ويشتمل على كم من الأسئلة المباشرة بهدف الحصول على

معلومات أو آراء وهنا يجب إعطاء صاحب اللقاء الفرصة لقول ما يعرفه عن

الموضوع مما يلزم مقدم البرنامج بعدم إلقاء الأسئلة الواحد يلي الآخر حتى لا

يسبب لصاحب اللقاء أية ارتباكات، وسوف نعود لنقطة صياغة أسئلة اللقاء والكيفية التي

تتم بها هذه الصياغة في خطوة لاحقة من هذه الجزئية إن شاء الله.

٤- نهاية اللقاء : وفيها يقوم المذيع أو مقدم البرنامج بتعريف صاحب اللقاء للمرة

الثانية وشكره مع ذكر ملخص للموضوع الذي دار بشأنه اللقاء.

تتكون المقابلة الإذاعية أو التلفزيونية من مجموعة من العناصر نوجزها فيما يلي

مع التوضيح :

١- موضوع المقابلة : تدور المناقشة ويدور الحوار في المقابلة التلفزيونية أو

الإذاعية بين المذيع والضيف حول موضوع من الموضوعات التي يريد المذيع أن

يكشف للجمهور عن أبعاده وجوانبه وما يريده الجمهور وبهمه أن يعرف كل شئ

عنه، وتتعدد وتتنوع الموضوعات التي تطرح كموضوعات للحوار ما بين

موضوعات سياسية أو اجتماعية أو دينية أو رياضية أو أدبية أو فنية ... الخ،

كما قد يهدف الموضوع إلى الإعلام أو التوجيه أو الترفيه والتثقيف أو الوقوف

على آراء الجماهير وأفكارهم واتجاهاتهم حول موضوع أو قضية معينة وهنا وفي

هذا الصدد الخاص بموضوع الحوار فإن هناك ثلاثة نقاط تحدد العلاقة بين المذيع

وموضوع اللقاء وهي :

١- التأكد من أهمية الموضوع : فالمعروف أنه كلما كان موضوع اللقاء أو

الحوار مهماً أو يتعرض لقضية تشغل بال الجماهير أو تضيف إليهم جديد كلما

ساعد ذلك على اهتمام الجمهور به خاصة إذا كان ضيف المقابلة من ذوى الشهرة

ومن المتخصصين في الموضوع أو ممن يقوم عليهم الموضوع أساساً كما هو الحال في حوار الشخصية.

٢- جمع المعلومات والبيانات الكافية والضرورية : حول موضوع المقابلة لأن ذلك يساعد المذيع على محاوره الضيف بشكل جيد وواع ويضفي الحيوية على الحوار ويعطى خبرة للمذيع.

٣- تحديد الموضوعات المثارة في المقابلة :

وهذا يتم عمله إذا كانت المقابلة من النوع الذي يتحمل إثارة أكثر من موضوع مع الضيف، حتى ولو كانت في إطار الفكرة الواحدة، فيكون من الأفضل تحديد هذه الموضوعات بدقة من قبل المذيع والاختصار على الضروري والمهم منها على ضوء الوقت المخصص للمقابلة، وذلك ضمان لاستيفاء الجوانب الرئيسية في كل موضوع ومناقشته مناقشة عميقة بدلاً من تناول موضوعات متعددة ومناقشتها بطريقة سطحية وبدون تعمق في محتواها.

٢- الاعتبارات المتعلقة بمقدم البرنامج :

هناك العديد من الخصائص التي ينبغي أن تتوفر في شخص المذيع عند القيام بإجراء المقابلة وهي :

١- القدرة على الإنصات الجيد : وذلك لأن قدرة المذيع على الإصغاء للضيف واستيعاب ما يقول هي التي تمكنه من توجيه السؤال المناسب في الوقت المناسب، كما تمكنه من السيطرة على توجيه وإدارة المقابلة بشكل جيد.

٢- الفضول وحب الاستطلاع : ويعنى هذا البحث والتدقيق في شخصية الضيف وحديثه للكشف عن كل ما يهم المستمع أو المشاهد فهذه ميزة لا بد من توافرها في المذيع.

٣- الإصرار والمثابرة : وهذه من أهم العناصر الواجب توافرها في المذيع وذلك لأن العثور على الموضوع المناسب والشخص المناسب للمقابلة أو الحوار في

موضوع معين يحتاج من المذيع إلى كثير من الاجتهاد والصبر والبحث الدائب لكي يقدم الموضوع المناسب والشخص المناسب للمقابلة.

٤- المرونة : وتعنى قدرة المذيع واستعداده لإجراء كافة أنواع المقابلات في شتى الموضوعات ومع مختلف الأشخاص في كافة الأحوال والمناسبات والقدرة على الانتقال من موضوع لآخر في نفس المقابلة.

٥- أن يتحلى المذيع بالقدرة على ضبط الأعصاب: وذلك لأن المذيع عرضة لأن يتلقى بالعديد من الشخصيات من مختلف الاهتمامات والثقافات والأمزجة ولا يستبعد أن يكون من بين هؤلاء الضيوف نوع من الشخصيات الاستفزازية ومن ثم ينبغي أن يتحلى المذيع بالقدرة على ضبط الأعصاب وعدم الاستجابة للاستفزاز من قبل الضيف.

٦- أن يكون المذيع مضيافاً : فمن المعروف أن المذيع الذي يجرى اللقاء أو المقابلة هو ممثل المحطة الإذاعية أو التلفزيونية التي يعمل بها ويكون بمثابة صاحب البيت وعلى هذا الأساس ومن هذا المنطلق يطلق على الشخص الذي تجرى معه المقابلة صفة الضيف، ومن هنا يجب على المذيع أن يعامل الضيف على هذا الأساس ويقدم له ما يستحقه من التقدير والحفاوة وأن يشعره بأنه يقدم خدمة كبيرة للجمهور والمحطة معاً.

٣- **الضيف الذى ستجرى معه المقابلة** : الضيف في المقابلة هو الشخصية التى تحاور المذيع ليحصل منها على المعلومات الأساسية حول موضوع المقابلة، ومن ثم فإن القول بضرورة أن يكون الضيف متخصصاً في الموضوع شئ هام وضروري.

القواعد التي يجب على المذيع إتباعها مع الضيف :

١- اعرف من هو ضيف المقابلة :

ويقصد بذلك الإمام بكل ما يعاون المذيع على معرفة وفهم شخصية الضيف

الذي يتحاور معه، ويدخل في هذا الإطار اسم الضيف وتخصصه وعلاقته بالموضوع المطروح ومساهماته السابقة في هذا الموضوع، فضلاً عن معرفة أفكاره واتجاهاته وإنجازاته في مجال تخصصه ولاشك في أن هذه المعلومات تيسر وتسهل للمذيع سبل التعامل مع الضيف والوقوف على شخصيته.

٢- ساعد الضيف على التخلص من الإحساس بالتوتر :

وهذه مسألة على قدر كبير من الأهمية وخاصة مع الأشخاص الذين ليس لهم خبرات سابقة في التعامل مع الإذاعة أو التليفزيون وأجهزتها المختلفة وكذلك الكاميرا التليفزيونية وهيبتها، وهنا يكون مطلوب من المذيع أن يقوم بتخليص الضيف من هذا الإحساس بالتوتر والخروج به من هذه الحالة إلى الحالة الطبيعية وهذا يتوقف طبعاً على أشياء كثيرة منها لباقة المذيع وما لديه من معلومات وخبرات إعلامية وفنية.

٣- يجب على المذيع ألا يتحدث عن تفاصيل الموضوع قبل إجراء المقابلة: وذلك لكي لا يفقد الضيف حماسه وتدفقه وعفويته أمام الميكروفون أو الكاميرا.

٤- يجب على المذيع عدم عرض الأسئلة على الضيف قبل الإذاعة :

فقد يحدث في بعض الأحيان أن يشترط الضيف أو يطلب أن تقدم له الأسئلة للإطلاع عليها قبل الإذاعة، ولاشك أن الاستجابة لمثل هذا الطلب تأتي على حساب جودة المقابلة وأهميتها، وذلك لأن الضيف هنا يكون قد أعد نفسه للإجابة على الأسئلة الأمر الذي يفقد المقابلة حرارتها وجاذبيتها. وهنا ينبغي على المذيع أن يقاوم ذلك وأن يرفض عرض الأسئلة مقدماً على الضيف فإن كان ولا بد لكون الضيف شخصية هامة وضرورية ويخشى من فقدانها، ولكن لا يجب إطلاعه على كل الأسئلة ولكن الإطار العام فقط حتى لا تفقد المقابلة حيويتها وتلقائيتها.

٥- يجب ذكر تخصص الضيف في بداية المقابلة :

وذلك لأن الجمهور من حقه أن يعرف لماذا أختير هذا الضيف وما هي السيناريوات التي توّهله للحديث في هذا الموضوع.

٦- يجب أن يقوم المذيع بتكرار اسم الضيف وتخصّصه أثناء المقابلة :
وهذه مسألة ضرورية للمشاهد أو المستمع الذي قد يفوته سماع أو مشاهدة البرنامج منذ البداية ويهمه أن يعرف من هو المتحدث وما علاقته بالموضوع الذي تدور حوله المقابلة.

٧- يجب أن يحرص المذيع أن يحصل على الإجابة مهما حاول الضيف أن يتهرب من الإجابة على السؤال المقدم له وعليك أيها المذيع أن تمضى في محاصرة الضيف للحصول على المطلوب لأن ذلك يهم الجماهير.

٨- لا تقاطع الضيف أيها المذيع بتعليقات لا معنى لها على غرار : رائع رائع أو عظيم عظيم جداً أو نعم نعم وهكذا.

٩- يجب على المذيع أن يقوم بتوضيح وتسهيل فهم بعض الكلمات أو الجمل الصعبة التي قد يدلى بها الضيف.

١٠- يجب عليك أيها المذيع أن تتذكر دائماً بأن الضيف هو الخبير فلا تحاول أن تدخل في مشادة معه بل أتركه هو الذي يتحدث في الموضوع.

١١- في التلفزيون أيها المذيع لا تجعل الضيف يخاطب الكاميرا وذلك من خلال تعريف الضيف بمكان الجلسة الصحيح والميكروفون الذي سيتحدث فيه وبيّن له ضرورة أن ينظر إلى المذيع وليس إلى الكاميرا.

١٢- يجب على المذيع في نهاية الحلقة أن يشكر الضيف وليكن ذلك بحرارة وباختصار ثم يواصل المذيع إنهاء المقابلة متمنياً للجماهير الاستمتاع بالمقابلة.

١٣- إعداد الأسئلة وتوجيهها للضيف :

إن إعداد وتوجيه الأسئلة في المقابلة الإذاعية أو التليفزيونية ينبغي أن يكون نوعاً من الفن وهذا يتطلب من المذيع أن يوجه السؤال المناسب إلى الشخص المناسب وبالطريقة المناسبة وفي الوقت المناسب.

القواعد المعتبرة عند إعداد وتوجيه الأسئلة للضيف :

- ١- يجب أن يقوم المذيع بوضع تخطيطاً مبدئياً للأسئلة التي يرى أنها جوهرية أو أساسية على ضوء معلوماته عن الضيف وموضوع المقابلة.
- ٢- يجب أن يجعل أسئلته في حدود تخصص الضيف وتجاربه.
- ٣- أن يكون على دراية من السؤال الذي يطرحه وما هي الإجابة التي يبحث عنها ويريد الحصول عليها من الضيف.
- ٤- ألا يضمن أسئلته أسئلة تجيب على أشياء يعرفها الجمهور أو تكون واضحة بطبيعة الحال كأن يسأل لاعب كرة قدم مشهور ما هي وظيفتك أو هل أنت لاعب كرة قدم ؟ وهكذا.
- ٥- أن يتجنب في إعداد الأسئلة وضع الأسئلة المركبة التي تتكون من أكثر من سؤال عن أكثر من شئ في وقت واحد.
- ٦- أن يتجنب الأسئلة التي تكون الإجابة عليها بكلمة واحدة (نعم أو لا فقط)
- ٧- على المذيع أن يأخذ من إجابات الضيف ويضع أسئلة يوجهها للضيف.
- ٨- أن يبتعد المذيع عن الأسئلة الطويلة المتداخلة المعانى حتى يستطيع الضيف الإجابة.
- ٩- يجب أن يكون المذيع دائماً مستعداً بالسؤال التالي الذي سيوجهه للضيف.
- ١٠- أن يحذر المذيع توجيه أسئلة إيحائية أو إسقاطية توحى للضيف بإجابات معينة.
- ١١- ألا يتعجل المذيع في توجيه الأسئلة لمجرد أن الضيف قد توقف عن الكلام لأن الصمت من جانبه في هذه الحالة يوحى للضيف بأن المذيع يتوقع المزيد

- من المعلومات ومن ثم يمضى إلى سر: معلومات أكثر تفصيلاً.
- ١٢- يجب على المذيع أن يكون له تعليقات وتحليلات على ما يقال من جانب الضيف ولا يكون مجرد مستمع فقط لما يقال فهو بمثابة النائب عن الجماهير الكثيرة التي تتابع البرنامج.
- ١٣- ينبغي على المذيع أن يسأل ضيفه قبل نهاية الحوار عما إذا كان يريد إضافة شئ من عدمه قبل إنهاء الحوار.

٤- البرنامج الخاص :

لم يكن البرنامج الخاص معروفاً من قبل وجود الإذاعة مثل لون التمثيليات الذى نجد شبيهاً له في المسرح وإذا كانت الإذاعة قد أخذت فنونها من الأشياء الموجودة قبلها فإننا نستطيع أن نقول أن هذا اللون من البرامج هو اللون الإذاعي الخاص الذى أوجده فن الراديو.

ويقصد بالبرنامج الخاص هو ذلك اللون الذي تستخدم فيه كل أشكال وإمكانات الإذاعة (مسموعة ومرئية) ويقوم على عرض الحقائق والأفكار في شكل درامي أو شبه درامي.

أما عن خصائص ومميزات البرنامج الخاص :

- ١- أنه يخاطب العقل لا العاطفة ؟
- ٢- كما أنه يعتمد على الحقائق لا الخيال ؟
- ٣- درامي أو شبه درامي.
- ٤- إذا كان هدفه إعلامياً وتثقيفياً فهو لا يخلو من متعة فهو وعاء جذاب تقدم فيه الوجبة الدسمة.
- ٥- قابل للتطور الدائم كما أنه مجال الإبداع والابتكار.
- ٦- قادر على الحركة السريعة إذ ينتقل للشخصيات في بيئتها.
- ٧- موضوعي ولا يعرض وجهات نظر خاصة.
- ٨- يعالج النشاط والمشاكل الحياتية للإنسان.

٩- هادف دائماً.

وإذا اتسم البرنامج الخاص بالحركة السريعة ومعالجة النشاط والمشاكل الحياتية للإنسان فإنه يتيح مشاركة جماهيرية بصورة أفضل من أى برنامج آخر وذلك لعدة أسباب منها :

١- اعتماد البرنامج الخاص على التسجيلات الصوتية مع كل أطراف الموضوع وكل من له به صلة سواء من الجمهور أو من المتخصصين.
٢- تعدد أشكال المشاركة والتي قد تكون مشاركة مباشرة أو غير مباشرة كالخطابات والشكاوى.

٣- يتيح البرنامج الخاص "أن تكون المشاركة على أكثر من مستوى جماهيرى في الحلقة البرنامجية الواحدة كأن تكون المشاركة على مستوى الجمهور العام + المسؤولين التنفيذيين + خبراء متخصصين. وهذا يتيح فهماً أفضل كما يتيح حق الانتفاع بوسائل الاتصال لقطاعات جماهيرية كبيرة، وكذلك يتيح فرصاً أفضل للحوار والنقاش وتبادل الآراء والمعلومات حول القضية المطروحة، ويعمق الاتصال الأفقى والرأسى على السواء".

وباستعراض هذه الخصائص تستبعد عن دائرة البرنامج الخاص :
(أ) البرامج الغنائية
(ب) برامج الترفيه

أنواع البرامج الخاصة في الإذاعة "مسموعة ومرئية":

النوع الأول : البرامج التسجيلية أو الريبورتاجات الإذاعية.
النوع الثاني : البرامج الخاصة الأدبية :- وهي التي تسعى إلى شرح فكرة معينة أو نظرية معينة أو رسم شخصية وذلك باستخدام التمثيل والموسيقى والحيل الصوتية وغيرها من الوسائل المعينة السمعية أو البصرية للوصول إلى الأثر المطلوب (مثل برنامج عن الجبرتي، أو عن العقاد، أو عن طه حسين، أو عن القيم الدرامية والأدبية في بعض المسرحيات العالمية .. الخ؟

ويختلف البرنامج الخاص عن التمثيلية الإذاعية في أن التمثيلية تعالج مشاكل الحياة عن طريق الخيال بينما البرنامج الخاص يعالج الحياة عن طريقة الحقيقة. ورغم اتفاق البرنامج الخاص مع التمثيلية الإذاعية في استخدام عناصر العمل الإذاعي الثلاثة والتي هي : المؤثرات الصوتية والموسيقى والأداء التمثيلي في تصوير الشخصية والأحداث والمواقف، إلا أن البرنامج الخاص لا يبحث فيه عن الصراع وعن تصوير الشخصيات ولا عن التطور والحبكة والمواقف الدرامية والحرارة المتصاعدة ... الخ، بقدر ما يبحث فيه عن الحقائق أو الأفكار التي يعرضها ومدى صدقها أو صحتها.

وإذا كان بعض البرامج الخاصة تعتمد على الجانب الدرامي فبنظرة فاحصة إلى طبيعة البرنامج الخاص وطبيعته التمثيلية فسوف نجد أن التمثيلية تقدم الشخصيات إلى الميكروفون، أما البرنامج الخاص فالميكروفون يذهب إلى الشخصيات في بيئتها حتى يمسك بها على الطبيعة.

وقد يتفق ويتشابه البرنامج الخاص مع البرنامج التسجيلي من عدة وجوه منها:

(١) تحديد الموضوع والغرض من تناوله (٢) التخطيط (٣) جمع البيانات.

ويختلفان من حيث أن مجال التركيز الأساسي في البرنامج التسجيلي يكون على جمع البيانات الخاصة بالموضوع وتوصيلها على حقيقتها .. فلا مجال للخيال والإبداع.

أما بالنسبة للبرنامج الخاص فإن التركيز يكون على أسلوب توصيل الموضوع - ليس كما هو تماماً في الحقيقة - وإنما من خلال الرؤية الإبداعية الذاتية للمنتج.

الموضوعات التي يعالجها البرنامج الخاص :

قلنا أن البرنامج الخاص يعتمد على الواقع لا الخيال، وأهم الموضوعات

التي يعالجها هي :

١- الشخصيات. ٢- الأماكن والرحلات.

٣- المناسبات القومية. ٤- المشاكل الاجتماعية.

٥- الريبورتاج (التحقيق):

يعد الريبورتاج من أخطر الأشكال الإذاعية (مسموعة ومرئية) ذات التأثير الفوري على المستمع أو المشاهد، فالكلمة المسموعة لها دلالتها كما أن الصورة تحكى القصة وتتبع هذه الخطورة من منطلقات عدة :

١- استمد الريبورتاج خطورته من خطورة الإذاعة (المسموعة والمرئية) بين وسائل الإعلام الأخرى لأنها في متناول يد الجميع مهما كانت الحدود الثقافية أو الفكرية أو المادية.

٢- حب الاستطلاع فالإنسان بطبيعته يريد أن يعرف ماذا يدور حوله من أحداث وتأتى الإذاعة مسموعة أو مرئية لتشبع فهمه في فورية.

٣- عنصر الخيال سمة من سمات الإذاعة المسموعة فهي تعمل على إنماء هذه الخاصية لدى المستمع وهذا الأسلوب له خطورته خاصة في دول العالم الثالث.

٤- الانتشار الكبير للإذاعة وهو ما يجب كل وسائل الاتصال الأخرى لدرجة تتعدم فيها المقارنة بالصحيفة أو الكتاب ومن هنا يأتى تفاعل الجماهير الفريضة مع وسيلة تتسم بالفورية وملاحقة الأحداث.

الفرق بين الريبورتاج والبرنامج الخاص :

ونحن نتحدث عن الريبورتاج الإذاعي (التحقيق الإذاعي) نركز على مسألتين الفورية في ملاحقة الأحداث ثم اهتمام الجماهير، فالريبورتاج برنامج يتناول موضوعاً معاصراً يحظى باهتمام الجماهير أو حدثاً يحدث الآن، أو قد يحدث خلال أسبوع أو أسبوعين ، وهذا هو الفرق بين البرنامج الخاص والريبورتاج.

أما من حيث الشكل فقد يعتمد على الحوار وقد يأخذ شكل الحديث المباشر في تقديم المعلومات الجديدة عن هذا الموضوع، إلا أنه قد يحدث أن نقدم معلومات

قديمة بشرط أن تكون لخدمة الجديد من المعلومات، فإذا قدمنا ريبورتاجاً عن السياحة لا بد أن يدور عن السياحة في الحاضر لا الماضي إلا إذا كان ذلك لازماً للمقارنة بين السياحة في الماضي وبين ما يجب أن تكون عليه السياحة اليوم. وعلى ذلك فالريبورتاج الجيد هو الذي :

١- تتسم موضوعاته بالجدة والآنية.

٢- يحظى باهتمام الجماهير: إذ يجب أن يخدم مصالح الناس ويعالج قضاياهم ويتصل بحياتهم في حدود المصلحة العامة على اختلاف فئاتهم وعلى امتداد الرقعة التي تتضمنها مصلحة البلد الذي يخدمه.

٣- خلق الثقة بينه وبين جمهور المستمعين أو المشاهدين.

ثانياً : لا بد من توافر مميزات أو صفات معينة في مقدم البرنامج ومنها :

١- أن يكون عالى الثقافة.

٢- أخذ قسطاً وافراً من التدريب.

٣- أن يكون أميناً في عرضه للأحداث والوقائع.

٤- أميناً في توصيل الأحداث والوقائع إلى المستمع.

٥- نافذ البصيرة مدركاً لمسئولية وخطورة الكلمة المذاعة.

٦- أن يكون لديه القدرة على اختيار الأحداث ذات الأهمية الخاصة.

أقسام الريبورتاج الإذاعي :

ينقسم الريبورتاج إلى عدة أقسام ومن أشهرها :

١- الريبورتاج الحي :

وهو الذي يسمى بالريبورتاج الأثيري المباشر، ويقدم مباشرة من مكان الحدث ويعد البث الحي للريبورتاج أكثر المنجزات تقدماً في مجال وسائل الاتصال الجماهيرية فهو لا يحتاج إلى مواد وأجهزة حديثة فحسب بل أنه يتطلب أيضاً مستوى أداء مهني مرتفع وهذا يعنى ضرورة وجود أشخاص متفوقين في مجال إعداد الأخبار وأجهزة حديثة متقدمة .. وأكبر قدر ممكن من التدريب المهني.

٢- ريبورتاج النص :

ويتم إعداده وتسجيله في الأستوديو بعد عودة الإذاعي إلى الإذاعة، وعلى ذلك يطلقون عليه ريبورتاج الأستوديو من مميزاته أنه يهيئ فرصة الاختيار والتركيز على الأخبار المهمة.

أما عيوبه : فتتمثل في الافتقار إلى الانفعال النفسي إذ الفترة التي تمر بين مشاهدة الحدث والعودة إلى الأستوديو كقيلة بأن تفقده هذا الحماس الذي كان متواجداً وقت المشاهدة.

مصادر الريبورتاج : تتعدد المصادر الممولة للإذاعي في هذا المجال، فهي كثيرة متنوعة ومتوافرة دائماً، ومن هذه المصادر :

١- الحس الإذاعي : فالحس الإذاعي هو الذي يفتح لصاحبه العديد من النوافذ ليطل منها على الهام من مجريات الأمور والأحداث وهو الذي يدفعه إلى حسن الاختيار والانتقاء من بين الكثير.

٢- القضايا السياسية.

٣- القضايا الاقتصادية.

٤- القضايا الاجتماعية.

٥- الأخبار التي تطفو على السطح وتفرض على دائرة الضوء وتدخل في اهتمام الجماهير.

٦- الأنشطة المختلفة.

معوقات وعراقيل :

وتتمثل المعوقات التي تحول دون نجاح الريبورتاج فيما يلي :

١- العنصر البشري : قد يكون الإذاعي صاحب البرنامج دون المستوى، لم يمر بفترات تدريب كافية، ناهيك عن عدم الاهتمام بمسايرة الأحداث بالإطلاع المستمر، وافتقاد الحس الإذاعي في الانتقاء.

٢- ضعف الامكانيات مما يدفع بالإذاعي إلى الركون إلى تغطية الموضوعات اليسيرة السهلة التي لا تتطلب جهداً ومشقة.

٣- الروتين والإجراءات العقيمة سواء في استلام جهاز التسجيل أو في استخدام سيارة وما شاكل ذلك.

مما تقدم يتضح انه لإجراء ريبورتاج متميز لابد من توافر بعض الشروط في الريبورتاج نفسه وفي موضوعاته وفي صاحب البرنامج. وأيضاً تزيل ما يعترض طريقه من عراقيل تحول دون إجراء ريبورتاج ناجح.

خصائص ومقومات التحقيق الجيد :

يمكن توضيح خصائص ومقومات ومميزات التحقيق الإذاعي أو التلفزيوني الجيد في الآتي :

١- الحيوية : لما كان التحقيق الإذاعي أو التلفزيوني عبارة عن عملية نقل لحدث عايشه الإذاعي فلا بد للمستمع أو المشاهد أن يشعر من خلاله بالحياة النابضة في كل لحظة من لحظات الحدث بحيث ينقل لهذا المستمع أو ذاك المشاهد رائحة الحدث أينما كان هذا الحدث والمكان الذي يدور فيه فإذا كان الإذاعي ينقل الحدث من الأراضي الزراعية فينقل إلى المشاهد أو المستمع رائحة الأراضي الزراعية وإذا كان من الصحراء فينبغي عليه كذلك نقل رائحة المكان بقدر الإمكان حتى يشعر المستمع أو المشاهد بالحيوية في الحدث.

٢- المعيشة : يجب على القائم بعمل التحقيق أن يقصه على المستمع أو المشاهد كشاهد عايش الحدث فينقله بسهولة ويسر وبأسلوب مباشر وكأن المتلقى (المشاهد أو المستمع) صديق له، وإشعار المتلقى هذا بمعايشة الإذاعي للحدث شئ مهم غاية لأنه يشعر المستمع أو المشاهد بأهمية الموضوع.

٣- العرض المختصر : من سمات التحقيق (الريبورتاج) الجيد العرض المختصر لأن التطويل في التحقيق مؤشراً على عدم تمكن القائم به، ولكي نعطي التحقيق

الإثارة المطلوبة ونضفى عليه الحيوية والسرعة المطلوبة لآبد من الاختصار فيه بما لا يقل من قيمة الموضوع أو الحدث المتضمن فيه، واختيار الكلمات والعبارات التي تعبر عن هذا الحدث وتؤثر على المتلقى (المشاهد، المستمع) من أقصر الطرق الممكنة وكذلك يجب على القائم بالاتصال أن يكون دقيق في صياغة فقراته وأن يتحاشى الجمل الطويلة والمركبة والتي بها ألفاظ غريبة أو غير مفهومة تؤدي إلى ملل المستمع أو المشاهد.

٤- وجود موضوعات تثير اهتمام الناس : يتوقف اختيار موضوع التحقيق الإذاعي أو التليفزيوني على سياسة المحطة الإذاعية أو التليفزيونية فينبغي على المحطة أيا كانت أن تختار الموضوعات التي تشد الجماهير وأن تختار الأشياء التي يتفاعل معها المتلقى والتي تثير اهتمامه وخصوصاً الموضوعات التي تمس النزعة الإنسانية أو بمعنى أدق النزعات الكامنة في الإنسان كشخص ولهذا فإن ريبورتاج عن رغبة العيش يكون من أنجح الموضوعات لأنه يتصل بحياة الناس عن قرب ويعالج موضوع من الأهمية بمكان لدى الجماهير على اختلاف فئاتها وقطاعاتها، ونستطيع القول أن اختيار الموضوع في التحقيق يمثل عملية أساسية في التحقيق وهناك عناصر وأولويات ينبغي مراعاتها في التحقيق وهي :

- ١- أن يكون الموضوع جديد.
- ٢- أو أن يكون الموضوع متجدد.
- ٣- الموضوع القديم الذي له اتصال بالمناسبات والظروف المعاصرة.
- ٤- الموضوع الحيوي.
- ٥- الموضوع الذي يهم كل الناس أو أكبر قطاع منهم.

٥- الواقعية والالتزام بما هو ملموس : لآبد وأن يكون أسلوب التحقيق يتسم بالواقعية وتظهر هذه الواقعية في التزام القائم بالاتصال بما هو ملموس أمامه من حقائق دون تشويه أو تزييف لهذه الحقائق، ودون تهويل أو تهوين من شأنها

وحجمها، وهذا يظهر في اختيار القائم بالتحقيق للكلمات والألفاظ الرقيقة الملموسة وتحاشيه للعبارات الجوفاء الرنانة التي لا تفيد التحقيق بقدر ما أنها تصيب المتلقى بالملل وتسبب استيائه وبعده عن موضوع التحقيق.

٦- البحث عن الحقيقة : ينبغي على القائم بالتحقيق الإداعي أو التليفزيوني أن يكون دؤوباً في البحث عن الحقيقة بالدرجة الأولى وأن يقدم ويضع الحقائق أمام الجماهير وأمام المسؤولين ويضعهم جميعاً أمام الحقيقة من أجل اتخاذ القرارات المناسبة وعمل ما تمليه عليهم ضمائرهم، فالبحث عن الحقيقة من خلال الريبورتاج سمة أساسية من سماته.

كتابة النص في الريبورتاج كيفيتها :

معد الريبورتاج هو الذي يقرر الشكل أو القالب المناسب الذي يوضع فيه الريبورتاج ويحدد كذلك الطريق الذي يسلكه في كل مرة على ضوء فكرة البرنامج وطبيعة موضوعه والقضية أو الحدث الذي يتناوله، فلاشك أن تغطية حدث أو واقعة مفاجئة يختلف عن تغطية مناسبة أو موضوع يعد له مسبقاً وبنفس المعنى فإن إعداد ريبورتاج حول موضوعات الأحداث الجارية يختلف قطعاً عن ريبورتاج يتناول موضوعاً من موضوعات الشؤون العامة أو الموضوعات الثقافية، وبالرغم من اعتماد بعض الريبورتاجات على النقل الحي للحدث إلا أن ذلك لا يعنى الاستغناء عليه عن نص مكتوب مسبقاً للتحقيق وذلك لأن مهمة الريبورتاج تتجاوز مجرد الوقوف عند وصف الوقائع، بل المفروض أن يقدم التحقيق لوحة صوتية ومرئية في حالة تقديمه تليفزيونياً تتسم بالإثارة والجاذبية، وهذا ما لا يمكن تحقيقه بدون وجود نص أعد مسبقاً لمثل هذه المناسبات على أساس مخطط ومرسوم يسعى إلى التفسير الاجتماعي للأحداث والشخصيات المشتركة فيها، وهنا يكون الارتجال مجرد أداة واحدة فقط ضمن أدوات أو عناصر عديدة أخرى يتم استخدامها لتصوير الأحداث والوقائع المختلفة وتوحيدها في شكل بناء درامي منظم مثل المقابلات التي تجرى مع الشخصيات المشاركة في الحدث أو

المناسبة، وكذلك استخدام التسجيلات الصوتية أو المصورة ذات الصلة الوثائقية المتصلة بموضوع التحقيق وكذلك الموسيقى التعبيرية أو المؤثرات الصوتية التي يجرى استخدامها في الحالات التي تتطلب ذلك لإحداث تأثير أو انطباع معين ومقصود.

ومهما كان الأمر فإن وجود نص مكتوب مسبقاً هو أمر ضروري بالنسبة للتحقيق الإذاعي والتلفزيوني، وتختلف كتابة هذا النص حسب طبيعة ونوع كل تحقيق وأسلوب تنفيذه والمواد التي يتضمنها، على أن ثمة نوعين بارزين لهذا النص المكتوب وهما :

١- **النص المختصر** : وهذا النوع كثيراً ما يستخدم في الريبورتاج الحى حيث يكتفى مقدم الريبورتاج بتسجيل رؤوس الموضوعات أو النقاط التي سيستخدمها أو الأسماء أو الأرقام التي يصعب عليه أن يحتفظ بها في ذهنه ثم يستخلص الإذاعي مادته من الواقع حيث المكان والأحداث والناس، وقد يتسع هذا النص ليشمل التفاصيل والتعليمات والإرشادات الفنية الخاصة بحركة الكاميرا ونوع اللقطات والأشياء والأماكن التي سيجرى تصويرها.

٢- **النص الكامل** : وهو النص الذي يتم تنفيذه كلية داخل الأستوديو الإذاعي أو التلفزيوني ويلتزم المذيع بكل كلمة فيه حيث يكتب البرنامج كاملاً متضمناً المقدمة والأفلام والمواد المصورة والتعليق عليها والمقابلات المختلفة وموضوع كل منها في النص والموضوعات التي تتناولها كل مقابلة بمعنى أدق هذا النص يتناول كل صغيرة وكبيرة في موضوع الريبورتاج.