جامعة الدكتور يحي فارس – المدية –

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

محاضرات في مقياس : البرمجة و تقنيات التنشيط الإذاعي و التلفزيوني

ماستر سنة أولى سمعي بصري

إعداد : الدكتور قطشة عبد القادر

مقدمة :

إن أهمية الميدان السمعي البصري، و التطورات الحاصلة في تكنولوجيات الإعلام و الاتصال، فرضت أنماطا جديدة في وسائل الإعلام السمعية البصرية و فرضت على هذه الوسائل التكيف معها، و بالتالي تغيرت النظرة التقليدية في بناء البرامج الإذاعية و التلفزيونية، و كذلك التعامل مع هذه البرامج بالنسبة للمذيعين و مقدمي البرامج.

و بما أن المقياس الذي يدّرس لطلبة السنة الأولى ماستر سمعي بصري، يندرج ضمن هذا الإطار، و جعل هذه المحاضرات تتكيف معها، و ذلك بتقديم محاضرات حول البرمجة و البرامج الإذاعية و التلفزيونية، و تطورات هذا المجال بتصنيف البرامج قديما مع ظهور الراديو و التلفزيون، إلى غاية ظهور البث المباشر عبر الأقمار الصناعية و كذلك البث الرقمي، و استخدام الوسائل متعددة الوسائط. ثم يعرض في هذا المقياس مفهوم المذيع و الصفات التي يجب أن تتوفر فيه، و كذلك تدريب و تكوين المذيعين، و الكيفية التي يقدمون بها البرامج الإذاعية و التلفزيونية، و كيفية بناء البرامج و تقديمها و الطريقة المثلى للوصول إلى الجمهور المستهدف، بمراعاة الخدمة العمومية.

ومن هذا المنطلق نحاول توضيح بعض القواعد والأسس التي يعتمد عليها في تقديم و تنشيط البرامج الإذاعية مع إعطاء فكرة سريعة عن الوسيلتين الإذاعيتين، الراديو والتلفزيون من حيث النشأة والتطور وهما الوسيلتان محور عمل المذيع، فيجب عليه أن يتعرف عليهما وعلى تطوراتهما لكي تنضج الفكرة العامة ومن ثمة الخصائص والمميزات.

ونوضح من هو المذيع وخصائصه وواجباته وكيف يستطيع أن يجعل الجمهور يتعلق به و يخلق معه الألفة لكي ينجح برنامجه، ثم الوسائل التي يتعامل بها المذيع وهي الميكرفون والكاميرا وخصوصيتهما، وقواعد التعامل معهما. بالإضافة إلى تقنيات أخرى يحتاج إلى تعلمها المذيع. كما نقدم الأخطاء التي كثيرا ما يقع فيها المذيع وكأنها تعتبر ليست أخطاء، وهذا راجع إلى تقص التكوين في هذا الميدان.

المحاضرة الأولى: أشكال البرامج في الراديو والتلفزيون

أولا: أهمية التصنيف ومعاييره

إن إنتاج برامج الراديو والتلفزيون عبارة عن شكل ومضمون فالرسالة سواء تم بثها أو إذاعتها من الراديو أو التلفزيون لا تخرج عن كونها مضمون معين يتخذ شكلا برمجيا محدد،
فالفكرة الواحدة يمكن أن تأتي في شكل نشرة إخبارية أو تحقيقا إذاعيا.

كما يمكن أن تتخذ شكل برنامج حديث مباشر أو شكل المجلة أو حتى عملا دراميا ويعني ذلك أن هناك من الأفكار والرسائل ما يصلح لأن يوضع في أي شكل برامجي غير أن هناك من ناحية ثانية مضامين وأفكار يفضل أن تتخذ شكلا برنامجيا بعينه، والمثال على ذلك أن الموضوعات الجادة التي تناقش قضايا مثل التطورات السياسية والأحداث الثقافية قد يناسبها شكل برنامج الحوار أو النشرات والتحليلات الإخبارية أكثر مما لو قدمت في شكل آخر، في حين أن الموضوعات الخفيفة ذات الطابع الترفيهي قد يصلح لها برامج المسابقات أو تجيء كفقرات في برنامج مجلة وهكذا.

ولا يعني ذلك بالطبع عدم إمكانية تقديم مضمون جاد في شكل آخر غير البرامج السياسية أو النشرات الإخبارية والتحليلات الإخبارية وبرامج الحوار والمناقشات. فالمضمون الجاد أحيانا من الممكن تقديمه في شكل فكاهي وبرامج تسلية، خاصة إذا كان هدف القائم بالاتصال هو النقد لأوضاع اجتماعية أو سياسية أو ثقافية كما أنه كمثال آخر يمكن أكثر المضامين عمقا وجدية، بل وتلك المضامين المتعلقة بالأيديولوجية ونظم الحكم والأوضاع الاقتصادية وغيرها في شكل دراما(مسرحيات، وأفلام.... الخ).

ونظرا لوجود كثير من الأشكال والأنواع للبرامج التي تقدم سواء في الراديو أم التلفزيون، كانت هناك محاولات لتصنيف هذه البرامج في فئات معينة تضم كل فئة منها قائمة بموضوعات فرعية أو قوالب فرعية للبرامج.

ثانيا: تصنيفات برامج الراديو والتلفزيون

إن محاولات تصنيف البرامج ليست حديثة تماما حيث يعود الاهتمام بإيجاد تصنيف للبرامج الإذاعية والتليفزيونية إلى الستينات حين قامت منظمة اليونسكو بدراسة مقارنة لأسبوع من برامج الراديو وأسبوع من برامج التليفزيون، واستجابت لهذه الدراسة 43 محطة راديو و27 محطة تليفزيون، وكان تصنيف البرامج من جانب اليونسكو في ذلك الوقت ينحصر في الأنواع الآتية:

1- الأخبار.
2- الترفيه.
3- التثقيف.
4- البرامج الخاصة.

في الواقع فإن هذه المحاولات المبكرة أظهرت الحاجة الملحة توحيد معايير التصنيف إذ اتضح أنه ليس هناك اتفاق كامل بين الإذاعيين سواء في الراديو أو التليفزيون على تقسيم واحد للبرامج وفي ذلك أشار " ريتشارد اسبينو" في كتابه"إنتاج برامج الراديو" إلى أن أغلب المنظمات الإذاعية تقسم برامج الراديو إلى فئتين هما:

أ- برامج الكلمة المذاعة

وتشمل الأحاديث و المناقشات والبرامج التعليمية وبرامج الجماهير الخاصة (الأطفال –المرأة –الفلاحون) والدراما والبرامج التسجيلية والبرامج الدينية والمجلات الإذاعية والإخبار.

ب- الموسيقى:

وتشمل العروض الموسيقية والأغاني.

كما تقوم محطات التليفزيون بتصنيف برامجها بما يخدم سياساتها ويساعد في صياغة خططها وتحقيق أهدافها، وتجرى الدراسات ويقدم بعض الباحثين محاولات لتصنيف البرامج في فئات معينة ومن هذه التصنيفات والمحاولات نعرض لنماذج معينة.

- **تصنيف اليونسكو**

في دراسة اليونسكو حول التدفق العالمي للبرامج التليفزيونية والتي شملت الجزائر، وسوريا، والكويت، و اليمن، وتونس.كان التصنيف المستخدم سداسيا يقسم البرامج إلى: البرامج الإعلامية، والبرامج التعليمية، والبرامج الثقافية، والبرامج الدينية، والبرامج الترفيهية، وبرامج الأطفال والشباب.ويتضح إغفال هذه التصنيف للإعلانات وفقرات الربط وعرض البرامج، والبرامج التنموية.

- **تصنيف هيئة الإذاعة البريطانية**

تقسم هيئة الإذاعة البريطانية برامجها بطريقة أكثر تحديدا وتفصيلا وينطبق ذلك على برامج الراديو والتليفزيونحيث تنقسم البرامج إلى ما يلي:

1- برامج الموسيقى.
2- برامج الشئون الجارية.
3- الفيتشرFeature
4- البرامج التسجيلية.
5- الأخبار.
6- الدراما.

7- البرامج الرياضية.

8- برامج الترفيه والتسلية الخفيفة.

9- البرامج الدينية.

10- برامج المدارس والتعليم المستمر.

11- برامج الأطفال.

و هناك أشكال أخرى بدأت تتطور مع تطور الفن الإذاعي مثل الدراما والبرامج الدينية، وبرامج الخدمات والبرامج التعليمية إلا أنها جميعا في خدمة الأهداف الثلاثة لأجهزة الإعلام ومنها الإذاعة وهو يذكر أن الأهداف الثلاثة هي الإعلام والترفيه والتثقيف.

ويبدو من ذلك التصنيف أن الكاتب اعتمد على معيار "هدف البرنامج" أما من ناحية الشكل الذي يتخذه المضمون فنجده يقدم تصنيفا أكثر تفصيلا يذكر فيه "أنه باستعراض أشكال البرامج الإذاعية نجدها لا تخرج عن الأشكال التالية:

1- **الحديث المباشر**

وهو من أول الأشكال التي عرفتها الإذاعة وتتنوع موضوعاته حسب الهدف الذي تتوخاه الإذاعة كما أنه عدة أنواع منه الترفيهي والاجتماعي والتعليمي والتوجيهي، وأحاديث النقد الاجتماعي، والإعلامي (مثل التعليق على الأخبار). والدعائي والإعلاني.

2- **برامج الحوار**

وهي تنقسم إلى ثلاثة أقسام كبيرة هي حوار الرأي، وحوار المعلومات، وحوار الشخصية.

3- **برامج المناقشات والندوات**

وهي من أحسن الوسائل الإذاعية عند تناول الموضوعات الجدية التي تضطرب حولها الآراء حيث تثير اهتمام الجمهور وتساعده على التفكير وهدفها هو تقديم مناقشة منظمة متوازنة ومثيرة حول موضوع مهم دون الانحياز لرأي بالذات ويمكن أن تدور حول موضوعات أدبية أو علمية أو فنية.

4- **البرامج الجماهيرية**

أو البرامج التي تشترك فيها الجماهير audience participation ومنها من يشترك فيها الجمهور اشتراكا فعليا فيكونون جزءا أساسيا من مادته يتكلمون ويناقشون ويؤدون. ومنها ما يشترك فيه الجماهير كمتفرجين يحضرون تنفيذ البرنامج. ومنها ما يقتصر اشتراك الجمهور فيه على إرسال أسئلتهم ورغباتهم أو إنتاجهم بالبريد وينتظرون في بيوتهم ليستمعوا للبرنامج.

5- البرامج على شكل الجريدة

وهو نوع من البرامج مقتبس من الصحافة وهو مثل المجلات الأسبوعية والشهرية يتألف من عدة لقطات حول موضوعات متباينة مثلا لقطة عن الفن، ولقطة عن الأدب، ولقطة عن موضوع اليوم في السياسة، الاقتصاد الرياضة...

6- البرامج الدرامية

فالأشكال السابقة غير درامية لذا فهناك أشكال أخرى درامية تعد لها النصوص كاملة ومنها برنامج خاص عبارة عن فكرة ممثلة أو برنامج تسجيلي عبارة عن حقيقة ممثلة من التاريخ أو الحوادث الجارية.

ويشير الدكتور عبد العزيز الغنام إلى أن برامج الراديو تنقسم إلى أربعة أقسام هي:

1- البرامج الإخبارية.
2- التثقيفية.
3- البرامج الترفيهية.
4- الإعلانات.

ويعتبر هذا التصنيف على معيار الوظيفة التي يؤديها البرنامج كالأخبار والتثقيف، والترفيه أو التسلية، والدعاية أو الترويج لمنتج أو سلعة أو خدمة.

كما قدم كثير من الخبراء في مجال الراديو والتلفزيون محاولات أخرى في ذلك من بينهم الدكتور"عبد المجيد شكري" حيث يعرض في الفصل الثالث في كتابه "تكنولوجيا الاتصال وإنتاج البرامج في الراديو التلفزيون" للأشكال البرامجية وإنتاجها. ويذكر أن المادة الإذاعية التي يتم تسجيلها أو إذاعتها تتطلب أنواع معينة من الاستوديوهات فمن المواد الإذاعية هناك:

1- الكلام والمواد الكلامية.
2- الموسيقى.
3- التمثيليات والمواد الدرامية.

وهناك أيضا البرامج الحوارية وهي أنواع منها :

1- برامج يشترك فيها ضيف واحد: حيث يدور الحوار بين المذيع أو مقدم البرنامج والضيف.
2- الندوات: وتوجد عادة مائدة مستديرة يكون لكل ضيف ميكروفون خاص به.

3- البرامج الجماهرية: audience participation programmes .

4- برامج التليفون: programmes in phone أو برامج الحوار على التليفون ويكاد يكون هذا الشكل البرنامجي format من خصوصيات الراديو وإن كان بعض محطات التلفزيون المحلي في مصر قد اقتبسته مؤخرا.

مراجع المحاضرة الأولى :

1- إبراهيم إمام، **الإعلام الإذاعي و التلفزيوني**، ط 1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.

2- بركات عبد العزيز، **اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية**، دار الكتاب الحديث، القاهرة،2000

3- محمد تيمور، محمد علم الدين، **المعلومات و تكنولوجيا الاتصال**، ركلام للنشر و التوزيع، القاهرة، 2002.

4- جاد سهير، سامية أحمد علي، **البرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون**،دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 1997.

5 - جوناثان بجنيل، و جيريمي أورليبار، ترجمة: عبد الحكم أحمد الخزامي، **الشامل في التلفزيون**، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة،2007

6 - Alkin, G, Television Sound Operation, Focal Press, London, 1980

7 - Adams, William, and Fay Schreibnan, Television Network News, George Washington University, 1978.

8 - François Tron, Le Gout de la Télévision, Ed Alvik, France, 2007.

9 - Gerald Millerson, The technique of Television Production, focal press, London, 1973.

المحاضرة الثانية: أنواع البرامج

يرى الدكتور"عبد المجيد شكري" في موضع آخر من الكتاب ذاته مجموعة من الأشكال البرامجية الجديدة ويصفها بأنها متداخلة وتسبب الحيرة عند محاولة تعريفها أو تحديد شكلها البرنامجي وهو يضعها تحت مسمى واحد هو البرامج الوثائقيةDocumentary Programmes وهي تشمل:

أ . البرامج الخاصة

وهي تشتمل على نوعين هما :

1- **برامج تشخيصية (بيوجرافية)**Biographical Programmes

ويطلق عليها الدراما البيوجرافية The Biographical Dramaوهي برامج تقدم من خلالها قصة حياة شخصية معينة(تاريخية–أدبية–سياسية–علمية–فنية–اقتصادية) فتلقي الضوء على حياتهم، نشأتهم وتعليمهم وبيئتهم وإنجازاتهم ومواقفهم، وهذه البرامج تكون درامية وشبه درامية Semi Dramatic وتحتاج إلى دراسة وبحث ودقة في اختيار المادة العلمية وجمع المعلومات.

2- البرامج التسجيلية

وهي تتناول موضوعات وقضايا خاصة وأفكار نظرية محددة مثل الموضوعات والقضايا الأدبية أو الفكرية أو الفنية أو العلمية.وهذه بدورها تنقسم إلى نوعين:

*** البرامج التسجيلية التنويرية أو التثقيفية**

ومثالها برنامج عن الإيدز ، أو عن وعد بلفور، أو الرومانسية أو الواقعية أو الانتفاضة الفلسطينية وقد تتناول شخصية محددة في علاقتها بموضوع معين(مثل صلاح الدين الأيوبي وتحرير القدس).

*** البرامج التسجيلية التقريرية**

وهي برامج وثائقية تبنى أساسا على حقائق ووثائق ومحتواها في أساسه أيضا حقائق ووثائق. والبرنامج التسجيلي التقريري له دور أساسي في دعم خطط التنمية بالدول النامية فهو برنامج وثائق يعتمد على تقديم صورة صوتية تسجل الأحداث الجارية في مواقعها وقد يكون ذلك عن إنجاز حضاري أو عن حياة شعب من الشعوب أو غير ذلك.

ب . برامج السرد الدرامي Dramatized narration

ويقصد بها تقديم الأعمال الأدبية والإبداعات المختلفة غير الدرامية بل والخطب السياسية للزعامات في شكل سرد درامي أي بأداء درامي في أبسط صوره. وذلك بهدف تقديم تلك الأعمال في شكل أكثر قبولا وأيسر على الفهم من تقديمه في شكله الأصلي.

ج . التحقيق الإذاعي

ويطلق عليه أحيانا مسمى برنامج خاص أو فيتشرFeature وهو يتناول الواقع بحثا عن الحقيقة ويستطيع تقديم خدمات إذاعية تنويرية وتثقيفية وتحضيرية وتعليمية، ومنه التحقيق الإذاعي القصير جدا والتحقيق الإذاعي الحي.

وتقدم سهير جاد قائمة بالأشكال الفنية التي تتخذها البرامج التليفزيونية وهي كالتالي:

1- الشكل الاستدلالي Demonstration Format
2- برامج المقابلة Interview Format
3- شكل المائدة المستديرة guest- Panel Format
4- شكل المسابقات Contest Format
5- برامج جمهور المشتركين etudience Participation Format
6- شكل المحاكمة Court Room Format
7- الشكل الفيلمي ومقدم البرامج film & master of car cermonies format
8- شكل المجلة التليفزيونية Tv.Magazine Format
9- شكل المنوعات Variety Format
10- البرامج الإخبارية
11- برامج الريبورتاجات والتحقيقات المصورة.
12- شكل البرامج كاملة النص.

أما دكتور محمد معوض فيذكر أن أنواع برامج التلفزيون يمكن أن تصنف على اختلاف ألوانها ومضمونها كالتالي:

1- الأخبار والبرامج الإخبارية.
2- البرامج التعليمية.
3- البرامج الدرامية.
4- برامج الخدمات العامة والقطاعات الجماهيرية.
5- البرامج الرياضية.
6- المنوعات.

7- البرامج الدينية.

8- الإعلانات.

ويقدم عصام أنيس تصنيفا للبرامج التليفزيونية حسب وظيفة البرامج كما يلي:

1- البرامج الإعلامية :

ويندرج تحتها (الأخبار، وبرامج الأحداث الجارية، والبرامج الرياضية).

2- البرامج الثقافية :

وهي تشمل البرامج الثقافية العامة التي تقدم المعلومات والأفكار والآراء للجمهور بفئاته المختلفة، وبرامج الفئات التي تقدم لفئات اجتماعية أو مهنية محددة مثل برامج المرأة، والعمل، والشباب، والطلبة، وبرامج التنمية مثل تلك التي تهدف إلى رفع الوعي الصحي أو الاجتماعي أو الاقتصادي وغيرها، والبرامج التسجيلية الوثائقي.

3- البرامج التعليمية :

ومنها برامج تعليمية منهجية تشمل تعليم مدارس (الابتدائي، الإعدادي الثانوي)، أو تعليم جامعي، وبرمج تعليم كبار موجهة للبالغين غير المنتظمين في مدارس مثل برامج محو الأمية وتعليم اللغات، وبرامج الجامعة المفتوحة والتنمية الريفية.

4- البرامج الدينية :

وتشمل التلاوة، والشعائر، والبرامج الدينية التي تفسر الآيات وتقدم الفتاوى وقد تأخذ شكل حديث مباشر أو حوار أو ندوة أو تسجيل.

5- البرامج الترفيهية :

وهي تهدف للتسلية والترفيه الخفيف أو إلى المتعة والإبداع الفني وترقية ذوق المشاهدين وهي تشمل الأفلام العربية، والأفلام الأجنبية، والتمثيليات، والمسرحيات، والمسلسلات والسلاسل العربية، والمسلسلات والسلاسل الأجنبية، والأغاني والموسيقى وبرامج المنوعات والمباريات الرياضية.

6- برامج الأطفال :

ومنها البرامج الموجهة للصغار، وأفلام الأطفال، وقد تأخذ شكل مجلة متعددة الفقرات أو برامج منوعات أو استعراض، أو أغاني وتمثيليات أو على شكل عرائس.

7- الإعلانات التجارية :

وهي تدعوا إلى الترغيب في سلعة أو خدمة معينة.

8- الإعلانات غير التجارية :

مثل إعلانات التوعية.

9- مواد الربط :

وهي التي تسد الفراغات بين البرامج وتتضمن أغاني قصيرة وموسيقى وتنويهات للبرامج وإعلانات.

ثالثا- تصنيف أشكال البرامج في الراديو والتليفزيون

يمكن تصنيف برامج الراديو والتليفزيون بالاستناد إلى معياري الهدف والشكل أو القالب الفني الذي تتخذه إلى ما يلي:

1- البرامج الإخبارية

وهي نوعية من البرامج هدفها الأساسي هو الإعلام أو الإخبار الذي يتمثل في تزويد الجماهير بالمعلومات والآراء التي لم يعرفوها من قبل أو التي تحظى باهتماماتهم أو اهتمامات قطاع كبير منهم لذا فإن مهمتها الأساسية هو إحاطة الجمهور علما بكل جديد بطريقة فورية ودقيقة.

وتتخذ البرامج الإخبارية أكثر من شكل غير أنها لا تخرج في النهاية عن كونها إخبارا بوقائع جديدة أو تحليلات حولها. ومن أشكال البرامج الإخبارية ما يلي:

أ- موجز الأنباء.

ب- النشرات الإخبارية.

ت- التحليلات الإخبارية.

ث- التعليق الإخباري.

ج- التقرير الإخباري.

ح- البرامج الإخبارية الخاصة.

خ- البرامج التسجيلية الإخبارية، والمجلات والجرائد الإخبارية.

2- برامج الحديث المباشر و الحوار

وهي نوعية من البرامج تركز على المادة الكلامية من أحاديث وحوارات ومناقشات وتتنوع موضوعاتها وتتباين بشدة بين موضوعات سياسية أو اقتصادية أو ثقافية أو إنسانية ... ومن أشكال هذه البرامج ما يلي:

أ- الحديث المباشر.

ب- الحوار أو المقابلة (أو الحديث الحواري) وهو يشمل حوار الرأي، وحوار المعلومات، وحوار الشخصية.

ت- المناقشات والندوات.

ث- برامج التليفزيون.

ج- البرامج التي تتخذ شكل الموائد المستديرة.

ح- برامج تتخذ شكل المحاكمة.

خ- البرامج الجماهيرية.

3- الدراما

وهي أشكال درامية يقوم بإنتاجها الراديو والتليفزيون أو وسائل أخرى ولكنها تعرض في الراديو والتليفزيون ومن أمثلتها:

أ- الأفلام (السينمائية والتليفزيونية).

ب- المسرحيات التي تسجل للإذاعة والتلفزيون (أو تنتج خصيصا لهما).

ت- التمثيليات.

ث- المسلسلات والسلاسل.

ج- برامج السرد الدرامي.

ح- البرامج شبه الدرامية ...والدراما البيوجرافية التسجيلية.

4- البرامج التسجيلية

وهي برامج تتناول موضوعات حقيقية كالمشكلات اجتماعية والقضايا السياسية أو الصحية أو العلمية أو الثقافية ويمكن أن تتخذ عدة أشكال منها:

أ- البرنامج الدرامي التسجيلي.

ب- الأفلام التسجيلية.

ومثال النوع الأول برنامج حياتي الذي كان يعرض بالتليفزيون المصري ويستعين بممثلين محترفين لأداء مواقف تمثيلية تحكي مشكلات أسرية حقيقية حدثت بالفعل ويحاول البحث عن حلول لها حيث تعرض هذه المشكلات بشكل درامي مشوق. أما الأفلام التسجيلية فهي تتنوع بين الأفلام التعليمية، والعلمية، وأفلام التدريب، والأفلام الإرشادية، وأفلام المعرفة وغيرها.

5- برامج الترفيه والتسلية والمنوعات

وهي نوعية من البرامج تهدف إلى الترفيه عن المتلقين (مستمعين ومشاهدين) وتسليتهم وتظم عديد من الأشكال ومنها:

أ- برامج المسابقات.

ب- البرامج الرياضية (كالمصارعة- كرة القدم ...الخ).

ت- برامج الموسيقى والغناء والرقص.

ث- برامج الفنون مثل الباليه، الشعر، الأدب.

ج- برمج الاستعراضات مثل السيرك والألعاب المختلفة والفوازير ...الخ.

6- البرامج الخاصة والموجهة

- ومن أمثلة البرامج الموجهة البرامج الدينية (سواء تلاوة القرآن أم الفتاوى أم الشعائر) ويدخل ضمنها الإذاعات الخارجية لنقل الشعائر والاحتفالات والمناسبات الدينية.
- أما البرامج الخاصة فهي تضم (برامج المرأة، والطفل، والشباب) ومن أمثلتها الرسوم المتحركة والعرائس ومصرح الطفل.
- وهناك الإعلان الاجتماعي الذي يمكن اعتباره برنامج خاص وهو يختلف عن الإعلانات التجارية التي تروج للسلع والمنتجات.
- البرامج التعليمية الموجهة لطلاب المدارس والجامعات.
- برامج الخدمات والطوائف ومثالها البرامج التنموية والتي تحث على سلوكيات معينة كالادخار والترشيد في الاستهلاك.

رابعا: برامج الحديث المباشر

يعد الحديث المباشر أقدم الأشكال البرامجية التي عرفتها محطات الراديو والتليفزيون في تقديم إنتاجها أو برامجها، وهو كشكل برامجي يحقق أكثر من هدف، كما يقوم بأكثر من وظيفة، فكثيرا ما نستمع إلى أحاديث مباشرة في الراديو كما نشاهدها على التلفزيون، فقد نستمع إلى تحليل إخباري أو تعليق، أو حديث ديني أو دعاء، أو تقديم لفيلم أو برنامج أو مسرحية، وقد نسمع ونشاهد وصفا لأحد المباريات أو تعقيبا على أحداث مسلسل ونقدا له، وكلها أمثلة على الحديث المباشر وهو باختصار مادة كلامية يقدمها لنا شخص واحد (مذيع أو مذيعة) في الراديو أو التليفزيون. أو متخصص في مجال ما (رجل دين، عالم، رجل سياسة ، إعلان ...الخ)، ومهما اختلف مضمون الحديث المباشر لا يخرج عن كونه كلمات منطوقة.

ويختلف الحديث المباشر في الراديو عن التليفزيون نظرا لاختلاف خصائص كل منهما "فالكلمة المنطوقة في الإذاعة لها مواصفات ومميزات تتميز بها، فهي تخاطب الأذن لا العين، وهذا يفرض على كاتب الحديث الإذاعي أو المتحدث في الإذاعة أن يكون على وعي تام بطبيعة الوسيلة التي يستخدمها وطبيعة الجمهور الذي يخاطبه من خلال هذه الوسيلة".

والحديث المباشر سواء في الإذاعة أو التليفزيون عبارة عن محادثة من طرف واحد، هو المتحدث الإذاعي أو المتحدث التليفزيوني وهي محادثة يلتقطها المستمع أو المشاهد من فم المتحدث بأذنيه، ولذا فإن على الكاتب للحديث أن يتفادى فيما يكتب كل ما يثير أي لبس للأذن، ولكي يتحقق هذا الهدف، فإن كتابة الحديث لابد وأن تكون في بساطة أو وضوح وباستخدام مفردات

الكلمة المذاعة وما تتميز به من خصائص بحيث يفهم المستمع أو المشاهد ويدرك ما يتحدث فيه الكاتب من أول مرة. إن الحديث المباشر أقرب إلى الاتصال الشخصي يشعر من خلاله المستمع أو المشاهد بجو من المودة والألفة مع المذيع أو المتحدث، خاصة إذا ما أحسن التخطيط له وكتابته وتنفيذه بحيث يبدو تلقائيا دون تكلف، فكلما كان الحديث المباشر أقرب إلى الارتجال كان أقرب للجمهور.

وبالنسبة للمتحدث الإذاعي فإن أول شروط نجاح الحديث المباشر هو أن يكون صوته جيدا"فمن الطبيعي أن يكون الصوت الجيد جزءا من المؤهلات الأساسية لشخص يحترف الاتصال بالجماهير عن طريق الكلام، ولذلك يجب أن يمتلك المذيع صوتا جيدا يؤدي وظيفته على النحو الأكمل، وقدرة على الكلام بطريقة سليمة. ويرى بعض الأخصائيين في علم الأصوات، أن كل البشر تقريبا يولدون ولهم أصوات جيدة.إلا أن البعض يهملها تماما، والبعض الآخر يستخدمها بطريقة خاطئة، والقليل جدا منهم هو الذي يهتم بصوته . ثم يضيف هؤلاء: إن حنجرة الإنسان أشبه بالآلة الموسيقية، فكلما كانت الآلة جيدة كلما كانت نغماتها قوية ذات لون خاص يوحي بالثقة. والمقصود هنا بالصوت الجيد هو الصوت القوي الواضح الذي ترتاح إليه الأذن والذي يخلو من العيوب أثناء عملية الكلام (النطق)". وترتبط جودة الصوت ونطق الكلام وسلامة مخارج الألفاظ بسلامة الجهاز الصوتي والكلامي للشخص ومن العيوب الشائعة في النطق إخراج الصوت أنفيا حادا، أو أسنانيا مضغوطا، وكذا تداخل الحروف وعدم وضوحها أو تحولها عن طبيعتها الصوتية فينطق حرف "القاف" كما ينطق حرف"الكاف"، وينطق حرف "السين" كما ينطق حرف "الثاء" أو يتحول حرف"الراء" إلى"غ" وهكذا.

أما بالنسبة للمتحدث التليفزيوني فإن المظهر الجسماني يعد شرطا أساسيا يتحتم توفره بالنسبة لهم، وفي الواقع لا يصلح أن نحدد قسمات بعينها لوجه بشري ونقول أن ذلك هو الوجه المناسب للظهور على شاشة التليفزيون، ويمكن القول بأن الوجه الذي يبدو مقبولا ومحببا وأكثر وسامة وقبولا لمشاهد ما قد يكون منفرا ومزعجا ومرفوضا من مشاهد آخر، وبينما تحرص بعض المحطات(العربية والأجنبية) على اختيار الوجوه التي توصف بأنها جميلة(خاصة الوجوه النسائية) وتفضلها ليعمل أصحابها كمذيعين ومقدمي برامج على شاشة التليفزيون، نرى وجهة نظر أخرى أكثر اعتدالا ترى أن الجمال المبالغ فيه يتساوى تماما مع القبح الواضح، لأن كليهما يمكن أن يكون سببا في تشتيت ذهن المشاهد أو انصرافه عن متابعة الرسالة الإعلامية.وفي الواقع تخضع تلك المقاييس أولا وأخيرا لحسابات آلة التصوير التليفزيونية، ولذلك فإن الحكم الدقيق والصحيح على مدى صلاحية وجه من الوجوه أو عدم صلاحيته إنما يتم من خلال مشاهدة هذا الوجه على الشاشة أي منقولا بواسطة آلة التصوير التليفزيوني، فهناك العديد من الوجوه الجميلة في الطبيعة تظهر على الشاشة في صورة غير مقبولة تماما والعكس صحيح أيضا، ومعنى ذلك أن هناك وجوها صالحة للتصوير يطلق عليها الاصطلاح العلمي فوتوجينيك Photogénie وهي الوجوه التي تبدو مقبولة على الشاشة عندما يجرى تصويرها من أي زاوية أو اتجاه.

مراجع المحاضرة الثانية :

1- عبد المجيد شكري، **الاتصال الجماهيري**، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 1996

2- عبد المجيد شكري، **تكنولوجيا الاتصال– إنتاج البرامج في الراديو و التلفزيون**- العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 1999.

3- عدلى رضا، عاطف العبد، **إدارة المؤسسات الإعلامية . الأسس النظرية و النماذج التطبيقية** . دار الفكر العربي، القاهرة، 2002.

4- العيفة جمال، **مؤسسات الإعلام و الاتصال . الوظائف، الهياكل، الأدوار.** ديوان المطبوعات الجامعية، 2010

5- عبد القادر قطشة، **إسهام التكنولوجيات الجديدة للإعلام و الاتصال في تطوير الرسالة التلفزيونية الجزائرية**، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، 2005.

6 - Francis Gutheben, Scandales à France Télévisions, Ed Gawewitch, France, 2009.

7 - François Tron, Le Gout de la Télévision, Ed Alvik, France, 2007.

8 - Gerald Millerson, The technique of Television Production, focal press, London, 1973.

المحاضرة الثالثة : برامج الحوار

1- مفهوم الحوار:

تستخدم كلمة حوار في الفن الإذاعي لكي تشير إلى أحد عناصر الدراما أي أنها تقابل هنا كلمة Dialogue، كما تستخدم كلمة حوار بمعنى مقابلةInterviewكقالب فني للبرامج الإذاعية وهذا المعنى هو ما نقصده هنا، أي الحوار بمعنى محادثة ذات هدف.ومعنى أن الحوار هو محادثةConversation أي أن هناك شخصين(أو أكثر) في موقف تواصلي حول موضوع معين حيث يقوم القائم بالحوار Interviewer بإجراء الحوار لهدف معين في إطار الخدمة الإذاعية بوجه عام. ويمكن تعريف الحوار الإذاعي بأنه" لقاء هادف بين المذيع والضيف حول موضوع معين يهم الجمهور المستهدف " ويقوم هذا اللقاء على التفاعل المتبادل وفق المعايير الإذاعية، إن التفاعل المتبادل هنا يعني أن الأمر لا يقتصر على مجرد توجيه الأسئلة والحصول على الإجابة، وإنما يشمل كل أدوات التواصل بين المذيع والضيف سواء كانت هذه الأدوات لغة لفظية أم غير لفظية".

ويمكن أن يشكل الحوار برنامجا مستقلا في حد ذاته كما يمكن أن يقدم كجزء من برنامج إذاعي أو تليفزيوني، وفي هذه الحالة الأخيرة يمكن أن يكون الحوار مثلا مفردة أساسية من مفردات التحقيق الإذاعي، أو فقرة من فقرات برنامج مجلة، أو مكونا أساسيا من مكونات برامج المسابقات، غير أن ما يهمنا هنا هو الحوار بوصفه برنامجا مستقلا في حد ذاته، فالحوار هو أحد الأشكال البرامجية التي تحظى باهتمام الجماهير وتفضيلا خاصة إذا ما أعد إعدادا جيدا وبمهارة أو حرفية و إذا ما قدم بالشكل الملائم.

أ – حوار الرأي Opinion Interview

وهو نوع من الحوار يستهدف أساسا الحصول على رأى الضيف في قضية أو حدث أو موضوع معين. وقد يكون هذا الضيف خبيرا في مجاله أو مسئولا حكوميا أو رجل شارع عادي وقد يطول أو يقصر هذا الحوار بناءا على موضوعه وأهميته للجمهور. فهناك الكثير من الموضوعات التي يحتاج المستمع أو المشاهد إلى معرفة رأي الخبراء أو المسئولين فيها كما أن هناك كثير من الناس العاديين ممن يكون لهم رأى جدير بأن يذاع أو يبث على محطة الإذاعة أو التلفزيون والواقع أن اختيار الضيف أو من سيتم إجراء الحوار معه فهذا النوع من البرامج ليس شرطا أن يكون من الأشخاص ذوي الحيثية أو المنصب أو الجاه "فهذا النوع من الحوار يتم إعداده بقصد عرض أفكار بعض الناس وأرائهم في مسألة أو موضوع معين، ويستوي هنا أن يكون صاحب الرأي عالما كبيرا أو فنانا أو أستاذا جامعيا أو عابر طريق. بل الأغلب أن يكون رجل الشارع هو هدف من الحوار.

وهناك بعض المعلومات التي تتطلب أن يكون الضيف فيها من المتخصصين(مثال ذلك أن يتم إجراء حوار لرأى مع متخصصين في شئون الشرق الأوسط حول رأيه في مسار المفاوضات بين الفلسطينيين والإسرائيليين حول تطبيق ما يسمى بخارطة الطريق، أو أن يتم استطلاع رأى أحد منتجي السينما الكبار حول أزمة صناعة السينما في مصر، غير أن من أكثر أشكال حوار الرأي جذبا للجمهور هي تلك التي تتفاعل مع هموم المواطنين ومشكلات حياتهم اليومية، فالسعي نحو معرفة أراء الناس العاديين في مختلف

القضايا والموضوعات التي تمس حياتهم المعيشية لا يتطلب أن يكون المتحدث خبيرا أو مسئولا بل مواطنا عاديا غير أن لديه رأى في موضوع من الموضوعات.

ب – حوار المعلومات Information interview

يقصد بهذا النوع من أنواع الحوار ذلك الذي يسعى إلى أعطاء معلومات معينة للناس في موضوع ما ربما لأهميته السياسية أو الاقتصادية أو الصحية أو غير ذلك من الموضوعات التي ترى الإذاعة أو التليفزيون أن من واجبهما لجمهور المستمعين أو المشاهدين مساهمة منهما في الخدمة العامة.

وواضح أن الموضوعات التي يتناولها هذا النوع من الحوار تصلح جميعها لأن تكون في شكل الحديث المباشر. ومع ذلك فكثيرا ما يفضل تقديمها في شكل حوار ضمانا لمزيد من الحيوية، والإقبال على الاستماع إليها أو مشاهدتها فالحوار بطبيعته أكثر جاذبية من الحديث المباشر، نظرا لاعتماده على أكثر من صوت والتلقائية التي تظهر فيه، ونظرا لأنه يثير أو يجب أن يثير الكثير من الأسئلة التي تراود ذهن المستمع أو المشاهد بشأن الموضوع المطروق.

إن حوار المعلومات يحظى بنسب استماع أو مشاهدة مرتفعة خاصة إذا ما كان موضوعه شيقا ومعد إعداده جيدا ويذاع أو يبث في توقيت ملائم. فلا شك أن حوارا مع أحد المسئولين أو المنظمين لمعرض القاهرة الدولي للكتاب مثلا حول الجديد في المعرض هذا العام وقاعات العرض الحديدة التي أضيفت أو تزويد الجمهور بمعلومات دقيقة حول أماكن دور العرض وأهم الناشرين والخدمات التي يمكن أن يحصلوا عليها وأماكنها يكون مهما للغاية قبل افتتاح المعرض للجمهور أو أثناءه. كما أن حديث مع مسئول بوزارة التعليم أو الصحة حول ما أذيع حن حدوث حالات إعياء وتسمم لدى التلاميذ بالمدارس بعد تناولهم للوجبات الموزعة عليهم سوف يحظى باهتمام الجمهور(لاستيضاح الأمر وطمأنة أولياء الأمور مثلا والمهم هو أن يكون هدف هذا النوع من الحوار هو تزويد الجماهير بالمعلومات الصحيحة والدقيقة أو الجديدة بالنسبة لهم.

ج – حوار الشخصية Personality interview

يهدف هذا النوع من أنواع الحوار إلى تقديم شخصية معينة لجمهور المستمعين أو المشاهدين تثير انتباههم بشكل أو بآخر. وغالبا ما تكون هذه الشخصية قد سلطت عليها الأضواء من خلال إنجازات أو حدث هام. الشخصيات إما أن تكون معروفة لدى الجماهير من قبل وبشكل ثابت كرجال السياسة أو الفن أو الرياضة. وإما أن تكون شخصية عادية ولكنها أثارت انتباه الناس بمناسبة حادث معين كالفوز في بطولة رياضية كبرى. أو الاشتراك في جناية كبرى. أو تحقيق عمل خارق أو ما إلى ذلك ... وقد تكون هذه الشخصية شخصية عادية بل ومغمورة تماما ولكنها تحمل شيء من الطرافة نظرا للهجة التي يستخدمها الشخص في حديثه، أو الذكريات الطريفة التي يختزنها أو اللباقة السديدة في الكلام أو الذكاء الخارق... الخ

إن حوار الشخصية يهدف إلى كشف جوانب الشخصية التي يقدمها وخبراتها وتجاربها ويمكن أن يكون ذلك بهدف تقديمها كقدوة يحتذى بها. لذا يتطلب هذا الحوار التحضير الجيد للمقابلة بجمع المعلومات حول شخصية الضيف كما يمكن إجراء بعض

المقابلات الهامشية مع أشخاص آخرين متصلين بهذه الشخصية لتوضيح ظروفها وخلفياتها على أن تسير هذه اللقاءات الهامشية في إطار حوار الشخصية الأساسية .

ويمكن لحوار الشخصية أن يكشف عن جوانب في شخصية الضيف لم تكن معروفة لدى الجمهور ويرغب في معرفتها، ومثال ذاك أن الشخصيات الشهيرة من رجال السياسة والأدب أو العلم من الممكن تناولهم في أحاديث شخصية لا تركز على أسباب نبوغهم أو شهرتهم أو أعمالهم أو إنجازاتهم بل تركز على الجوانب الإنسانية في حياتهم ومثال ذلك أن يجرى حوار مع رجل سياسة حول حياته. علاقته بأطفاله. هواياته. أنشطة حياته اليومية. وهكذا يمكن للحوار أن يتناول موضوعات لا يعرف الجمهور عنها شيئا وتمثل مادة شيقة بالنسبة له.

2- أنواع أخرى من الحوار

إن برامج الحوار لا تقتصر على هذه الأشكال الثلاثة (حوار الرأي، حوار المعلومات، وحوار الشخصية). فمن الملاحظ أن الحوار الواحد قد يشتمل على عناصر من هذه الأشكال الثلاثة فالحوار قد يكون حوار للرأي والمعلومات فذ آن واحد. كما قد يكون حوار حول شخصية للتعريف بجوانبها وأبعادها والكشف عن آرائها وما تعرفه من معلومات جديدة حول حدث من الأحداث أو واقعة من الوقائع. ومن ثم فإن الفصل بين هذه الأشكال هو لغرض الفهم فقط، فالحدود بين أنواع الحوار ليست قاطعة أو حاسمة.

وهناك عدة أشكال أخرى لبرامج الحوار من بينها المناقشات والندوات وبرامج التلفزيون، والبرامج الجماهيرية وغيرها وهو ما نوضحه في الآتي:

1 – برامج المناقشات والندوات

يقصد ببرامج المناقشات والندوات "البرامج التي يلتقي فيها أكثر من شخص في وقت واحد لبحث موضوع معين غما من وجهات نظر مختلفة ... وإما من وجهات نظر متعددة، بمعنى أن الموضوع الذي يدور حوله البرنامج إما أن يكون موضوعا تختلف حوله الآراء فتعرض في البرنامج متقابلة وجها لوجه يحاول كل طرف أن يقنع الطرف الآخر بوجهة نظره ... وإما أن يكون الموضوع له عدة جوانب فيعرض أحد المشتركين جانبا من الموضوع يكلمه للآخر دون اختلاف في وجهات النظر.

ورغم أن كلمة (المناقشة) قد يقصد بها اختلاف وجهات النظر وأن كلمة الندوة قد يقصد بها تعدد جوانب الموضوع دون خلاف إلا أننا في البلدان العربية نستخدم الكلمتين بمعنى واحد ونطلقه على النوعين معا.ويلاحظ أن الأهداف التي تسعى إليها برامج الندوات يمكن إجمالها علة النحو التالي.

أ. تحت الندوة على مزيد من التفكير في الموضوع الذي عالجته.

ب. محاولة الوصول إلى حل في الموضوع المختلف عليه.

ت. إلقاء الضوء أمام المواطنين جميعا على المشكلات التي تتعلق بحياتهم وعرضها من وجهات النظر المختلفة تمهيدا لتكوين رأي عام حولها.

ث. إيصال الحقائق والمعلومات إلى الناس بطريقة طبيعية سهلة بعيدة عن الملل الذي يضطرهم إليه الحديث المباشر.

2 – برامج الهاتف (التليفون)

من بين برامج الحوار، الحوار على التليفون، ويكاد يكون هذا الشكل البرامجي format من خصوصيات الراديو وإن كنا نجد بعض المحطات التليفزيونية قد اقتبست هذا الشكل من الراديو، والراديو في مصر عرف هذا الشكل البرنامجي منذ سنوات طويلة، فهناك برنامج في إذاعة وسط الدلتا المحلية يحل المشكلات على التليفون وهناك برامج مثل مسئول على التليفون. والأمثلة على البرامج من هذا النوع كثيرة ومتنوعة.

3 – برامج المائدة المستديرة

ويقوم هذا الشكل من البرامج في جوهره على مناقشة جدلية بين عدد محدود من الأشخاص(من3- 5 أشخاص) حول موضوع معين. فالمشتركون في الندوة يتحدثون ويستمعون إلى آراء بعضهم البعض ويعدلون آرائهم وملاحظاتهم وفقا للحقائق والآراء التي يعرضها كل واحد منهم فتكون المناقشة حية فعالة. ويتم من خلالها إثارة تفكير الجمهور ولا يعني هذا أن تتسم المناقشة بالصرامة التامة وإنما يعني أن يكون موضوع المناقشة له أهميته ومغزاه وليس هناك ما يمنع من إضفاء بعض اللمسات المرحة من حين لآخر تحقيقا لعنصر التشويق.

4 – البرامج الجماهيرية

وهي تقوم على إشراك جماهير المشاهدين والمستمعين في البرامج وذلك من خلال تواجد مجموعة منهم داخل الأستوديو أو اشتراكهم من المنازل في الإجابة أو المداخلات والتعقيبات الدائرة بين الضيوف.

5 – برامج تتخذ شكل محاكمة

وهي شكل من أشكال البرامج التليفزيونية يعتمد على شكل المحكمة العادية بما فيها من قضاة ومستشارين ومحامين وشهود نفي ومدع عام... ويعتمد هذا الشكل من البرامج التليفزيونية على الديكور بحيث تهيأ أرض الأستوديو لتكون في شكل محكمة بمقاعد الجمهور ومنصة القضاة وقفص الاتهام ومكان ترافع المحامين وما إلى ذلك.

ومع هذه التطورات ونتائجها يظل الراديو والتليفزيون كوسائل تقليدية لهما من الخصائص والسمات ما يميزهما ويربط جماهير المتلقين بهما.

6- برامج تليفزيون الواقع

كانت عروض الناس People showالأولى في أشكال تلفزيون الواقع في الولايات المتحدة الأمريكية مدفوعة باهتمامات مؤسساتية بالجماهير، في عقد الثمانينيات، حيث أدت المنافسة بين أربع شبكات انترنت، قنوات الكابل، وجاذبية الفيديو المنزلي إلى أن عدد من الجماهير التي يستهدفها معدًو و مجدولو البرامج، يتم تحديدها على أساس الفئة العمرية والاهتمامات مثل الرياضة أو الطبقة الاجتماعية .

كان هذا عندما قدمت قناة "م، تي، ف "MTV ، شكل تلفزيون الحقيقة في سلاسلها عالم الحقيقة. نفس المشكلات و الفرص التي مكنت تلفزيون الحقيقة من أن يوضع تحت الأضواء في الولايات المتحدة ظهرت في بريطانيا خلال التسعينيات كقنوات جديدة، وبدأ نظام الكابل و الأقمار الصناعية في تآكل و تجزئة الجماهير التقليدية.

طبق لأول مرة تليفزيون الحقيقة في بريطانيا عن طريق الجمع بين أطول الأفلام الوثائقية، إعادة البناء، تقديم الأستوديو بواسطة المقدمين، و أطوال الأفلام الفعلية مثل برامج Crime watch و أيضا برنامج , Police ,Action .

لقد امتد مصطلح تلفزيون الحقيقة حينئذ لكي يشمل برامج واقعية مهيكلة، حيث المواقف تكون معدة لغرض التصوير الفيلمي، و قد امتد إلى توثيق الحياة العائلية الذي يحمل على الأحداث الحقيقية أساليب التحرير للمونتاج المتوازي، الهيكل الروائي الذي يركز على الشخصية، و تعليق جغرافي واحد، كل هذا وجد في برامج الحياة العائلية الخيالية .

لقد انبثق تلفزيون الواقع لمصطلح يصف البرامج التي يطلق عليها البيئة الخاضعة للسيطرة، و الخالية من الإرث التوثيقي للقضايا الاجتماعية .إنه أقرب إلى برامج التسلية، و يحل بصورة متزايدة محل البرامج المجدولة في عروض البث المسائية. النتيجة ليست في أصالة و تفسير الفيلم الوثائقي، و لكن بدلا من ذلك عرض مشاهد الحياة اليومية و التركيز على الأداء المتماثل أو المتطابق مع الواقع .

تدعى برامج تلفزيون الواقع بقربها من الواقعية بإثبات عمليا كيف يحاول المتسابقون المحافظة على المظهر الكاذب للشخصية التي يريدون خلقها، و مع ذلك يكشفون عن نوع من الأصالة تحت هذه الشخصية التي يريدون . ومن ثم يستعير تلفزيون الواقع بعض القيم التي تعتبر من خصائص الدراما إلى التمثيل الواقعي و يربطون هذا مع كشف البرامج الوثائقية، عن القضايا الاجتماعية الحالية عن طريق سرد قصص شخصية .

و في المجتمع العربي، فرضت برامج التلفزيونات الغربية نماذج ثقافية و إعلامية عليه، حيث سعت إحدى المحطات الفضائية العربية وهي الفضائية اللبنانية "إل.بي.سي" LBC إلى تبني هذا النموذج الغربي ، الذي أعد خصيصا حسب طبيعة المجتمع الغربي .

وباسم الحداثة و الانفتاح سارعت المحطات التلفزيونية الفضائية العربية من بينها : شبكة راديو و تلفزيون العرب " آرت" ART ، و محطة الشرق الأوسط "إم.بي.سي" MBC ، وقناة روتانا ، و تلفزيون المستقبل ، و قناة نسمة تي.في ...إلى تبني هذا النوع

من البرامج التلفزيونية لما حققته من نسبة مشاهدة مرتفعة مقارنة بالبرامج الأخرى، و بالتالي جلب نسبة كبيرة من الإعلانات حيث يركز المعلنون على النسب المرتفعة من المشاهدة لتقديم إعلاناتهم، و بالتالي توجه القنوات يتحكم فيها بشكل كبير المعلنون، فتبنى شبكات البرامج للقناة وفق هذا المنطق. حتى و إن حاول القائمون على شبكات البرامج توظيف هذه البرامج وفق بعض المعايير التي تتماشى مع بيئة المجتمع العربي، إلا أنها لا تستطيع أن تخرج من منطق تصور البرنامج الذي يجمع مجموعة متسابقين شباب من الذكور و الإناث داخل حيز معين و يعيشون حياة بدون ضوابط معينة، المهم هو التحضير الجيد للحصول على أكبر عدد من الأصوات لتحقيق الفوز، و مشاركة الجمهور في البرنامج عن طريق التصويت. و هذا أحد الدوافع الرئيسية التي يركز عليها المعلنون و ممولو برامج تلفزيون الواقع، حيث يتم التصويت عن طريق الهاتف سواء المحمول أو الثابت و بالتالي يركز متعامل الهواتف على تمويل هذا النوع من البرامج. و هذا الدافع الرئيسي الآخر للقنوات التلفزيونية الخاصة نحو إنتاج مثل هذه البرامج : ستار أكاديمي، Super star سوبر ستار، Arab Idol، و هزي يا نواعم، و هو مقتبس من برنامج رقص مع النجوم avec les Danse Stars الذي تبثه قناة تي. أف 1 TF1 الفرنسية في كل موسم وغيرها. و هنا يستغرب من هذا البرنامج في شكله الشرقي كيف يقدَّم للمشاهد العربي و بأي طريقة يتم تقديمه، بحيث نلاحظ أنه بعيد كل البعد عن الضوابط الأخلاقية للمجتمع العربي، و حتى تسمية البرنامج جاءت في شكل بعيد كل البعد عن معايير التصور الإعلامي السمعي بصري.

إن تلفزيون الواقع يعبَر على جوهر التلفزيون العلائقي حتى وإن كان أحيانا أقل جرأة من الواقع "ريالتي شو" Realite show أو "Talk show التولك شو"، و صعوده كان استجابة لمخيلة أكثر مساواة و لفردانية متنامية .

إن تلفزيون الواقع هو نوع من البرامج التلفزيونية التي يتم فيها جمع أفراد من عامة الناس ، في مكان محدد و بيئة معينة ، مع وجود نص مكتوب أو سيناريو و عرضه عرضا مباشرا على المشاهدين ، الذين يتابعون حياة و تصرفات المشتركين و ردود أفعالهم ، و تتنوع برامج تلفزيون الواقع منها : ستار أكاديمي، و الأخر الأكبر ، و الوادي ، و قسمة و نصيب ، و ألحان وشباب ، و X FACTOR و تلقى هذه البرامج نسبة مشاهدة مرتفعة في كثير من دول العالم .

هذا النوع من العمل التلفزيوني الذي لاقى نجاحا كبيرا بقدر ما لاقى انتقادا كبيرا، يعود بفكرته إلى رواية " جورج أورويل "(1984) التي نشرت سنة 1949، واضعة أشخاص هذه الرواية تحت مراقبة الكاميرات المستمرة، أي أن الكاتب توقع عام 1949 سيطرة نظام بوليسي على المجتمع، قادر على رصد كل تحركات الشعب و معرفة أفكاره، و يكون مسئولا عن هذا النظام الأخ الأكبرBig brother الذي يدعى حرصه على المجتمع، و لكنه في الواقع يعمل للسيطرة عليه و كبت أفكاره الاستقلالية. و لقد تمَ الأخذ بالمبدأ الذي اعتمد في حبكة هذه الرواية و راح يتمَ بناء البرامج عليه مع بعض التعديلات: أي أن تتم مراقبة الكاميرات 24 ساعة على 24 ساعة لأفراد مأسورين متطوعين لذلك و مجبرين على أن يعيشوا سوية في مكان مقفل منقطع عن العالم لقاء الوعد بنجومية سريعة.

و تقوم فكرة تلفزيون الواقع على متابعة الكاميرا لنشاط مجموعة بشرية ، اجتمعت لهدف فني أو اجتماعي محدد ، كشباب و شابات تلتقط الكاميرا يومياتهم لتعرض حية على الجمهور ، الذي يقرر مستوى أداء كل فرد من أفراد المجموعة عن طريق التصويت ، وفي نهاية البرنامج يختار فائز أو فائزة .

تزامن ظهور " تلفزيون الواقع " مع بداية الألفية الثالثة عندما بثت قنوات تلفزيونية فضائية عمومية و خاصة ، برامج لاقت نجاحا جماهيريا كبيرا من نوع ستار أكاديمي ، و loft Story ، و سوبر ستارSuper star ، و الأخر الأكبر Big brother، وهي برامج أصبح فيها المتفرج فاعلا أساسيا ، حيث يتدخل مساء كل جمعة أو سبت حسب إعطاء كل قناة حيزا زمنيا لإذاعة البرنامج، فيتدخل المتفرجون لإقصاء أو إسعاف أو التصويت لأحد المتراهنين أو المتراهنات .

يعتمد هذا النوع من البرامج على مبدأ التجسس أو التلصص على الحياة الخاصة ، وعلى الاختلاط بين شبان و شابات في فضاء ضيق و على امتداد كل الفترات.

مراجع المحاضرة الثالثة :

1- مرزوق يوسف، **فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004.

2- مرزوق مرزوق، **المدخل لحرفية الفن الإذاعي**، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1986.

3- محمد مهني، **المدخل إلى برامج الراديو و التليفزيون– أشكال البرامج و إنتاجها** – ، ركلام للنشر و التوزيع، القاهرة، 2003.

4- موري جرين، **أخبار التليفزيون بين التحليل والتنفيذ** ،ترجمة : حمدي قنديل وأحمد سعيد عبد الحليم، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة 1972.

5- مجلة الشاة الصغيرة، العدد 65 مايو 2003

6- وارن ك. أجي و آخرون، **وسائل الإعلام**، ترجمة: ميشيل تكلا،مكتبة الوعي العربي،القاهرة، 1984.

7- Laurent Fonnet, La Programmation d'une Chaine de Télévision, Ed Dixit, Paris, 2009.

8 - Marc Endeweld, France Télévision, Ed Flammarion, France, 2010.

9 - Michel Malausséna, Les Animateurs, Ed Jean Claude, Paris, 2008.

10 - Pierre Moeglin et Gaétan Tremblay, L'Avenir de la Télévision Généraliste, l'Harmattan, France, 2005.

11 - Robert C. Allen and Annette Hill, The Television Studies Reader, Ed Rout ledge, London , 2004.

المحاضرة الرابعة : المذيع و خصائصه

أولا – تعريف المذيع

إن كلمة مذيع تشير إلى الوظيفة أو العمل الذي يؤديه شخص يعمل في ميدان السمعي البصري، و يسمى المنشط الإذاعي و التلفزيوني، و مقدم البرامج إخبارية كانت أو برامج حديث مباشر أو برامج الحوار بأشكاله، أو مذيع الربط حيث يربط بين برنامج و آخر و ينسق حسب خارطة طريق البرنامج اليومي للقناة...الخ، و هذه الوظيفة لها خصائصها مثلها مثل الوظائف الأخرى، كالأستاذ و الطبيب و المهندس و المحامي،... وبالتالي تتطلب هذه الوظيفة خصائص ومهارات والقدرات معينة حتى تؤدى بشكلها الصحيح .

وفي اللغة العربية ارتبطت كلمة مذيع، " بالفعل"، أي العمل الذي يؤديه، والوظيفة التي يقوم بها. فكلمة "مذيع" هي اسم الفاعل من "أذاع" وهي تعني "الذيع" أي الانتشار وإعلان ما كان خافيا أو غير معروف ... فالمذيع هو أن يشيع الأمر... وأذعت بالأمر إذا أفشيته وأظهرته... وأذاع الخبر أي فشا وانتشر أو فشا وظهر. وعلى ذلك يكون المذيع وفقا لهذا الأساس اللغوي هو الشخص الذي ينقل معلومات ما إلى عدد غفير من الناس ... وبالتالي يكون كل "من الواعظ والخطيب السياسي والمنادي في القرية مذيعا بهذا المفهوم لأن لدى كل منهم رسالة يود أن ينقلها وأخبارا يريد أن ينشرها، بل ربما يكون الباعث لذلك هو مجرد الرغبة الشخصية في أن يكون موضع إعجاب الجمهور.

لقد كان هؤلاء الخطباء والوعاظ والمنادون إذن هم "المذيعين" أو ناقلي المعلومات للأعداد الغفيرة في زمانهم، أي قبل ظهور الاتصال الجماهيري بواسطة الراديو والتليفزيون ... وكانت أساليبهم وقدراتهم ومهاراتهم تتفق اتفاقا كاملا مع طبيعة الاتصال ووسائله المتاحة في ذلك الوقت، وتتفق كذلك مع أهدافهم من هذا الاتصال ... أما بعد ظهور الاتصال الجماهيري بالراديو والتليفزيون فقد اختلفت وظيفة المذيع واختلفت أساليبه في أداء هذه الوظيفة تماما، فلم يعد مقبولا ولا ممكنا أن يكون مذيع اليوم هو نفس الخطيب المحترف القادر على استخدام الأساليب الخطابية المضخمة للمعاني والاستعراضات الصوتية والشخصية الطاغية، كما أن أسلوب الخطيب في العرض والتعبير بإشارات اليد، وملامح الوجه. لا يمكن أن يتلاءم مع طبيعة كاميرا التليفزيون التي تركز على هذه الإشارات وتنقلها بوضوح تام، وهذا من شأنه أن يجعل الخطيب أشبه بالممثل.

وبالرغم من أن المذيع في الراديو والتليفزيون يعد نتاج العصر الإلكتروني أو ثمرة من ثمراته، إلا أن كثيرا من المهام التي يقوم بها الآن وجدت قبل ذلك بآلاف السنين. فقد كان هناك المنادي في القرية وكان هناك المنشدون وناقلو الأخبار ورواة الأشعار والقصص، كما كان هناك الصحفيين القدامى الذين مارسوا أعمالهم في الصحافة المطبوعة... وقام هؤلاء جميعا بأدوار تتشابه في بعض جوانبها مع ما يقوم به المذيع هذه الأيام من خلال الراديو والتليفزيون وخاصة في مجال نقل المعلومات والترويح باعتبارها خدمات تقدم إلى الجمهور.

لكن هذا لا يعني هذ التشابه هو الالتقاء في كل شيء أو أنها نفس العمل و الوظيفة، فهناك خلافات رئيسية جاءت بها هذه الوسائل الإلكترونية"الراديو والتليفزيون" تتمثل في جانبين رئيسيين هما:

أ– أن الرسائل من خلال الراديو أو التليفزيون تصل إلى جمهور كبير "متناثر" عبر آلاف الأميال.

ب– أن كلا الوسيلتين قادرتان على نقل الحدث من موقعه وأثناء وقوعه، وهو ما يطلق عليه اصطلاح "الفورية المطلقة".

وذلك شيء فريد في نوعه خاصة بالنسبة للتليفزيون الذي ينقل صورة الحدث كما يجري وفي نفس اللحظة إلى ملايين البشر. ولعل هذه"الفورية المطلقة"، إلى جانب طبيعة الراديو كوسيلة عمياء كما يقولونBlind Medium هي التي حتمت وجود المذيع وجعلته ضرورة لا يمكن تجنبها أو لا مفر منها، لأنه بدون هؤلاء المذيعين لا يمكن أن يؤدي وظيفته، لأنهم هم الذين يقومون بالاتصال الشفوي"المنطوق" المباشر، وهم الذين يصفون الأحداث ويقدمون برامج الترويح ويقرءون الأخبار.

وكذلك فإن الأداء الصوتي للمذيع في الراديو والتليفزيون يختلف كل الاختلاف عن أداء الممثل المسرحي الذي عليه أن يتأكد من أن كل حرف ينطق به يصل إلى آخر متفرج جالس في آخر مقعد بالقاعة. وهذا يعني أنه بالرغم من أن الملايين قد تستمع إلى مذيع الراديو أو تستمع وتشاهد مذيع التليفزيون إلا أنه يتكلم ويتصرف كأنما هو في صحبة فرد أو اثنين فقط، وفي نفس الوقت فإنه وبواسطة الإذاعة المسموعة والإذاعة المرئية أصبح للصوت دور جديد هو نقل الرسائل والأخبار لكل إنسان في كل مكان.

ومن هنا فقد أصبح تعريف "المذيع" على ضوء وظيفته والعمل الذي يؤديه من خلال الإذاعة، يختلف عما سبق. لم يعد ممكنا الاقتصار على القول بأن المذيع هو الشخص الذي ينقل المعلومات إلى عدد غفير من الناس. ذلك لأن هذا العمل نفسه يمكن أن يؤديه الخطيب وممثل المسرح والمنادي، بعيدا عن استخدام الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية، أو حتى من خلالها، ورغم ذلك لا يمكن إطلاق اسم مذيع على أحد من هؤلاء قياسا على وظيفة المذيع وطبيعة عمله في عالم اليوم.

فالمذيع من "أذاع" والمصدر إذاعة، وهي نشر الأخبار وغيرها بواسطة الوسائل السمعية و السمعية بصرية، ومنه نقول أن "المذيع" هو من يتولى النشر في دور الإذاعة اللاسلكية.

وعلى ذلك يمكن الآن أن نحدد تعريفا لمذيع: " أنه الشخص الذي يحترف نقل وتقديم المعلومات بصوته إلى الجماهير بواسطة الإذاعة أي الراديو والتليفزيون وبطريقة تخضع لمواصفات معينة ".

وهذا التعريف على هذا النحو يشتمل على العناصر التالية:

1- إنه عمل يقوم على نقل وتقديم المعلومات صوتيا.
2- الاحتراف بمعنى أن يكون هذا العمل هو الحرفة، والوظيفة والعمل الذي يؤديه الشخص، وعلى ذلك فإن الطبيب الذي يقدم برنامجا لا يمكن أن نسميه مذيعا مادام لا يحترف هذه المهنة، بالرغم من أنه يقوم بعمل مذيع، أي يقوم بالإذاعة، والنشر أثناء تقديم برنامجه.

3- أن يتم هذا العمل من خلال الإذاعة (الراديو أو التليفزيون).

4- أن تخضع عملية نقل المعلومات صوتيا لمواصفات معينة هي التي تفرق بين عمل المذيع Annoncer وكل من الخطيب أو الممثل أو الواعظ ...الخ.

ونتيجة للتطور الهائل الذي شاهدته محطات الراديو والتليفزيون في مجال تنويع أشكال البرامج وتعددها، تنوعت المصطلحات والمسميات التي تصف عمل المذيع فبالرغم من أن المذيع هو ذلك الشخص الذي يتحدث إلى الجمهور من خلال أجهزة الإرسال الإلكترونية لإحدى محطات الراديو والتليفزيون وعبر موجات عامة public waves، إلا أن هذا التعريف يعد تعريفا عاما ولا يمكن أن يقدم وصفا دقيقا للأعمال المتخصصة للمذيع. فهناك المذيع قارئ النشرة newscaster، وهناك المذيع الرئيسي أو مذيع الربطAnchorman ، وهو المذيع الرئيسي في العرض الإخباري، الذي يشترك فيه مذيعون آخرون أو مندوبونReporters يشارك كل منهم بتقديم تفاصيل إحدى القصص الإخبارية بينما يتولى هو مهمة الربط بين هذه الفقرات ويمهد لها، وهناك أيضا المذيع الذي يقرأ التعليق المصاحب للأفلام التسجيلية، وفي هذه الحالة يقوم بدور الراوي أو المعلقNarrator ، كما أن هناك المعلق الذي يقدم التحليلات السياسيةCommentator، والمذيع الذي يقوم بإجراء المقابلات وبرامج الحوارInterviewer...والمذيع مقدم الأغنيات والبرامج ا لموسيقية والذي يطلق عليه اسمDisk Jockey، وهناك أيضا المذيع مقدم البرامج الرياضيةSportcaster...الخ.

ثانيا – خصائص المذيع

يعتقد الكثير من الشباب إناثا أو ذكورا بأنهم يصلحون للعمل كمذيعين في محطات الراديو والتليفزيون أو فيهما معا. وربما اعتقد بعضهم أيضا أنه أفضل من كثيرين آخرين يقومون بهذا العمل بالفعل...وليس هناك ما يبعث على الدهشة إزاء مثل هذه التصورات لدى هؤلاء، فهناك العديد من الدوافع التي تجعل كثير من الشباب يفضلون هذا العمل و"يحلمون" به، ومن هذه الدوافع رغبتهم في الاتصال مع الآخرين، أو استعراض الذات"حسب الظهور"، أو الرغبة في الاستئثار بإعجاب الآخرين وحبهم، أو الحرص على التأثير فيهم، أو كل هذه الدوافع مجتمعة.

وبغض النظر عن دوافع الراغبين في هذا العمل، فالحقيقة أن هناك عدد من الخصائص الأساسية التي لا بد من توافرها في الشخص الذي يعمل مذيعا في الراديو أو التليفزيون، وهذه الخصائص أو الأساسيات أو المؤهلات الذاتية والخاصة، تعتبرها محطات الإذاعة بمثابة قواعد وأسس ومعايير للصلاحية لمهنة الكلام إلى جمهور غير مرئي ... وعلى أساس توفر هذه الخصائص يجري الاختيار من بين الآلاف الذين يتقدمون إلى هذا العمل ويحلمون به .

وعلى هذا يمكننا أن نسمي هذه الخصائص، مؤهلات أو معايير أو أسس اختيار أو شروط صلاحية .. المهم أنه يتحتم توفرها في مذيع الراديو ومذيع التليفزيون، لأنها تعد جزءا من قدرات الإنسان نفسه قد يمتلكها وقد لا يمتلكها .. وبعضها خصائص لا يمكن للإنسان أن يتعلمها وإن كان يمكن تنميتها وتطويرها من خلال التدريب والممارسة. فالقدرة على الكلام بطريقة صحيحة وجيدة، شيء أخر غير الصوت بطبيعة الحال، أي أن القدرة على الكلام الجيد مسألة يمكن اكتسابها بالتعليم والتدريب، إذا كان الشخص

قادرا على نطق الحروف وإخراجها بطريقة صحيحة وسليمة. ونرى مثالا واضحا لذلك في الطفل، فهو يملك صوتا، ولكن لا قدرة له على الكلام.

وهناك عدد آخر من الخصائص والصفات التي لا يمكن تعليمها بأي حال من الأحوال كالمظهر العام والحالة الصحية والذكاء وسرعة البديهة وحسن التصرف والقدرة على ارتجال الكلام وموجهة الجمهور. وكلها من الخصائص الجوهرية للمذيع.

من هذا المنطلق نعرض مجموعة من الخصائص التي ينبغي توفرها في الشخص الذي يتقدم للعمل كمذيع سواء كانت خصائص فطرية أو يمكن اكتسابها وهي:

1- المستوى التعليمي

والمقصود بذلك أن يكون الشخص قد حصل على قسط معقول من التعليم، وبينما تشترط بعض المحطات حصول الشخص على مؤهل جامعي كحد أدنى للمستوى التعليمي، نجد محطات أخرى لا تشترط ذلك وترى أن الثقافة الواسعة والخبرة بالحياة أهم وجود مؤهل أكاديمي، وتنطلق في ذلك من القول بأن الإلمام الجيد بمختلف الموضوعات في شتى المجالات يعتبر أكثر فائدة من التعليم التخصصي الضيق. ومع ذلك فهناك تعليم وتدريب خاص يتعلق بطبيعة وظروف عمل المذيع، بعد أن أصبحت هناك دراسات ومعاهد متخصصة لإعداد المذيعين وتدريبهم.

فعند توفر بعض الشروط في الشخص الذي يريد أن يمتهن مهنة المذيع و التي تراها بعض المحطات مفيدة، تقوم بتوظيفه دون التركيز على المؤهل العلمي. و هذا ما نلاحظه بشكل كبير في كثير من المحطات التلفزيونية مثل الفنان المغني أو الممثل، عند توفر فيه بعض الخصائص حتى يصبح نجما لامعا، و ذلك عن طريق الترويج له.

2- المستوى الثقافي

الثقافة شيء يختلف عن التعليم، والمقصود بالمستوى الثقافي للمذيع هو معارفه وخبراته العامة ودرايته بالحياة والناس وإدراكه الكامل للأحداث التي تجري من حوله، ولا يمكننا أن نفصل هنا منابع هذه الثقافة ومصادرها، والمؤكد هو أن طبيعة عمل المذيع في الراديو والتليفزيون تتطلب منه أن يكون ذا ثقافة موسوعية، أي شاملة لمعارف متنوعة ومتعددة في شتى المجالات، فهذا المذيع يتواجد في بيوت الناس وربما لمرات عديدة كل أسبوع أو كل يوم، ومن ثمة فإنه لا يمكن أن يلقى ترحيبا من قبل الناس إلا إذا كان شخصية ذات قيمة حقيقية أي شخصية عميقة الفهم جديرة بالاحترام والثقة، وليست شخصية مسطحة دون عمق ودون حضور ذهني ملموس.

وبالنسبة للتليفزيون بالذات تصبح المسألة أكثر تعقيدا بطبيعة الحال، وذلك لأن المشاهدين سرعان ما يفرقوا بين المذيع النضج المتوازن، وبين " النجم التليفزيوني" الذي يلمع فقط من فوق السطح. إن المشاهد يثق فقط في ذلك الشخص الذي يعرف حقيقة ما يتحدث عنه، ولا يكون مجرد "ببغاء" يردد كلمات يقرأها من نص مكتوب.

وفي هذا الصدد تجدر الإشارة إلى أهمية وضرورة أن يكون المذيع متمكنا تماما من اللغة التي ينطق بها في إذاعته فمشكل أن يجد المذيع صعوبة في التكلم بلغة البرنامج الذي يقدمه. وما يقال عن ضرورة التمكن والإلمام باللغة التي يستخدمها المذيع، كذلك عليه الاهتمام باللغات الأجنبية أيضا، فهي مهمة في عمله الإعلامي الذي يقوم به.

3- الصوت وطريقة الحديث

من الطبيعي أن يكون الصوت الجيد جزءا من المؤهلات الأساسية لشخص يحترف الاتصال بالجماهير عن طريق الكلام، ولذلك يجب أن يمتلك المذيع صوتا جيدا يؤدي وظيفته على النحو الأكمل، وقدرة على الكلام بطريقة سليمة. ويرى بعض الأخصائيين في علم الأصوات، أن كل البشر تقريبا يولدون ولهم أصوات جيدة، إلا أن البعض يهملها تماما والبعض الآخر يستخدمها بطريقة خاطئة. والقليل منهم جدا هو الذي يهتم بصوته.و كما يقال : " أن حنجرة الإنسان أشبه بالآلة الموسيقية فكلما كانت الآلة جيدة، كلما كانت نغماتها قوية ذات لون خاص يوحي بالثقة ".

والمقصود بالصوت الجيد هو الصوت القوي الواضح الذي ترتاح إليه الأذن والذي يخلو من العيوب أثناء عملية الكلام"النطق"..وهذه العملية الأخيرة تتوقف على مهارة المتحدث نفسه، لأن الكلام أشبه باللحن الذي يعزف على الآلة الموسيقية..وهذه الآلة عند الإنسان هي"الحنجرة"، ومن ثم فإن كيفية ودرجة إبراز الكلام إنما تتوقف على قدرة ومهارة العازف نفسه.

وترتبط جودة الصوت ونطق الكلام وسلامة مخارج الألفاظ، ترتبط بسلامة الجهاز الصوتي للشخص، أي أن هذه العيوب قد تنتج أحيانا بسبب عوامل خلقية لا دخل للإنسان فيها، وقد تنتج أيضا بسبب بعض العوامل النفسية. ومن العيوب الشائعة في النطق إخراج الصوت أنفيا حادا، أو أسنانيا مضغوطا، وكذا تداخل الحروف وعدم وضوحها أو تحولها عن طبيعتها الصوتية فينطق حرف"القاف" كما ينطق حرف"الكاف"، وينطق حرف "السين" كما ينطق حرف"الثاء"، أو يتحول حرف "الراء" إلى "غاء"... وهكذا.

وإذا كان من الضروري أن نؤكد مرة أخرى على أن المهمة الأولى للمذيع هي التواصل مع الجماهير بواسطة الكلام الواضح، وبالتالي لابد أن يكون للمذيع صوت جيد يؤدي وظيفته على النحو الأكمل، وقدرة على الكلام بطريقة سليمة، إلا أن ذلك ليس كافيا وحده في حالة الإذاعة بالتليفزيون، وإذا كان كافيا في حالة الإذاعة بالراديو. والسبب في ذلك انه بالرغم من أن الصوت والأداء لهما الاعتبار الأول في الإذاعة المسموعة، إلا أنهما يعتبران تابعين للصورة في حالة التليفزيون.

4- المظهر الجسماني

وهو شرط أساسي يتحتم توفره بالنسبة لمذيعي التليفزيون فقط، لأنه ليس مهما في حالة الراديو أن يكون المذيع ذا أنف معقوف مثلا مادام صوته يلبي الاحتياجات المطلوبة، أما بالنسبة لوسيلة مرئية مثل التليفزيون فإن الأمر يصبح مختلفا. ومع ذلك فليس من السهل أن نحدد قسمات بعينها لوجه بشري ونقول أن ذلك هو الوجه المناسب للظهور على شاشة التليفزيون، لأن أذواق الناس

تختلف اختلافا واضحا فيما بينها، وتلك ظاهرة مفيدة إلى حد بعيد ولولاها لتشابه الفكر وتشابه النشاط الإنساني وجاء بصورة مسطحة ومكررة. ويمكن القول بأن الوجه الذي يبدو مقبولا ومحببا وأكثر وسامة مقبولا لمشاهد ما، قد لا يكون كذلك بالنسبة لمشاهد آخر. ومسألة الرفض والقبول هذه تخضع هي الأخرى لعوامل واعتبارات متعددة عند الملتقى، تتعلق بالسن والجنس وطبيعة التنشئة والبيئة والمستوى التعليمي والثقافي والاقتصادي والحالة الاجتماعية...الخ.

وبينما تحرص بعض المحطات الأجنبية والعربية على اختيار الوجوه التي توصف بأنها جميلة خاصة الوجوه النسائية وتفضلها ليعمل أصحابها كمذيعين ومقدمي برامج على شاشة التليفزيون، نرى وجهة نظر أخرى أكثر اعتدالا ترى أن الجمال المبالغ فيه يتساوى تماما مع القبح الواضح، لأن كليهما يمكن أن يكون سببا في تشتيت ذهن المشاهد أو انصرافه عن متابعة الرسالة الإعلامية.

وكما سبق الذكر أن توظيف المذيعين في التلفزيون أصبح يخضع لمنطق القناة التلفزيونية، و هذا ما نلاحظه بالنسبة لكثير من المحطات التلفزيونية بحيث توظف من تراه يجلب لها نسبة مشاهدة مرتفعة، و أصبحت الكثير من القنوات الفضائيات العربية تعتمد على نجوم التمثيل في تنشيط بعض البرامج ذات النوع " تلك شو"Talk show حيث تجد فيه ما يجلب للقناة نسبة مشاهدة كبيرة و مداخيل إعلانية و تمويل من المعلنين. و في حقيقة الأمر أن المذيع شخص له خصائص و مؤهلات معينة ولكنها غير كافية فعليه أن يتدرب على تقنيات التنشيط الإذاعي و التلفزيوني.

وهنا نرى أن المطلوب هو الوجه السليم المريح المقبول المتناسق التقاطيع الذي يبرز جوانب كثيرة من الشخصية. ويقول الخبراء في هذا المجال أنه كلما كانت تقاطيع الوجه متناسقة دون بروز زائد أو جحوظ في العينين أو بروز واضح للأنف أو الفم أو الأذنين كان ذلك أفضل.. أما لون البشرة فلا أهمية له. وكذلك لا أهمية للون الشعر.. وعلى العكس من ذلك تماما يخضع لون العينين لاعتبارات خاصة لأن العيون ذات اللون الأزرق الفاتح تبدو على شاشة التليفزيون مخيفة إلى حد ما.

أما بالنسبة للمواصفات الجسمية الأخرى، والتي تتعلق بالطول والعرض وما إلى ذلك، فليس المطلوب أن يكون المذيع مصارعا أو أحد أبطال رفع الأثقال أو المصارعة الحرة. فمثل هؤلاء قد يصلحون للتمثيل على الشاشة للقيام بأدوار تتفق وحجم أجسامهم وتقسيماتها العضلية، وليس مطلوبا أن يكون المذيع طويلا جدا مثل لاعبي كرة السلة، بل المطلوب هو المظهر الجسماني المقبول الذي لا يثير دهشة المشاهدين أو تساؤلاتهم ولا يبعث على الإشفاق أو يثير الرغبة في البكاء أو الرغبة في الضحك !!

إن هذه المقاييس والمواصفات جميعها تخضع أولا وأخيرا لحسابات آلة التصوير التليفزيونية، والتي تنقل من خلالها صورة المذيع إلى جمهور المشاهدين، ولذلك فإن الحكم الدقيق والصحيح على مدى صلاحية وجه من الوجوه أو عدم صلاحيته إنما يتم من خلال مشاهدة هذا الوجه على الشاشة، أي منقولا بواسطة آلة التصوير التليفزيوني وليس من خلال الرؤية المباشرة (وجها لوجه). وهناك العديد من الوجوه الجميلة في الطبيعة، تظهر على شاشة التليفزيون في صورة غير مقبولة تماما والعكس صحيح أيضا. ومعنى ذلك أن هناك وجوه صالحة للتصوير يطلق عليها الاصطلاح العلمي "فوتوجينيك" « photogénie » وهي الوجوه التي تبدو مقبولة على الشاشة عندما يجري تصويرها من أية ناحية أو اتجاه (مقابل الوجه –الجانب الأيمن – الجانب الأيسر). وهناك وجوه أخرى

تبدو مسطحة تماما لا تعكس شخصية صاحبها عند تصويرها، أو لا يمكن تصويرها على نحو جيد إلا من زاوية واحدة فقط من زوايا الوجه، وهذه بطبيعة الحال من الوجوه التي لا تصلح للظهور على شاشة التليفزيون.

5– الذكاء وسرعة البديهة

يعرف الذكاء بأنه القدرة على التعامل من المشاكل والمواقف الجديدة والمفاجآت الطارئة، وذلك ما نشير إليه أحيانا في أحاديثنا العادية بأنه سرعة البديهة والقدرة على حسن التصرف... وبطبيعة الحال فإن عمل المذيع مهنة تتطلب المهارة وتحتاج إلى قدرات وكفاءات التي تتطلب من المذيع قرارا سريعا وتنفيذا فوريا للقرار، وفي كثير من الأحيان يكون على المذيع أن يستخدم روح المبادرة التي تتطلب درجة عالية من الفطنة لكي ينقل رسالة عاجلة في عبارات بالغة الإيجاز. وما أكثر ما يواجه المذيع من مفاجآت في حياته العملية، فقد يتوقف جهاز التلقين، و عليه أن يتكيف مع الوضع بأن يعود إلى ورقة الطريق التي أمامه، فالعمل بجهاز التلقين لا يعني أن نستغني على الورقة ثم التحضير الجيد للنشرة الإخبارية أو أي برنامج يكون ضرورة ملحة حتى لا يقع المذيع في الارتباك أو يبرز للمشاهد أن شيئا ما قد حصل فقد يكتشف أيضا و فجأة أثناء قراءة عرض إخباري يبث على الهواء أن الصفحة التي أمامه لا تمت بأدنى صلة إلى الخبر الذي قرأ معظمه من الصفحة السابقة !!... ويكون عليه أن ينقذ الموقف دون أن تبدو عليه علامة تشير إلى قلق أو اضطراب أو تكشف عن خطأ قد وقع!!... وقد يكلف فجأة ودون إعداد سابق لنقل إذاعة خارجية من مكان ما وقع فيه حدث و بالتالي عليه أن يتكيف مع الوضع و يقوم بإذاعة الحدث عن طريق الارتجال، و هنا تبرز مهارة المذيع في التكيف مع الأوضاع المفاجئة. ويحدث كثيرا أن يفاجأ المذيع بضيف البرنامج الذي سيجري معه الحوار قد اعتذر عن التسجيل في آخر لحظة..!! .

وفي كل الحالات يكون على المذيع وحده أن يتخذ القرار وينقذ الموقف!!.

6– القدرة على التخيل

إن الخيال مطلب أساسي لعمل المذيع في الراديو والتليفزيون، لأنه يدخل في إطار الإبداع.. فالخيال هو الطريق إلى الابتكار، والشخص الذي لا يملك القدرة على التخيل لا يصلح لهذه المهنة، لأنه سيكون عاجزا عن التعبير التلقائي، ويكون عاجزا عن الارتجال ومواجهة الجمهور سواء داخل الأستوديو أو خارجه، ومن ناحية أخرى فإن المذيع عندما يكون وحده داخل الأستوديو أمام الميكروفون أو أمام الكاميرات، فإن عليه أن يتخيل هؤلاء الأشخاص الذي يتحدث إليهم، وإذا لم يستطع ذلك ويشعر بالفعل أنه يتحدث إلى شخص معين (هو كل الأشخاص الذين يشاهدونه أو يستمعون إليه)، فإن حديثه وطريقة أدائه ستبدو فاترة ومسطحة لا تعني أحدا ولا تخص أحدا.. وينتج عن ذلك أن يفقد المذيع خاصية التواصل مع المستمعين والمشاهدين، وهي خاصية أساسية في العمل الإذاعي مسموعا ومرئيا.

7- الصحة الجيدة

صحة المذيع مهمة في هذه الوظيفة، فالجانب النفسي له دورا فعالا بحيث كثير ما يعيش المذيع على الأعصاب قبل انطلاق البرنامج خاصة البرامج المباشرة بحيث يرتبط البرنامج بحيز زمني للبث و بالتالي يجب أن ينطلق البرنامج في الوقت المحدد، و إذا كان في البرنامج ضيوف، فانتظراهم يوَّلد الاضطراب و القلق للمذيع خاصة عندما يتأخرون عن الموعد المحدد لهم، و بالتالي يؤثر على تركيز المذيع. فهناك علاقة وطيدة بالفعل بين طبيعة عمل المذيع وحالته الصحية، وهذه المسألة بالذات يدركها المحترفون الممارسون للعمل بالفعل عندما يجد الواحد منهم نفسه مضطرا لقضاء نصف يومه كامل داخل الأستوديو تحت أضواء مزعجة، يقوم بإجراء التجارب لضبط الصوت وضبط الإضاءة ومراجعة النص وملاطفة ضيف البرنامج.. وأخيرا.. توجيه الأسئلة "وتفجير" أسئلة جديدة.. و.. و.. إلى أن ينتهي البرنامج أخيرا بعد ساعات من العناء المتواصل.. وكذلك قد يجد المذيع نفسه في موقع الحدث ينقل رسالة صوتية عن حريق مشتعل، ويخوض وسط المياه والحطام ليجري مقابلة مع "مسئول فريق الإنقاذ" أو ينهمك في تسجيل الأصوات الطبيعية للحدث.. وقد يواجه المذيع من المفاجآت ما يجعله يمر بلحظات توتر عنيف.. ومع ذلك فإن عليه أن يحتفظ دائما بحيوية الصوت و إشراق الوجه (في حالة الظهور على شاشة التليفزيون). وهناك اعتبار آخر على قدر كبير من الأهمية بالنسبة للمذيع الذي يعمل في المحطات التجارية أو يعمل بنظام القطعة (أي يتقاضى أجرا مقابل ما يقدمه من عمل ولا يملك مرتبا ثابتا يحصل عليه سواء قام به أو لم يقم).. مثل هذا المذيع الذي يعمل في ظروف كهذه، فإن المرض أو الانقطاع عن العمل يعني بالنسبة له أن يكون إنسان بلا مورد، وكذلك فإن المرض المتكرر والابتعاد الدائم عن العمل يتسبب في هبوط المستوى الفني للمذيع، ويؤدي بالتالي إلى الاستغناء عن خدماته من قبل تلك المحطات التجارية التي يعمل بها.. وتلك مسألة عادية جدا لأن هناك من هم "تحت الطلب" عند الحاجة إليهم في مجال تشتد فيه المنافسة.

8- التواضع والثقة بالنفس

لا شك أن الربط بين التواضع والثقة بالنفس كخاصية ضرورية ينبغي توفرها في الشخص الذي يسعى أن يكون مذيعا، يعد أمرا على قدر كبير من الأهمية، ذلك لأن التواضع في حقيقة الأمر نتيجة طبيعية للثقة بالنفس، وهذه الثقة بالنفس تتوافر للشخص عندما تتوفر له الموهبة والخبرة والمعرفة.

والتأكيد على خاصية التواضع والثقة بالنفس ضرورية لمن يعمل في مجال السمعي بصري الذي يفتح الباب واسعا أمام الشهرة وتضخيم الذات، ويمكن بالتالي أن يؤدي إلى الغرور وهو الخطر الداهم الذي يسلم إلى الاستهتار واللامبالاة ثم الفشل، و المشاهد و الجمهور بصفة عامة لا يمكننه تحتمل شخصا مغرورا يفرض نفسه على الملايين من خلال ميكرفون الإذاعة أو شاشة التليفزيون.

9- القدرة على العمل الجماعي

إن العمل الإذاعي و التلفزيوني بصفة عامة سواء كان برنامجا مباشرا على الهواء أو مسجلا من إحدى محطات الراديو أو التليفزيون، فهو في واقع الأمر المحصلة النهائية لجهود فريق متكامل من العاملين في تخصصات شتى، يعد المذيع مجر واحد منهم. فإذا تصورنا

الجهد الذي يبذل في إعداد عرض إخباري مثلا ودور المشاركين فيه، نجد أن هناك المندوبين والمراسلين والمترجمين ومهندسي الصوت والبث، فضلا عن الفنيين العاملين في أقسام المعلومات ويضاف إلى هؤلاء (عندما يكون العرض تليفزيونيا) طائفة أخرى من الفنيين العاملين في مجالات الإضاءة الديكور والماكياج والتصوير والمونتاج وتشغيل أجهزة عرض الأفلام والأشرطة والمخرجين والعاملين في مكتبة الأفلام... ومعنى ذلك ببساطة أن الشخص الذي ينطوي على طبيعة فردية لا يمكنه العمل الجماعي ضمن الفريق. لا يصلح بأي حال من الأحوال للعمل كمذيع، وخاصة أن الإذاعة والراديو والتليفزيون تعد هي "الصناعة" الوحيدة التي تحشد مجهود أشخاص كثيرين لإنتاج شيء يختفي بمجرد صنعه، وعليها أن تنتج أعمال جديدة طوال الوقت !!.

10- الصبر

لا يصلح للعمل في مجال تقديم البرامج بالراديو أو التليفزيون الشخص الذي تنقصه خاصية الصبر، فهذه الخاصية هي التي تعينه على التكيُّف مع نوع من العمل يتَّسم بالقلق والتوتر والمنافسة. والذين لا يتحلون بملكة الصبر في هذا العمل هم الذين يتعجلون الشهرة ويتعجلون الفرصة التي تحقق أحلامهم في "النجومية"، وقد يكون ذلك سببا في إصابتهم بالإحباط عندما لا تواتيهم الفرصة التي كانوا يحلمون بها. فقد تمر فترة انتظار طويلة على مذيع من المذيعين دون أن يظفر بالبرنامج الذي كان يتطلع لتقديمه والذي يتصور أنه التجسيد الفعلي لمواهبه وأمانيه، وكذلك قد يطول الوقت على المذيع أن يظهر صوته أو تظهر صورته على الهواء مرة واحدة.. وفي كل الحالات لا يكون أمامه إلا أن ينتظر (هذا إذا كان لديه القدرة أصلا على مثل هذا الانتظار).

و حقيقة الأمر أن عمل المذيع في الراديو أو التلفزيون له خاصية عن باقي الوظائف في هذا الميدان، فالمذيع هو واجهة القناة أمام الجمهور. فعندما يتوقف عن هذا العمل بشكل أو بآخر نجده يؤثر على نفسيته سلبا، فلا يستطيع تقبَّل إبعاده عن التقديم. لذا وجب عليه التأقلم مع الوضع، و هنا يبرز دور خاصية الصبر.

ومن ناحية أخرى فإن مثل هذا العمل ينطوي على بعض المشكلات اليومية —ومهما بدت مزعجة وغير معقولة — فإن على المذيع أن يتعامل معها كأمر واقع ينبغي التعايش معه، ولن يتمكن من ذلك ما لم تكن لديه خاصية الصبر أصلا. فقد يذهب المذيع إلى موقع العمل وينتظر ساعات طوال ثم يخطر فجأة بأن كل شيء قد ألغي بسبب ظروف خارجة عن إرادة الجميع، وقد يضطر أن يعيد تسجيل برنامج غدة مرات بسبب "عيوب فنية" تكتشف في كل مرة بعد الانتهاء تماما من التسجيل أو "التصوير"، و قد يتأخر ضيوف البرنامج،.. الخ.

مراجع المحاضرة الرابعة :

1-كرم شلبي، **المذيع و فن تقديم البرامج في الراديو و التلفزيون**، دار و مكتبة الهلال، بيروت، 2008.

2- كرم شلبي، **الخبر الإذاعي، فنونه وخصائصه في الراديو والتليفزيون** ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية،2004.

3- لبيب سعد، كرم شلبي، **الصحافة الإذاعية** ، بغداد ، 1973.

4- مرزوق يوسف، **فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004.

5- مرزوق مرزوق، **المدخل لحرفية الفن الإذاعي**، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1986.

6 - Marc Endeweld, France Télévision, Ed Flammarion, France, 2010.

7 - Michel Malausséna, Les Animateurs, Ed Jean Claude, Paris, 2008.

المحاضرة الخامسة : تدريب المذيعين

هذه المواصفات وإن كانت تقرر صلاحية بعض الأشخاص للعمل في هذا المجال، إلا أنها لا تعني بأي حال من الأحوال أن صاحبها قد أصبح مذيعا أو مقدما للبرامج، أو أن بوسعه الوقوف أمام الميكروفون أو مواجهة الكاميرات أو الانطلاق في العمل، لأن ذلك لا يتأتى إلا بعد فترة من الإعداد والتدريب والتعليم نظريا وتطبيقيا على ممارسة هذا العمل، حتى تتاح له بعد ذلك – وبالتدريج- فرصة المساهمة والمشاركة في أعمال محددة ومحدودة في البداية لا تلبث أن تزداد بمرور الوقت إلى أن يصبح المذيع قادرا على أداء عمله على النحو المطلوب في المجالات المختلفة للخدمات الإذاعية، وكذلك فإن المذيع يمكنه أن يطور محاراته من خلال الممارسة والتحصيل الذاتي، والدورات التدريبية وما إلى ذلك.

و كثير من المحطات الإذاعية و التلفزيونية خاصة الخاصة، لا تعير أهمية لتدريب المذيعين. المهم عندها هو اختيار المذيع جميل الملامح خاصة النساء و هذا لجلب المشاهد و التركيز فقط على الجمال، و هنا تحضرني مشاهدة إحدى البرامج " التلك شو" Talk show في قناة فضائية عربية حيث حضرت البرنامج امرأة مسنة تقول للمذيعة " أنت حلوة و أن ابني يشاهد البرنامج من أجلك، و أنا أحببت أخطبك لابني." يجب أن يعرف القائمون على المحطات التلفزيونية، أنّ المذيع شخص له خصائص يكتسبها بالفطرة و بالتعليم و كذلك يتطلب تدريبه على تقنيات التنشيط الإذاعي و التلفزيوني و معرفة الوسيلة التي يعمل بها.

- **واجبات المذيع**

أ- المهام: يضطلع المذيع بواجبات محددة يوكل إليه أداؤها من قبل المحطة التي يعمل بها.. وتتلخص هذه الواجبات في المهام التالية:

1- تنفيذ البرنامج اليومي للمحطة ويطلق على المذيع في هذه الحالة اسم "مذيع الربط" أو "مذيع الفترة" وهو الذي يقوم بتنفيذ فترة من البرنامج اليومي المعد للمحطة حيث يقوم بالتنويه عن مختلف البرامج والمواد التي تبثها لإذاعة على الهواء داخل الأستوديو إلى الجمهور المتلقي.
2- قراءة النشرات الإخبارية في الإذاعة وتقديم العروض الإخبارية في التليفزيون وقراءة التعليقات وما إلى ذلك.
3- تنفيذ الإذاعات الخارجية أي المادة الإذاعية التي تذاع على الهواء مباشرة من خلال استوديوهات المحطة.
4- تقديم البرامج المختلفة وإجراء الأحاديث والمناقشات والندوات وبرامج المنوعات الجماهيرية.. الخ.
5- تقديم وإذاعة مواد الإعلانات التجارية.
6- قراءة مواد التعليق على الأفلام التسجيلية

ب – جانب المسؤولية

وإلى جانب هذه المهام والتي تدخل في إطار عمله اليومي، هناك جانب آخر لهذه الواجبات العملية، والمقصود بها مسؤوليات المذيع التي تحكم أداءه لمهامه أي أن المسؤولية هنا تكون بمثابة الإطار العام الذي يتم العمل في نطاقه.

ويمكن القول بأن أول هذه المسؤوليات هي مسؤولية المذيع نحو جمهوره، وهي مسؤولية تفرض عليه أن يكون معلما Communicative "أي يؤدي واجبه ودوره في إعلام الناس وإخبارهم"، وأن يكون موضوعيا وصادقا وأمينا ودقيقا.

وإلى جانب ذلك هناك مسؤولية المذيع تجاه المحطة التي يعمل بها واتجاه مجتمعه في نفس الوقت، وهي مسؤولية لا يمكن تجزئتها أو فصل أحد جانبيها عن الآخر، وفي هذه الحالة فهو ملتزم بأن يجسد أهداف المحطة التي يمثلها ويعبّر عن سياستها فضلا عن ضرورة التزامه بالضوابط الأخلاقية التي تحكم العمل الإذاعي عادة والتي تتفق مع طبيعة الإذاعة (الراديو والتليفزيون) باعتبارها وسيلة تدخل كل بيت وتتحدث إلى كل أفراد الأسرة أطفالا ورجالا ونساء فضلا عن أنها وسيلة تخاطب جمهورا عاما يمثل مختلف الاتجاهات والآراء والمستويات الثقافية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية. إلى جانب ما تفرضه الاعتبارات الإنسانية التي تتعلق بأحاسيس ومشاعر هذا الجمهور.

ومن هذا المنطلق فإن مقدم البرنامج ليس حرا أو متحررا من كل قيد. بل هو ملزم بمراعاة الاعتبارات المتقدمة. ومن ثمة نجد المحطات المختلفة تفرض نوعا من الرقابة على المواد التي ترد إليها من الخارج قبل تقديمها، سواء كانت قد حصلت على هذه المادة عن طريق الشراء أو عن طريق التبادل أو على سبيل الهدايا. كذلك حرصت بعض المحطات على أن تضع "مواثيق شرف" وهي نوع من الدساتير الأخلاقية أو اللوائح الأخلاقية التي يمثلها العاملون في المحطة، و تنص عادة على ضرورة الالتزام بأسس وقواعد مثل:

1- منع تقديم وإذاعة المواد التي تتعلق بالجريمة والجنس وما إلى ذلك باستثناء الجرائم أو الحوادث ذات الطابع العام أو التي تكون لها أهمية عامة مثل حوادث اختطاف الطائرات والإرهاب الدولي والاغتيالات السياسية لشخصيات بارزة.
2- الامتناع عن تقديم المواد التي من شأنها إشاعة الذعر والفوضى بين الناس.
3- الحذر من تقديم المواد الخيالية على أنها حقائق أو أخبار وقد سبق وأن قدمت إحدى الإذاعات خبرا على سبيل الدعابة في أحد البرامج يشير إلى "قيام الساعة"، وقد أخذه بعض المستمعين على سبيل الجد ونتج على ذلك كوارث مروعة حيث تعرض بعض المصابين بأمراض قلبية للموت كما سارع آخرون إلى إلقاء أنفسهم من النوافذ إلى جانب حالات الهرج والمرج التي نشأت من جراء ذلك.
4- الامتناع عن الخوض في الأسرار الذاتية والخاصة بالأفراد وعدم تناولها بأي صورة من الصور.
5- تجنب تقديم المواد التي تشجع على المقامرة.
6- الامتناع عن تقديم أي مادة تتضمن سخرية من المهن أو الحرف أو العاهات.. الخ.
7- مراعاة الحيدة عند تناول المسائل أو القضايا الخلافية بين الناس. فالمعروف أن الإذاعة جهاز قومي موجه لناس جميعا ومن ثمة لا ينبغي الانحياز إلى وجهة نظر سائدة في مجتمع ما على حساب فكرة مناقضة يعتنقها آخرون وكذلك الحال في كل المسائل السياسية والاجتماعية.. الخ.

8- ينبغي، أن يبتعد المذيع أو مقدم البرنامج عن الدعاية التجارية لسلعة معينة في البرامج العامة إلا إذا كان هناك إعلان وافقت المحطة على إذاعته مقابل أجر حصلت عليه.

9- لا يجوز القيام بالدعاية الشخصية للأفراد إلا إذا كانت ضمن الحملات الدعائية الانتخابية للمرشحين لمناصب معينة في هيئات أو مؤسسات اجتماعية وما إلى ذلك، حيث ينبغي إعطاء المتنافسين فرصا متساوية.

- **الصوت والإلقاء**

لا شك أن صوت المذيع هو الأداة الرئيسية للاتصال مع المستمعين والمشاهدين، وكذلك هو الأداة التي سيظل يستخدمها طيلة حياته مادام قد اختيار هذا العمل، ولذا يتحتم عليه الاهتمام بهذه الأداة وبذل كل ما في وسعه ليصقل صوته، وأن يتخلص من الأصوات الخشنة Harsh المنفردة، والأصوات الحادة Shrill المزعجة، وأن يعني عناية خاصة بفن الإلقاء الذي هو فن " نطق الكلام على صورة توضح ألفاظه ومعانيه "، وهذه مسألة على قدر كبير من الأهمية، لأنه مهما كانت ثقافة المذيع أو قدراته الذهنية والفكرية، ومهما كانت براعته في إعداد النص الإذاعي، فإن المادة الإذاعية لا يمكن نقلها في النهاية إلى المستمع أو المشاهد إلا من خلال الإلقاء الجيد، وإدخال التغييرات ذات المعنى الملائم على الأداء الصوتي. ولا يعني ذلك أن يكون الصوت جميلا بالمفاهيم أو المقاييس التي نطبقها على المغنيين، بل أن جمال الصوت في التقديم كما في كافة الأعمال الإذاعية يعني أن يكون الصوت واضحا قويا معبرا سليما، يعكس شخصية صاحبه أثناء الحديث. وبهذا يصبح تقديم البرنامج صورة منصور التمثيل، يعتمد في نجاحه-إلى حد كبير- على إبراز الشخصية أكثر من اعتماده على الصوت.

و نلاحظ كثيرا من المذيعين الجدد يقلدون بعض المذيعين الذين تأثّروا بأصواتهم. في الواقع إن لكل مذيع نبرات صوتية معينة فلما يقع عليه الاختيار من المشرفين و المختصين في الميدان لامتهان هذه الوظيفة فعليه أن يقدم بصوته العادي و أن يبتعد عن التقليد، مع القيام بتدريب صوته. و من خلال العمل المتواصل يصبح للمذيع صوته المميز و الخاص به.

ولما كان الإلقاء هو الأداة التي ينقل بها المذيع معلوماته إلى الجمهور، فإن طريقة الإلقاء، أي كيفية إخراج الكلمات ونطقها، تصبح ذات أهمية فائقة، فلا يصح أن يتلعثم المذيع أو يثأثئ أو يرقم كلماته بالفواصل والنقط "آ..إي..إل..."، الخ. فضلا عن أنه ليس في حاجة إلى استخدام النبرة الحادة التي كانت سائدة ومحبذة فيما مضى، بل المطلوب أن تكون نبرته وطريقة حديثه واضحتين ومعبرتين، لأنه لا يستهدف التأثير في الناس بالإلقاء الخطابي، ولكن بأن ييسّر لهم أن يفهموا ما يقول، ومن هنا يرى البعض أن التقديم الجيد كالتمثيل الجيد لا يقنع إلا إذا فهم المذيع ما يقول واقتنع بقيمته. ولكن لا ينبغي أن يفهم من ذلك أن إلقاء المذيع أثناء الإذاعة يعد فصلا تمثيليا، بل هو عرض لشخصيته الطبيعية، ومن هنا يمكن تحديد طبيعة المحطة الإذاعية وشخصيتها، و"أخلاقيتها" من خلال أساليب مذيعيها في تقديم برامجها. والذي لاشك فيه أن أساليب الإلقاء في محطة مثل"مونت كارلو" مثلا كمحطة تجارية تختلف عن أساليب الإلقاء في محطة أخرى غير تجارية..وهكذا.

وإذا كان من المعروف أن الإلقاء الجيد يعني وضوح الأصوات الأساسية للكلام، وأن النطق الخاطئ يحدث في معظم الحالات نتيجة للإهمال وإخراج الأصوات بطريقة رديئة، فإن أكثر النطق وضوحا ودقة لا يمكن أن يغني عن الحديث بطريقة مشوقة تعبر عن

المعنى، ولا يعني ذلك بأي حال من الأحوال أن يبالغ المذيع في إبراز مخارج الحروف أو الأصوات الرنانة ويتحكم في نطقها تحكما شديدا، فذلك من شأنه أن يؤدي إلى الاهتمام بطريقة النطق أكثر مما يستدعي الاهتمام بالحديث ذاته.

أما تنويع الصوت وتلوينه والتحكم في سرعته فهو الذي يحقق التشويق ويوضح مضمون الكلام. وعلى ذلك فإن المذيعين المحترفين-نساء ورجالا- هم عادة من أصحاب الأصوات الممتازة، وتتميز أصواتهم بأنها من طبقة منخفضة رنانة Low Resonant Voices ، فضلا عن أن معدل سرعة إلقائهم وطريقتهم في النطق وتوضيح مخارج الحروف معا والفصل بين الجمل، تعد طرقا مثالية للوضوح والدقة والبساطة التي تيسر للمستمع الفهم والاستيعاب.

ولكي يحقق المذيع هذا القدر من الفاعلية والتأثير، فإن عليه أن يلم بكل ما يتعلق بعملية" إنتاج أصوات الكلام " وما يندرج تحتها من دراسات للصوت البشري باعتباره وسيلة التنغيم التي تتيح للمتحدث أن يشكله على النحو الذي يراه مناسبا لتوضيح المعاني، وكذا دراسة مخارج الحروف. أي دراسة الأبجدية من حيث صفاتها وكيفية نطق الحروف لتخرج من الفم كاملة سليمة واضحة ومعبرة، أي أن عليه أن يقف على كثير من القواعد والأصول المتعلقة بالصوت، وأن يعرف الكثير عن صوته، والعوامل التي تتحكم فيه.

مراجع المحاضرة الخامسة :

1- كرم شلبي. مرزوق مرزوق، **المدخل لحرفية الفن الإذاعي**، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1986.

2- محمد مهني، **المدخل إلى برامج الراديو و التليفزيون– أشكال البرامج و إنتاجها** – ، ركلام للنشر و التوزيع، القاهرة، 2003

3- كرم شلبي، **المذيع و فن تقديم البرامج في الراديو و التلفزيون**، دار و مكتبة الهلال، بيروت، 2008.

4 - Bentit Danard et Rémy le Champion, Les Programmes Audiovisuels, Ed La Découverte, France 2005.

5 - Hélène Risser L'Audimat à Mort, Ed du Seuil, France, mars 2004.

المحاضرة السادسة : المذيع وفن توصيل المعلومات

أ– عوامل الثقة في شخصية المذيع

الخصائص التي سبق ذكرها إذا توفّرت في المذيع فستصل به إلى خلق المودة و الألفة بينه و بين الجمهور. فالهدف الرئيسي للمذيع في الراديو أو التليفزيون هو أن يوصل "ينقل" معلومات وأفكارا وأحاسيس ومشاعر إلى الآخرين بأقصى ما يستطيع من التأثير والفاعلية، وإذا كان ذلك هو دور المذيع كقائم بالاتصال، فإن نجاحه أو إخفاقه في هذه المهمة يتوقف أولا وأخيرا على إمكاناته الذاتية والشخصية، وذلك لأن الرابطة التي تربط بين المذيع وجمهوره مسألة يمكن تشخيصها أو وصفها، ولا يمكن تعليمها أو دراستها، فهذه الرابطة أو الارتباط هو ذلك الشيء الذي يجعلنا نثق في مذيع دون الآخر، ونختار مذيعا دون الآخر، ونفضل برنامجا معينا في محطة معينة في نفس الوقت الذي يوجد فيه مثل هذا البرنامج في محطات أخرى.. هذا " الشيء" هو الذي يوجد الارتباط بين المذيع الذي يؤدي على الهواء وبين جمهور المستمعين للراديو والمشاهدين للتليفزيون، ومن ثمة نكتفي بالقول بأنه العلاقة أو الرابطة التي تربط بين المذيع وجمهوره.

ولقد كشفت إحدى الدراسات التي أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية عن العوامل التي جعلت المشاهدين يفضلون مذيعا معينا في التليفزيون عن سواه.. وجاءت إجاباتهم بأنهم يفضلون مذيعا دون الآخر للأسباب التالية وبنفس الترتيب:

1- لأنه جعل مشاكلنا تبدو أسهل.
2- لأنه المذيع الذي وددت أن أعرف عنه مزيدا من المعلومات أكثر من مجرد مشاهدته على الهواء.
3- لأنه يبدو تماما كما لو كان أحد أصدقائنا اليوميين.
4- لأنه يجعلنا نشعر بالرضا والارتياح.
5- لأنه يتمكن من القواعد المهنية في حرفته.

ثم جاءت عوامل أخرى في المقام الثاني عند اختيارهم للمذيع المحلي وهي: الموضوعية – والإمكانات والقدرات – الأمانة – المؤهل – المعرفة بالسوق المحلي.

وبالرغم من أن هذه الدراسة تعبّر عن رأي جمهور أمريكي يختلف بطبيعة الحال عن الجمهور العربي في العديد من النواحي، إلا أنه لا خلاف هنا أو هناك على أن شخصية المذيع وطبيعته لا بد أن تعكس الإحساس بالجاذبية والمودة والقرب، بحيث يشعر المشاهد أو المستمع بأنه يجلس إلى أحد أصدقائه المقربين، أما الجاذبية التي نقصدها في هذا الصدد فلا تعني المظهر العام للشخص بقدر ما تعني "الجوهر" أو "الروح" أو ذلك الشيء الذي يوّلد تلك الأحاسيس المريحة تجاه تلك الشخصية كالإحساس بأنها شخصية لطيفة Charming وجذابة Engaging تشّد الإنتباه Appealing، ومثل هذه الخواص الذاتية أو الملكات الشخصية هي التي يمكن للمذيع اللماح أن يستثمرها ويوظفها لخدمة عمله، لأنها هي التي تتيح له علاقة وطيدة ورابطة وثيقة بالجمهور.

ب- طرائق توصيل الأفكار والمعلومات

هناك عدة طرق في عملية تقديم المعلومات منها :

1- استخدام النص Script بمعنى العمل من خلال نسخة مكتوبة وإجراء التجارب عليها إذا لزم الأمر، وفي هذه الحالة فإن المذيع إما أن يقرأ من النص "المعد كتابيا أو المقروء بصريا"، أو يحفظ النص عن ظهر قلب ويسرد من الذاكرة.

2- الارتجال Ad-Libing ومعناه أن يقدم المذيع موضوعه دون استخدام نص ودون إعداد مسبق أو إجراء تجارب « Rehearsals ».

3- الارتجال مع استخدام مفكرة أو مذكرات Notes أي استخدام المذيع لمفكرة يدوّن فيها بعض النقاط أو الملاحظات التي تذكره بالموضوع وتكون بمثابة رؤوس موضوعات يرتجل الحديث فيها.

ويعتمد مذيعو برامج الأسطوانات الغنائية في الراديو Disk Jockey وكذلك ضيوف برامج الأحاديث Talk Show Hosts على الارتجال في تقديم المعلومات والأفكار والآراء، أما مندوبو الأخبار الذين ينقلون وصفا وتفصيلا للأخبار من موقع حدوثها ويطلق عليهم "مندوبو الموقع Field Reporters ، فإنهم يرتجلون تقاريرهم معتمدين على ملاحظات مدوّنة استلهموها من مشاهداتهم واستقصائهم للقصة الإخبارية News story أو من مؤتمر صحفي. أما المعلّقون على الأفلام التسجيلية "الراوي أو السارد" Narrator ومذيعو الإعلانات التجارية المصورة على أفلام، فهم عادة يجدون الوقت الكافي لإعداد النص أو مراجعته وإجراء التجارب عليه، ومن ثمّ فهم يعتمدون على القراءة من نصوص مكتوبة.

وكذلك فإن مذيعي الربط في البرامج الإخبارية Anchor men يعتمدون على القراءة من النص، غير أنهم في معظم الأحيان لا يجدون أدنى فرصة لقراءة النص أو مراجعته قبل تقديمه، ومن ثمّ فهم يرون النص للمرة الأولى عندما يعرض أمامهم على جهاز التلقين أثناء تقديم النشرة على الهواء. وكذلك فإن مذيعي الإعلانات التجارية يضطّرون- في بعض الأحيان- إلى ارتجال موضوعاتهم أمام الكاميرا مباشرة. ولهذا يكون على المذيع أن يتدرب ويستعد لمواجهة كل حالة من هذه الحالات بحيث يجدها جميعا، وبالقدر الذي يحقق له التأثير المطلوب.

ج- مهارات المذيع في توصيل المعلومات

إن المذيع يجتهد في إيصال المعلومات بشتى الطرق حيث يختار الكلمات التي تصل بسهولة و معبرة إلى المتلقي، فقد يكون هو كاتب الكلمات و بالتالي يقرأها على الجمهور و أحيانا كثيرة يجد نفسه في كثير من الحالات مطالبا بأن يقرأ – وبطريقة فعالة ومأثرة – نصا كتبه شخص آخر، وهذا يشير إلى دور المذيع باعتباره حلقة الوصل في سلسلة الاتصال التي تبدأ بالكاتب وتنتهي بالمستمع، وتنحصر مهمة المذيع في أن يكون "جسرا" يصل بين الاثنين "المستمع والكاتب"، حيث يعاد نقل أفكار الكاتب إلى المستمعين بأمانة تامة من الورق إلى الميكروفون.

إن أي نص إذاعي أو تلفزيوني يبدأ فكرة قد تكون من أفكار الكاتب أو شخص آخر ثم يأتي الكاتب ليضع الفكرة في الكلمات (ويضعها في صورة في حالة التليفزيون) التي توصل التصورات والتخيلات بشكل دقيق ومعبّر، وهنا تجدر الإشارة إلى أن القدرة على اختيار الكلمات المعبرة وترتيبها بشكل مناسب، هو ما يعرف بفن الكتابة. أما القدرة على نقل وتوصيل هذه الكلمات ومعانيها إلى المستمع، فذلك هو فن الإذاعة Announcing أي "النشر الإذاعي".

ولما كان الراديو والتليفزيون من وسائل الاتصال الشفوي Oral أي التي تعتمد على الكلمة المنطوقة، فإن ذلك من العوامل التي تهيئ للمذيع المحترف أن يقدم رسالته الإعلامية بصورة أكثر فعالية وتأثيرا من توصيلها مباشرة بواسطة الكلمة المكتوبة، أما السبب في ذلك فهو أن المذيع لن يسئ قراءة الكلمات أو نطقها، فضلا على أنه يضفي على الموضوع ما يناسبه من أحاسيس وانفعالات مثل الحماس enthusiasm أو الجدية Serousness أو المرح Jocularity.. وبهذه الطرقة يتمكن من إبراز الأهمية المناسبة لمختلف أجزاء وجوانب الموضوع الذي يقدمه، ويضفي الكلمات والعبارات معانيها. إنه باختصار سيتمكن من تقديم مادته بأقصى قدر من اليسر والسهولة والجاذبية والإقناع.

وبالرغم من ذلك فإن الاتصال الشفهي " المنطوق"، قد يأتي في بعض الحالات فاشلا غير فعال، فمن المؤسف أن بعض مذيعي الراديو يعتقدون أنهم لو قرءوا كل كلمات النص بصوت عال، ودون خطأ في النطق، وبنغمة منخفضة الرنين، يكون قد أدى واجبه وأنجز ما هو مطلوب منه. وهذا ليس صحيحا بطبيعة الحال، فالفارق كبير بين قارئ الكلمات Reader of Words، وبين القائم بالاتصال الحقيقي True Comminicator، فالكلمة ليست سوى رمز لمعنى، فإذا لم يكن المعنى واضحا في ذهن المذيع، أو أخفق المذيع في نقله بفاعلية من خلال الكلمات التي ينطقها، فذلك يعني أنه لن يتمكن من نقل الأفكار إلى مستمعيه. ومع التسليم أنه ربما لن يكون بين هؤلاء المستمعين من يعرف شيئا عن القدرات الاتصالية التي يملكها المذيع، إلا أنهم يجدون أنفسهم لا شعوريا يستمعون إلى المذيع أو المذيعين القادرين على توصيل المعلومات لهم، وتمكينهم من استيعابها.

د – المذيع واستخدام النص

عمل المذيع مرتبط باستخدام النص المكتوب الذي سيتولى تقديمه، و بالتالي فإن عليه أن يبادر إلى دراسة النص لفهم ما يقصده الكاتب واستيعاب الموضوع من جوانبه المختلفة، ثم اتخاذ الخطوات الأساسية التي تمكنه من عرض الموضوع وتقديمه على النحو الأكمل. ويعد ذلك أمر ميسورا للمذيع بعد أن يحصل على تدريبات منهجية متأنية في كيفية التعامل مع النصوص.

ولكي يتمكن المذيع من تحليل موضوع النص واستيعابه – مادام لديه الوقت الذي يسمح بذلك – فإن بإمكانه أن يسترشد بالخطوات الواردة في القائمة التالية:

1- اقرأ النص "الموضوع" مرتين لكي تصل إلى المعنى العام.
2- حدد الهدف الدقيق للموضوع في جملة واحدة.
3- حدد طبيعة الموضوع بشكل عام general Mood، هل هو موضوع درامي أم فكاهي أم جاد ... الخ.

4- حدد أين تتغير طبيعة الموضوع – ومتى تتحول من الجدية إلى الاستفسار إلى الدهشة..الخ، والمقصود بطبيعة الموضوع هو الحالة الذهنية السائدة في الموضوع أو في بعض أجزائه.

5- ما هي أقسام الموضوع.. وكيفية بنائه؟.

6- ما هي الفوائد التي تتحقق من استخدام علامات الترقيم.. وهل تساعد على قراءة النص؟.

7- هل هناك أية كلمات أو إشارات Allusions لم تفهمها فهما كاملا أو لا يمكنك نطقها؟.

8- اقرأ النص بصوت عال.

9- هل تجد اهتماما فعليا أو متعة ذهنية بموضوع النص؟ - وهل يمكنك أن تعبّر عن هذه المتعة أو تكشف عنها؟.

10- من هو مستمعك ؟ - وهل يمكن أن تتصوره ؟ - وهل يمكنك أن تقيم معه نوعا من الألفة ؟– Rapport وهل تتحدث إليه بالفعل؟.

11- لو كان النص أدبيا – من هو المؤلف؟.

12- هل ينبغي أن تعرف شيئا عن أصل أو خلفية هذا النص؟.

13- هل تحتاج لأن تتقمص شخصية معينة؟.

مراجع المحاضرة السادسة :

1- كرم شلبي، **المذيع و فن تقديم البرامج في الراديو و التلفزيون**، دار و مكتبة الهلال، بيروت، 2008

2-Hilliard, Robert, L, Radio Broadcasting, Hastings House, publishers, N.Y. 1982- p. p 2731.

3 -hyde, stuart, television and radio annoumcing, houghton mifflin comp., Boston 1971 –p.p.3-81.

المحاضرة السابعة : المذيع والميكروفون

1 – أهمية التعامل مع جهاز التقاط الأصوات

الميكروفون هو الآلة الفنية التي تلتقط الأصوات على اختلاف أنواعها (بشرية ،طبيعية ،يدوية –آلية) وتقوم بترجمتها إلى تغيرات في تيار كهربي.

وتؤدي هذه الآلة عملها على النحو الأكمل إذا ما استخدمت استخداما سليما وبطريقة صحيحة، أما الاستخدام الخاطئ فينتج في بعض الحالات عن قلة الخبرة أو الجهل بطبيعة وخواص هذا الجهاز. وعلى ذلك يصبح الإلمام بطبيعة الميكروفونات وخصائصها وكيفية استخدامها شيئا أساسيا بالنسبة للمذيع، لكي ينجح في تحقيق الاتصال المنشود. وهنا تجدر الإشارة إلى أن التقاط الأصوات بواسطة الميكروفون في الراديو أو التليفزيون، لا يقتصر على مجرد نقل الصوت بطريقة تجعله مسموعا فقط، بل الأهم من ذلك هو "الأمانة الصوتية" أو الدقة التي تجعل الصوت حقيقيا وليس تشويها للأصل، وأن يكون نقيا تماما فلا يتداخل مع أية أصوات أخرى غير مطلوبة، وكذلك فإن درجة الصوت ينبغي أن تتلاءم – ارتفاعا وانخفاضا- مع طبيعة الموضوع المذاع، فلا شك أن درجة الصوت عند نقل إذاعة خارجية لمباراة في كرة القدم، لا بد وأن تختلف عنها عند نقل شعائر صلاة أو وصف احتفال رسمي.

إن إغفال هذه الاعتبارات أو عدم التقيد بها يؤدي إلى ظهور نوعيات مختلفة من الأصوات التي تتناسب مع طبيعة العمل الإذاعي وأهدافه، فقد تكون هذه الأصوات مهزوزة "مرتعشة"، وقد تكون مصحوبة بالصفير أو مشوشة أو مصحوبة بحشرجة أو تختلف اختلافا كاملا عن أصولها الطبيعية.

إن تعامل المذيع مع الميكروفون باعتباره جهاز نقل الصوت مباشرة مهم للغاية، وبالرغم من أن هناك المختصين والفنيين الذين يقومون بمهمة التصميم الصوتي للاستوديوهات وضبط أجهزة الصوت وتوزيعها وتحديد مواقعها وتحديد الخاصية المطلوبة لكل نوع من أنواع البرامج على حدة. إلا أن المذيع – رغم ذلك- مطالب بأن يعرف كيف يتعامل مع هذا الجهاز، أي كيف يستخدمه وكيف يتحاشى الأخطاء المحتملة أو التي تنتج عن سوء الاستخدام. ولن يتأتى له ذلك، إلا من خلال إلمام كامل بأنواع الميكروفونات وخاصية كل منها والعوامل التي تؤثر في أدائها. والقواعد الأساسية لاستخدامها.

2 – القواعد الأساسية للتعامل مع الميكروفون

بعد أن يتم اختيار الميكروفون المناسب، وبعد أن يتم وضعه في المكان المناسب، يبقى على المذيع أن يعرف كيف يكون تعامله الذاتي بالميكروفون أو الإحساس بالميكروفونConsciousness Microphone، على النحو التالي:

أولا: التغلب على الخوف من الميكروفون

فقد يظن البعض أن الخوف من الأداء أمام الميكروفون – أو الكاميرا- إنما هو خوف ليس له ما يبرره. وهذا ظن خاطئ في واقع الأمر، أو هو رأي من لم يجرب مثل هذه اللحظات التي يقف فيها شخص أمام ميكروفون الإذاعة للمرة الأولى في حياته، إنها اللحظات الطويلة جدا وكأنها ساعات، وفيها تزداد دقات القلب ويضطرب التنفس ويهتز الصوت، ويخيّل للشخص أنه لم يعد قادرا على تذكر اسمه !!

إن الخوف من الأداء أمام الميكروفون، إنما هو رد طبيعي لأي مؤد غير محترف، يعرف أنه يقف أمام جهاز ينقل إلى الناس في كل مكان أدق الهمسات ولا يستر عيبا أو يتستر على خطأ، ومن عنا يتركز انتباه المذيع المبتدئ على أن خطأه سرعان ما ينقل إلى كل الآذان في كل البيوت، فيزداد خوفه ويسلمه الخوف إلى التوتر.

ومع ذلك فإن الأمر لو اقتصر على مجرد توتر بسيط لكان شيئا طبيعيا بل ومفيدا لأن الخوف يؤدي إلى إفراز مادة "الأدرينالين" في الدم، وهي المادة التي تؤدي إلى الانتباه والحساسية الزائدة لدى الشخص، ويعد ذلك مصدر قوة للمؤدي فيجعله أكثر حيوية وإيجابية، وهذا ما يجعله يختلف عن مذيع آخر يؤدي بطريقة روتينية مجردة من الأحاسيس خالية من المشاعر.

أما التوتر العصبي الشديد فإنه يفسد أداء المذيع، ويتمثل ذلك في مجموعة من الأعراض من بينها: التوتر العصبي والبدني – التنفس القصير المتلاحق – الحلق المضغوط المتقلص. وفي الحالات الأكثر شدة فإن التوتر قد يؤدي إلى القيء أو ارتعاش الركبتين واليدين، وتترك هذه الأعراض أثرها على الأداء بالضرورة فتؤدي إلى ارتفاع درجة الصوت، كما تؤدي إلى ضعف التركيز وتشتت الذهن، والقراءة أو الحديث بسرعة كبيرة.. وفي بعض الحالات قد يؤدي التوتر الزائد إلى عدم القدرة على الاتصال تماما.

وعلى وجه العموم.. فإن الخوف من الميكروفون أثناء الحديث، ينتج عن عدة أسباب هي:

1- نقص الخبرة Lack of Experience

وهذه مسألة لا يمكن التغلب عليها إلا بالوقت، وبالأداء المنتظم الدائم، الذي لا يقتصر على التدريبات التي يتلقاها المذيع في الدورات الدراسية أو على الهواء فقط، بل إن عليه أن يتدرب على إلقاء النصوص المكتوبة والأداء المرتجل ثم يسجلها ويعيد الاستماع إليها ليكتشف أخطائه بنفسه.. وهذه المسألة ضرورية لمذيع التليفزيون كما هي ضرورية لمذيع الراديو لأن الاعتماد على الصوت مهم في الحالتين.

2- الحاجة إلى الإعداد Lack of preparation

ومع التسليم بأنه لا يمكن الإعداد لإذاعة التقارير الإخبارية التي تنقل حية على الهواء من واقع الأحداث، أو تجنب المآزق التي يتعرض لها المذيع في البرامج الحوارية، إلا أنه يمكنه التدرب على الإذاعة المرتجلة (بدون قراءة من النص).. لكي يكتسب الثقة بالنفس ويطور مهاراته في التقديم المرتجل.. ويمكن للمذيع أن يتدرب على ذلك بأن يتحدث إلى نفسه بصوت عال..

وأن يدور حول النقطة التي يقطنها ويصف كل ما يراه حوله وكل ما تقع عليه عيناه، وكذلك بأن يقوي لديه القدرة على الاستئثار باهتمام مستمعيه كما لو كان يقص عليهم أو يحكي لهم شيئا على قدر كبير من الأهمية .

3- الخوف من الفشل Fear of Failure

هو إحساس ينتاب الكثيرين عندما يقومون على عمل يحتم عليهم الاتصال بجمهور عام.. وبطبيعة الحال فإن المذيع في بداية حياته العملية ينتابه هذا الإحساس " الخوف من الفشل" عندا يشرع في تقديم عمل إلى الجمهور. وللتغلب على مثل هذا الإحساس ينبغي على المذيع أن يضع نصب عينيه أنه في مجال يحتاج إلى شجاعة الابتكار والتنوع، وحيوية الإلقاء والأداء، وأن يعرف أن الأداء الخامل والتقاعس كفيل بأن يضيع عليه فرص التألق والتواصل مع الجمهور، وكذلك فإن المذيع عندما يقتنع بالرسالة التي ينقلها، وبضرورة نقلها – وبصدق – إلى الجمهور فإن ذلك حري بأن يزيل عنه الإحساس بالخوف من الفشل. ولهذا يصبح من الضروري أن يركز المذيع على الرسالة التي ينقلها، وأن ينسى كل شيء عن نفسه وعن الجمهور أيا كان هذا الجمهور " مستمعين أو مشاهدين"، وأن يفترض أنه يتحدث إلى شخص واحد أو شخصين يحترمهما ويحلو له أن يتصل بهما ويتحدث إليهما.

4- الحاجة إلى احترام الذات Lach of Self-Estem

إن المذيع عندما يحترم نفسه، فإن ذلك ينعكس بالضرورة على عمله، ويرتفع مستوى الأداء لديه بشكل ملموس.. وعندما يحترم المذيع مستمعيه.. فإنه يجد شيئا ذا قيمة ليقوله لهم.. وعندما يحترم المذيع موضوع حديثه.. فإنه يضمن بذلك استمرار التواصل مع المستمعين.

إن المذيع، والمستمع، والموضوع ثلاثة عناصر تختلف في نوعيتها ينبغي أن تتداخل وتترابط في إطار واحد لكي يتحقق الاتصال الناجح، وهذا يؤدي بطبيعة الحال إلى زيادة ثقة المذيع بنفسه، ومضاعفة احترامه لذاته، وعلى ذات النسق فإن احترام المذيع لذاته يؤدي إلى أداء أفضل.. والأداء الأفضل جدير بأن يرفع من تقدير المذيع لذاته.

5- الحاجة للإعداد الذهني

ينبغي على المذيع – خلال الدقائق السابقة لتقديم البرنامج – أن يتخلص تماما من أي توتر ذهني أو جسدي، وأن يتجنب حالة " التشويش" التي تسيطر عادة على استوديوهات الإنتاج خلال الدقائق السابقة على تنفيذ العمل. وفي ذلك يضع الخبراء عددا من الالتزامات أو " الوصايا " أمام المذيع.. وهي:

أ. ابحث عن وسيلة للاسترخاء.

ب. حاول تجميع أفكارك.

ت. ركز على الموضوع الذي ستقوم بإذاعته وكيف يكون أداؤك.

ث. فكر فيما يجب أن تقوله أو تقرأه.

ج. فكر في الحالة النفسية التي ينبغي أن تحكم الأداء.

ح. فكر في السرعة الملائمة للأداء.

خ. فكر في أهمية الرسالة.

د. فكر في مشاكل الإلقاء والنطق.

أما بالنسبة للتمرين على الاسترخاء الجسدي المناسب للأداء فينصح الخبراء بضرورة الجلوس على مقعد مريح.. ثم يشرع المذيع في الاسترخاء الجسدي بادئا بالرأس أولا، ثم الرقبة، فالأكتاف.. وهكذا.. وبعد الانتهاء من محاولة الاسترخاء الجسدي الكامل.. يكون على المذيع أن يعيد التفكير مرة أخرى فيما هو مطلوب منه، وأن يستحضر "رسالته" وموضوعاته في ذهنه بوضوح كما أعدها لكي يبدأ الأداء.

ثانيا– الشعور بالميكروفون" Microphone Consciousness"

إن الاستخدام الخاطئ للميكروفون، ينتج –كما سبق القول – إما عن الجهل بهذه الآلة وخصائصها وإما عن نقص في الخبرة، وبالإضافة إلى هذين العاملين هناك عامل آخر يؤدي إلى استخدام الميكروفونات استخداما غير صحيح، وهو غياب "الوعي" أو غياب "الإحساس بالميكروفون" وعدم الشعور بالميكروفون Microphone Consciousness. وينصب هذا على مدى إدراك المذيع ويقظته أمام هذا الجهاز وإحساسه بأنه يلتقط أدق همساته، لأن نقص الوعي بالميكروفون ، أو عدم "الإحساس بالميكروفون" يؤدي إلى وقوع المذيع في العديد من الأخطاء.. مثل:

1- عدم تثبيت ميكروفون الرقبة "القلادة " Lavalier قبل بدأ الأداء.

2- التحرك بعيدا عن المقعد – بعد انتهاء الأداء – دون أن يتفطن المذيع لوجود الميكروفون في رقبته.

3- إحداث أصوات غير مطلوبة قرب الميكروفون "المفتوح" ، مثل "النقر" بالأصابع على طاولة الميكروفون، أو بالقرب منها.

4- التحرك إلى مسافة خارج نطاق التقاط الميكروفون (خارج المدى المناسب لالتقاط الصوت).

5- عدم نقل الميكروفون بطريقة صحيحة بين المذيع والضيف أثناء المقابلة (إذا كان الميكروفون ممسوكا باليد ويتحرك بين المذيع والضيف عند السؤال والجواب).

6- جلوس المذيع والضيف في موضع غير صحيح بالنسبة للميكروفون.

7- إحداث تغييرات مفاجئة – غير مدروسة أو مخطط لها – في حجم أو قدر الصوت.

8- عدم إدراك العلاقة بين كل نوع من أنواع الميكروفونات وخاصيته في التقاط الأصوات.

9- ربط ميكروفون الرقبة بطريقة غير صحيحة (بعيدا عن الفم أو أسفل الملابس) الأمر الذي يؤدي إلى كتم الصوت أو كبت الأصوات.

وقد توصل الخبراء إلى عدد من القواعد أو الأسس التي ينبغي على المذيع الالتزام بها عندما يواجه الميكروفون.. وهذه القواعد هي:

1- ينبغي أن يأتي حديث المذيع أمام الميكروفون بنفس الصوت الطبيعي الذي يتحدث به في حياته اليومية مع الآخرين، لا هو الصوت المنخفض جدا، ولا هو الصوت المرتفع جدا، وللوصول إلى هذا المعدل.. ينبغي على المذيع أن يجلس "أو يقف" على مسافة امتداد ذراعين من الميكروفون..، وهو ما يساوي ضعف طول الذراع تقريبا، وتحتاج الأصوات الضعيفة إلى مسافة أقرب قليلا من هذه، بينما تحتاج الأصوات القوية إلى مسافة أطول. ومن المفيد في كل الحالات أن يقوم مهندس الصوت بتحديد مستوى صوت المذيع ليحدد له المسافة الصحيحة للميكروفون.

2- عند اشتراك أكثر من شخص في البرنامج، فإن التوازن بين هذه الأصوات يصبح ضروريا بما أنهم يستخدمون جميعا ميكروفونا واحدا، وهذه مهمة مهندس الصوت.

3- على المذيع أن يحذر أن ينفخ أو يلهث أمام الميكروفون مباشرة، لأن ذلك يحدث صوتا مزعجا أشبه بالانفجار أو "الفرقعة".

4- يجب أن تبقى المسافة ثابتة بين المذيع أو المتحدث وبين الميكروفون، لأن الاقتراب والابتعاد (الحركة إلى الأمام والخلف) تتسبب في اختلاف ملحوظ في مستوى الصوت.

5- يراعى ضرورة تناول وتقليب صفحات النص الذي يقرأ منه المذيع بطريقة لا تحدث صوتا أمام الميكروفون.. ويساعد على ذلك أن تكون صفحات النص منفصلة عن بعضها البعض (غير مشبوكة بدبوس أو خيط).

6- على المذيع أن يتابع المخرج أو مسجل الصوت أو مدير الأستوديو، ولكن لا ينبغي أن يشغله ذلك عن القراءة.

7- على المذيع أن يلم بالإشارة المتفق عليها والتي يجري التعامل بها داخل الأستوديو أثناء العمل، وهي إشارات تتعلق بالوقت والصوت وسرعة القراءة... الخ، حيث تتحول الكلمات إلى إشارات بالأيدي والأصابع طالبة من المذيع تنفيذ شيء أو تحيطه علما بموقف معين. ومن هذه الإشارات ما هو بديل عن الكلمات (أسرع – أبطئ – اقترب من الميكروفون – ابتعد عن الميكروفون – باقي كذا دقيقة – انتهى الوقت – ارفع الصوت – صوتك عال جدا ... الخ).

مراجع المحاضرة السابعة :

1- كرم شلبي، **المذيع و فن تقديم البرامج في الراديو و التلفزيون**، دار و مكتبة الهلال، بيروت، 2008.

2- كرم شلبي، **الخبر الإذاعي، فنونه وخصائصه في الراديو والتليفزيون** ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية،2004.

3- Alkin, G, Television Sound Operation, Focal Press, London, 1980.

4- Hyde , stuart, television and radio announcing, houghton, mifflin comp, baston, 1971.

5 - Hélène Risser L'Audimat à Mort, Ed du Seuil, France, mars 2004.

المحاضرة الثامنة : المذيع والكاميرا

إذا كان للميكرفون خصائص معينة ووجب على المذيع في الراديو التعامل معها، و معرفة طريقة الحديث و الكلام لإيصال صوته بوضوح، فالتلفزيون يتطلب التعامل مع هذه الوسيلة التي هي الميكرفون و كذلك بشكل أدق التعامل مع آلة التصوير التي هي الكاميرا. فالكاميرا أثر على طبيعة أداء المذيع، فلا شك أن هذه الأداة تتيح للمؤدي أمامها فرصا أكبر للإقناع والتعبير أكثر مما يتوفر له عند اعتماده على الصوت فقط، فإلى جانب التعبير الصوتي بالكلمات، فإن المتحدث أمام الكاميرا يستخدم الإشارات والإيماءات التي يعبر بها عن دلالات تؤكد أقواله، ومن ذلك التلويح باليدين وتقطيب الجبهة أو رسم علامات الدهشة على الوجه.. الخ. فمهمة المذيع أو المتحدث أو الممثل في الإذاعة تكون أيسر بكثير من مهمته في التلفزيون، وذلك لأن مستمع الراديو يرسم للمذيع صورة من نسج خياله، ويحدد رأيه فيه من خلال إحساس نفسي بحت. أما في حالة التلفزيون فإنه يصبح على المذيع أن يحقق للمشاهد هذه الصورة، وهذه ليست بالمهمة اليسيرة خاصة عندا نعرف أن للتلفزيون خاصية نفسية تتيح للمشاهد أن يقرأ شخصية المؤدي ويكتشف مدى صدقه وقدر حماسه واقتناعه بما يقول.

وبالإضافة إلى ذلك فإن وجود الكاميرا ضمن عناصر الإنتاج التلفزيوني ضاعفت الجهد المطلوب من المذيع أثناء العمل، إذ يجب أن تتعلق عيناه بهذه الكاميرا أثناء الحديث، وفي نفس الوقت يكون عليه مراقبة جهاز المراقبة داخل الأستوديو "Monitor" ، وملاحظة الأضواء التنبيهية « Tally lights » ، ومتابعة مساعد المخرج أو مدير الأستوديو لتلقي التعليمات التي يصدرها المخرج.. الخ.

وبالرغم من ذلك فإن مذيع التلفزيون يظل بوسعه أن يحقق لنفسه وبنفسه الصورة المثالية التي يطل بها على الجمهور ويظهر بها على الشاشة، وذلك إذا عرف كيف يسيطر على تعبيرات وجهه، حيث تعد هذه التعبيرات أمام الكاميرا جزءا لا يتجزأ من الأداء مثل الصوت تماما، وكذلك إذا عرف كيف تكون حركته أمام الكاميرا، وكيف يكون تعامله مع النصوص والأغراض التي يريد أن يعرضها إلى الجمهور.

وللتعامل مع كاميرا التلفزيون هناك قواعد واعتبارات ضروريا أن يلتزم المذيع بها، فهي كما يلي:

1 – التليجيني أو الفوتوجيني:Télégénie ou photogénie

كتب جون بابتيست فاجاس Jean –baptiste fagès يقول " أنا لم أخترع هذا المصطلح الغريب ولكنه استُعمل بشكل مكثف وآلي من المهنيين في الميدان السمعي البصري فماذا يعني؟ في البدايات الصعبة للتلفزيون في التقاط الصورة والإضاءة، لم يعطي الصورة الجميلة ولا الإغراء للوجه الجميل، ولكن مع مرور الزمن استطاع التلفزيون كشف وأظهر موضة الحضور المباشر وبالتالي حضور الشخصية والتي نترجمها إلى التلجيني" لنضرب الأمثلة ب غنوار" Renoir"، "آرنوفاتي" " Arnaud gotti"، بنيول « Bunuel » هؤلاء الرجال هم وجوه مهمة إذ أين سيبدأ فن السمعي البصري؟.

غنوار Renoir، يظهر حسنا ويحمل مميزات على جاك ريفيت Jaque Rivette في سهولته وحضوره الإنساني والذكي كرجل جيد...".

فالتلجيني الحقيقية هي العلاقة بين الشخصية التلفزيونية والمشاهد، وهي قبل كل نظرة و تصور المخرج .

فالمظهر الجسماني يعد شرطا أساسيا يتحتم توفره بالنسبة للتلفزيون، وفي الواقع لا يمكن أن نحدد قسمات بعينها لوجه بشري ونقول أن ذلك هو الوجه المناسب للظهور على شاشة التليفزيون، ويمكن القول بأن الوجه الذي يبدو مقبولا ومحببا وأكثر وسامة وقبولا لمشاهد ما قد يكون منفرا ومزعجا ومرفوضا من مشاهد آخر، وبينما تحرص بعض المحطات(العربية والأجنبية) على اختيار الوجوه التي توصف بأنها جميلة(خاصة الوجوه النسائية) وتفضلها ليعمل أصحابها كمذيعين ومقدمي برامج على شاشة التليفزيون، نلاحظ وجهة نظر أخرى أكثر اعتدالا ترى أن الجمال المبالغ فيه يتساوى تماما مع القبح الواضح، لأن كليهما يمكن أن يكون سببا في تشتيت ذهن المشاهد أو انصرافه عن متابعة الرسالة الإعلامية.وفي الواقع تخضع تلك المقاييس أولا وأخيرا لحسابات آلة التصوير التليفزيونية، ولذلك فإن الحكم الدقيق والصحيح على مدى صلاحية وجه من الوجوه أو عدم صلاحيته إنما يتم من خلال مشاهدة هذا الوجه على الشاشة أي منقولا بواسطة آلة التصوير التليفزيوني، فهناك العديد من الوجوه الجميلة في الطبيعة تظهر على الشاشة في صورة غير مقبولة تماما والعكس صحيح أيضا، ومعنى ذلك أن هناك وجوها صالحة للتصوير يطلق عليها الاصطلاح العلمي فوتوجينيك Photogénie وهي الوجوه التي تبدو مقبولة على الشاشة عندما يجرى تصويرها من أي زاوية أو اتجاه .

2 – المظهر الشخصي

المظهر الشخصي للمذيع يعد أمرا له أهميته على شاشة التليفزيون، والمقصود بالمظهر الشخصي أنه "الشكل" أو الصورة التي يبدو فيها أمام المشاهدين، وترتبط هذه الصورة بما يرتدي من ملابس، ومدى وضوح ملامحه، وانسجام مظهره بشكل عام.

والذي لا شك فيه أن مظهر المذيع يؤدي وظيفة هامة في رفع درجة الإقناع والثقة به لدى المشاهد ويساعده على الاستمرار في متابعة البرنامج إلى حد ما. فالمظهر الذي يمثل قدرا من الألفة للمشاهد، ينبع من إحساسه بأنه أمام شخصية عادية ومتوازنة، ولا يتوفر ذلك إلا من خلال التزام المذيع بالبساطة والابتعاد عن كل ما هو شاذ وغريب في الملابس أو الماكياج، وما يتعارض مع خواص الكاميرا أو يؤدي إلى عيوب وتشوهات في صورته. و بالتالي على المذيع التلفزيوني أن يعطي أهمية للمظهر الجسمي من خلال الملابس التي يرتدها و كذلك الماكياج الذي يستعمله قبل دخوله أستوديو التسجيل.

أ– الملابس:

إن مذيع التليفزيون يحتاج لأن يدقق في اختيار ملابسه، نظرا لأنه ليست كل الملابس وليست كل الألوان تناسب طبيعة الكاميرا أو طبيعة الإضاءة أو طبيعة الديكور المستخدم في التليفزيون عامة وفي التليفزيون الملون على وجه الخصوص .وهناك عدد من القواعد الأساسية التي ينبغي على المذيع أن يراعيها في هذا الشأن، وفي مقدمتها أن يتجنب استخدام كافة درجات

اللون الأزرق (من المتوسط إلى الغامق) إذا كان نظام التليفزيون الذي يستخدمه هو النظام المعرف باسم "الكروماكي" أو Kromakey Matting لأن هذا النظام يسمح للصورة الملتقطة من إحدى الكاميرات أن تعتم على الصورة المختارة من الكاميرا الأخرى، فلو كان المذيع يرتدي قميص أزرق اللون على سبيل المثال فإن صورة أخرى ستظهر في المنطقة التي تظهر فيها الملابس الزرقاء بالذات.

وإلى جانب هذه الاعتبارات فإن هناك اعتبارات أخرى تحتمها طبيعة التليفزيون ومقتضيات التصوير والإضاءة والديكور وما إلى ذلك. فالملابس ذات الخطوط المتوازية أو المتقاطعة تميل إلى التموج – أي تظهر متحركة مثل حركة الموج – على الشاشة، ومع كل حركة للمؤدي تبدو ملابسه كما لو كانت تتحرك هي الأخرى ذاتيا، لذا فإن الألوان المستوية وقولب التصميم البسيطة هي الأنسب في كل الحالات.

ومن ناحية أخرى فإنه لا يمكننا أن نتجاهل العلاقة بين ملابس المذيع وألوان الستائر والديكورات التي تظهر خلفه أثناء ظهوره على الشاشة، فلا شك أن لهذه الخلفيات من ديكورات وستائر أثرها وتأثيرها الهام على ما يرتده المذيع من ملابس. ولذلك فإن المحطات الكبيرة تستعين عادة بأحد الفنانين المتخصصين في الملابس، وإن كانت القاعدة هي أنه في كثير من البرامج يرتدي المذيعون ملابسهم الاعتيادية مراعين الذوق العام وما ينبغي تجنبه من الأزياء غير المناسبة. ومن خلال الخبرة والممارسة يصبح المذيع قادرا على اختيار الملابس التي تتلاءم مع متطلبات الكاميرا وخواص التليفزيون بل وطبيعة البرنامج الذي يقدمه المذيع، وأنواع اللقطات التي يغلب استخدامها. فالملابس التي قد تبدو جذابة من خلال لقطة بعيدة تظهر الجسم كله، قد تظهر غير ذلك في لقطة متوسطة(لقطة للرأس والكتفين) خلف طاولة المذيع، وكذلك فإن اللون الذي يبدو جميلا على الطبيعة قد يظهر مختلفا تماما عند التصوير، والألوان التي قد تظهر بديعة في اللقطات الطويلة Long Shots قد تظهر غير ذلك تماما في اللقطات القريبة Close Shots . وعموما فإن أهم ما ينبغي مراعاته في علاقة الملابس بالستائر والديكورات التي تمثل "الخلفيات"، هو ضرورة تجنب استخدام الملابس التي تتشابه ألوانها مع ألوان الخلفيات و"تذوب" فيها، لأن المذيع في هذه الحالة يصبح وكأنه جزء من الديكور ولا يظهر منه غير وجهه.. وكذلك ينبغي تجنب الأقمشة ذات الزخرف أو النقوش الكثيرة الدقيقة سواء في الملابس أو الخلفيات.

إن ألوان "الباستيل" – الألوان الفاتحة – بدرجاتها المختلفة هي الأفضل لكل الأغراض الإذاعية في التليفزيون، كما أنها تناسب الدرجات المختلفة للون البشرة.. وهنا ينبغي إلى أن نشير إلى أن المذيعين من ذوي البشرة "الداكنة" يجب أن يرتدوا ملابس "غامقة" أكثر إلى حد ما من تلك التي يرتدها ذوي البشرة "الفاتحة" Light Skin Tones وذلك تطبيقا لقاعدة هامة يجب أن يعيها المذيع جيدا، وهي قاعدة تقول " تجنب أن يكون هناك تباينا شديدا بين وجهك وملابسك.. وتجنب الملابس التي تكون من نفس لون جلدك".

وقد درج المذيعون في المحطات الغربية إلى ارتداء الحلل الداكنة عند تقديم العروض الإخبارية، باعتبار أن ذلك يتفق والطبيعة الرصينة للعروض الإخبارية، خاصة وأن اللون الأزرق يعتبر من الألوان التي تظهر واضحة جذابة على شاشة التليفزيون الملون. أما

في البرامج الأخرى، فقد اعتاد المندوبون والمذيعون على ارتداء الملابس التي تناسب طبيعة البرنامج الذي يقدمه كل منهم. ومن هؤلاء مقدمو البرامج الرياضية الذين يرتدون الملابس الرياضية المألوفة عند تقديمهم برامجهم.

وعموما ملابس المذيع تخضع لتصور البرنامج، فإذا كان برنامجا إخباريا أو برامج الحوار و الموائد المستديرة فإن السائد هو الملابس و البدلات الكلاسيكية، و عادة تميل إلى الداكنة نظرا لطبيعة البرنامج. أما بالنسبة لبرامج المنوعات و التلك شو Talk show و برامج الألعاب و غيرها يرتدي المذيع لباسا يجعله أكثر استرخاء، و هناك برامج أخرى تتطلب نوعا معينا من الملابس و بالتالي في تخضع لتصور البرنامج.

و كثير من المذيعين لا يولون أهمية للملابس بحيث و حتى المحطات التلفزيونية التي يعملون بها لا تعير هي أيضا هذا الاهتمام. و التلفزيون هو الصورة و المذيع هو نموذج المحطة التي يعمل فيها.

وهناك اعتبار آخر يتعلق بالجواهر وما في حكمها من أجسام عاكسة للضوء، فمثل هذه الأجسام تعكس أضواء الأستوديو إلى عدسة الكاميرا بشكل مباشر محدثة نوع من البريق. وقد يكون لذلك أثره المفسد بالنسبة لضيف خاص، يرى في ذلك البريق دليلا على الأناقة والجاذبية، ولكنه يكون ضارا جدا إذا جاء مقصودا أو متعمدا من قبل الضيف أو الضيفة في البرنامج.

ب–الماكياج

يستخدم الماكياج في التليفزيون لأكثر من سبب، ولكن الذي يعنينا هنا هو استخدام المذيع أو مقدم البرامج للماكياج وأسباب ذلك. ويمكن القول–باختصار– أن المذيع لا يسعى إلى استخدام الماكياج لنفس الأسباب التي تضطر الممثل لاستخدامه، فقد يقتضي دور الممثل أن يظهر على الشاشة في عمر أكبر من عمره الحقيقي، أو في شكل يشير إلى أنه سائق سيارة أو يحترف مهنة معينة..الخ، أما المذيع فإنه يريد أن يبدو كما هو..أو"هو نفسه"..ولذا فإنه لا يحتاج إلى عمل ماكياج إذا كان وجهه يخلو من العيوب الجلدية والخطوط التي تظهر أحيانا أسفل العينين، وفي هذه الحالة يمكنه الاكتفاء بغسل الوجه قبل موعد البث مباشرة و استخدام ماكياج خفيف للتقليل من انعكاس الإضاءة الذي ينتج بسبب دهون الجلد الطبيعية فيظهر وجه المذيع على الشاشة كما لو كان مبللا بالعرق.

أي أن كل الذي يحدث هو مجرد " تحسين" بسيط للأصل الطبيعي الذي يتأثر بالإضاءة القوية أثناء التصوير، ولهذا فإن المذيع لا يحتاج في هذه الحالة إلى أكثر من طبقة خفيفة من المسحوق، ويستحسن أن يكون لون هذا المسحوق أكثر قتامه بقليل من لون جلده. أما إذا كان من ذوي الملامح الشاحبة فإنه قد يحتاج في هذه الحالة إلى أخصائي الماكياج المحترف الذي يعمل بالمحطة...وفي كل الحالات فإن ماكياج المذيع لا يزيد عن مجرد عمل تصحيحات معينة لتلافي آثار الإضاءة المستخدمة في البرنامج.

وهناك بعض المشاكل التي تتعلق بالرأس الأصلع، وتتمثل في أنها تعكس الإضاءة في بعض الحالات، وينتج عن ذلك صورة غير دقيقة. وهناك الكثير من الوسائل التي تستخدم للتغلب على هذه المشكلة، منها توزيع الإضاءة على النحو الذي يتفادى انعكاس الضوء من الرأس، أو بالأساليب الخاصة الأخرى التي يتقنها أخصائيو الماكياج.

3- تعبيرات الوجه

عمل المذيع في التلفزيون هو مواجهة الكاميرا و بالتالي مواجهة الجمهور، فهو يخاطب المشاهدين، و المشاهد يلاحظ تعبيرات وجه المذيع.

فمن الأقوال المأثورة أن التليفزيون يفرز الإنسان المخلص من غير المخلص، وذلك لأن عدسة الكاميرا تظهر كل كبيرة وصغيرة، وتكشف بوضوح عن التظاهر بالمعرفة أو ادعاء التواضع، كما تكشف عن أمانة التعبير والإخلاص في الأداء. ومن هنا يرى البعض أن الصوت في التليفزيون ليست له نفس أهميته في الإذاعة، وأن مذيع التليفزيون يقوم بدور شبيه بدور الممثل في التأثير على عقل الجمهور وعواطفه من خلال الأمانة في التعبير والإخلاص في الأداء.. ومن هنا يعتبر الصدق في الأداء خاصية رئيسية في عمل المذيع، لأن كل فنون الإقناع لا يمكن أن تكون بديلة عن الصدق في التعبير، ولا يمكن أن تعوض الجمهور عن الأثر الذي تتركه ابتسامة زائفة.

والصدق في التعبير أمام الكاميرا لا يعني العبوس أو ادعاء الجدية أو التجهم، فالمشاهد لا يروق له أن يخاطبه وجه متجهم خلال لحظات استرخائه، وربما يكون قد شاهد وجوها عابسة بما فيه الكفاية طوال اليوم، ولهذا ينبغي أن تعكس تعبيرات الوجه روحا مرحة وشخصية توحي باللطف والبساطة والمؤانسة، بشرط أن يأتي ذلك دون أدنى مبالغة في حركات الوجه، لأن الكاميرا سرعان ما تضخم حركات الوجه والجسم وتبالغ في إبرازها إلى الحد الذي يمكن أن تتحول معه إلى عكس المعنى أو الهدف المنشود.

لكن هناك نوع من البرامج التي تتطلب من المذيع أن يبدو عبوسا و غاضبا و صارما مع ضيفه أو ضيوفه. في واقع الأمر التصور البرنامج هو الذي يفرض هذا النوع من التقديم ربما المقصود هو إغضاب و نرفزة الضيف أو إبراز خللا أو فشلا ما لمسئول سياسي أو حكومي و غيرها.. و هنا يتم اختيار المذيع حسب هذا التصور.

4- المكان المحدد للتصوير

تتطلب طبيعة البرنامج أو المادة التلفزيونية في بعض الأحيان أن يقف المذيع أو يتحرك أمام الكاميرا سواء كان داخل الأستوديو أو في موقع من مواقع الأحداث خارج الأستوديو. وفي مثل هذه الحالات يحدد للمذيع مساحة معينة يتحرك في إطارها، كما يحدد له- وبدقة تامة- المكان الذي يقف فيه أمام الكاميرا ليبدأ الكلام، ويشار إلى هذا المكان عادة بخطوط ترسم على الأرض أو بوضع أي علامة توضيحية أخرى تشير إلى النقطة المحددة التي يقف عندها المذيع، وتلك مسألة هامة وضرورية في حقيقة الأمر تحتمها العوامل والاعتبارات التالية:

أ- ليكون المذيع في مجال البعد البؤري للكاميرا " Focus" وهي المساحة التي يمكن أن تظهر فيها المرئيات واضحة بالنسبة للعدسة المستخدمة، والمعروف أن أي خروج عن هذه المساحة سواء بالتقدم للأمام أو الرجوع إلى الخلف بقدر معين قد يتسبب في ابتعاد الشخص عن نقطة التركيز هذه ويصبح خارجهاOut of Focus، وفي هذه الحالة فإن الصورة التي تلتقط لهذا الشخص تكون مشوشة"غير واضحة المعالم " Blurred".

ب- أما الاعتبار الثاني فيرجع إلى أن المصور- وهو المسئول عن تكوين المنظر وتحديد ما يظهر في الخلفيات وما إلى ذلك - يكون قد أعد لذلك وحدد الموقع الذي يقف فيه المذيع ليظهر في المكان المناسب ضمن هذا التكوين. وعلى المذيع أن يمتثل لذلك لكي يساعد المصور على أداء مهمته على النحو الأفضل.

ت- أما الاعتبار الثالث فيتعلق في بعض الحالات بالإضاءة داخل الأستوديو، حيث تكون هناك منطقة معينة داخل الأستوديو قد أعدت وضبطت الأضواء فيها بشكل معين ليكون المذيع في وسطها أثناء التقديم، وفي هذه الحالة فإن تجاوز هذه المساحة يعني خروج المذيع إلى منطقة تقل فيها الإضاءة عن الدرجة اللازمة والمطلوبة للتصوير، وبالتالي يكون قد خرج عن المنطقة المناسبة والتي أعدت خصيصا من أجله.

5- الوقوف أمام الكاميرا Standing On Camera

عند الوقوف أمام الكاميرا ينبغي أن يقف المذيع ثابتا، وعليه أن يتحاشى الاهتزاز أو التمايل من جانب لآخر. فالاهتزاز أو التمايل ونقل ارتكاز الجسم من قدم إلى أخرى أثناء اللقطات الطويلة Long Shots قد يؤدي إلى تشتيت انتباه المشاهد، أما أثناء اللقطات القريبةClose Up فقد يتسبب في عدم ظهور جزء من وجه المذيع على الشاشة. وقد يكون تجنب مثل هذه المشكلة ممكنا عندما يجري العمل داخل الأستوديو، نظرا لوجود جهاز مراقبة الصورةMonitor الذي يمكن المذيع من مشاهدة صورته ونوع اللقطة المستخدمة (طويلة أو متوسطة أو قريبة) وبالتالي فإنه سرعان ما يشعر بأي انحراف في الصورة أو خروج عن الإطار المحدد لها كما يظهر على الشاشة. أما في مواقع الأحداث خارج الأستوديو فإن جهاز مراقبة الصورة هذه لا يكون متاحا، وبالتالي لا تكون هناك وسيلة لكي يعرف المذيع ما إذا كانت صورته في الإطار الصحيح أم لا. ومن هنا فإن على المذيع أن يتدرب على الوقوف دون أدنى حركة في كل الأوقات، ولكي يقلل من رغبته في التمايل عليه أن يباعد قليلا بين قدميه أثناء وقوفه، وأن يميل أحد القدمين إلى الخارج بحيث يشكل مع الآخر زاوية مقدارها من15-20 درجة، وتكون هذه القدم المائلة إلى الخارج خلف الأخرى بحوالي 4-6 بوصة..وعلى هذا النحو يمكن للمذيع أن يقف طويلا أثناء الأداء دون أن يتمايل أو يهتز.

6 . الجلوس أمام الكاميراSetting on Camera

يشعر المذيع عادة أن بإمكانه أن يتجنب أي قدر زائد من الحركة عندما يكون جالسا، ومع ذلك فعليه أن يعي جيدا أن معظم الحركات تظهر على الشاشة بصورة مبالغ فيها، أي أكبر كثيرا من حجمها الحقيقي، فإذا كان قد اعتاد أن يحرك أعلى الجذع والرأس في حركة سريعة أو في حيز واسع، فإن عليه أن يعمل جاهدا على التقليل من مثل هذه الحركة، بشرط ألا يؤثر ذلك في مستوى أدائه أو حيويته، وكذلك فإن الحركة الجانبية (يمينا وشمالا) تضايق المشاهد كثيرا عندما تظهر على الشاشة وخاصة في اللقطات الكبيرة Close Up أما الحركة إلى الأمام والخلف فإنها قد تتسبب في الابتعاد عن مدى تركيز الكاميرا Out of Focus كما سبق القول، ويؤدي ذلك كله إلى تشويش المشاهد وتشتيت ذهنه، وربما يتسبب في انصرافه كلية عن المتابعة.

ولهذا ينبغي ألا يكون المذيع على سجيته تماما أمام الكاميرا، بل عليه أن يحسب حساب كل حركة جسمانية يقوم بها، وأن يتخلص من العادات الخاصة التي اعتادها في حياته اليومية، مثل تمايل الرأس أو رفع الحاجبين عند الكلام..أو هز الأكتاف..وما إلى ذلك.

6- الحركة المفاجئة Telegraphing Movement

عند الوقوف أو الجلوس، وعند التحرك من جانب إلى جانب آخر داخل الأستوديو(أو في الموقع الخارجي)، يكون على المذيع أن يتحرك بطريقة أكثر بطئا من حركته الاعتيادية، وكذا عليه ألا"يختصر" حركته، وذلك بأن يبدأ خطواته بطريقة بطيئة للغاية، ليتوقف برهة ثم يمضي مباشرة بالسرعة المطلوبة.

ومع أن المصور مدرب بما فيه الكفاية على إمكانية متابعة المصادر المتحركة حتى السريع منها، إلا أن المذيع لا ينبغي أن يتوقع مثل هذه المهارات إذا ما تصرف على نحو لا يرضاه المصور أو يرى فيه أنه يفسد عمله أو يضيع جهده..

وفي كل الأحوال ينبغي على المذيع، ألا يجلس أو يقف أمام الكاميرا دون تخطيط للحركة، أو إشارة يتلقاها من مدير الأستوديو"أحد مساعدي المخرج" فعندما تكون الكاميرا في لقطة علوية" Head Shotالمذيع واقف، فإن صورته تسقط رأسيا على الشاشة إذا ما جلس فجأة ودون تخطيط مسبق لذلك يلتزم به المصور، والعكس صحيح أيضا عند الوقوف بشكل فجائي. وعلى هذا فإن تحديد واختصار أو تقصير الحركة وعدم مفاجأة الكاميرا، يعد أمرا حتميا، لأنه يمنح المخرج الفرصة لكي يبتعد باللقطة Zoom Out إلى لقطة متوسطة.

8- مخاطبة الكاميرا Addressing The Camera

هناك فرق أساسي وجوهري بين علاقة المذيع بجمهوره في حالة الإذاعة بالراديو، وبين علاقة المذيع بجمهوره في حالة الإذاعة بالتلفزيون. ففي الحالة الأولى تتأسس العلاقة بين المذيع وجمهوره على الخيال البحت، حيث يرسم كل منهم للآخر صورة ذهنية قد لا تمت إلى الواقع بأدنى صلة، أما في حالة التلفزيون فإن الوضع يختلف عن ذلك بعض الشيء، فالمشاهد لا يرسم للمذيع صورة في الخيال لأنه يراه أمامه على الشاشة بينما يتحدث المذيع إلى جمهور لا يراه. ومن هنا فإن هذه الرؤية التي تأتي من طرف واحد تحتم على المذيع درجة كبيرة من القدرة على التركيز، حيث يكون عليه أن يحفظ النص وأن يتدرب عليه بسرعة وكفاءة ليقدمه مرتجلا في معظم الأحيان إلى هذا الجمهور(غير المرئي له)، وسط جو حافل بالحركة داخل الأستوديو. وإذا تشتت انتباه المذيع فذلك يعني ضياع الصلة التي تربطه بعمله أو تربطه بجمهوره أو بهما معا.

وعلى ذلك يكون من الأفضل أن ينشغل المذيع بالكاميرا، وأن يحصر اهتمامه الأساسي في النص وفي جمهور يتخيل وجوده لأنه موجود بالفعل، ويمكن اعتبار الكاميرا هي البديل للجمهور وعلى ذلك فإن توجه المذيع بالحديث إلى الكاميرا يساعده على أداء يبدو وكأنه اتصال حقيقي مع الجمهور.. ولكي يتحقق ذلك فإن على المذيع أن ينظر مباشرة إلى عدسة الكاميرا التي تكون في حالة عمل "أي التي تلتقط صورة المذيع بالفعل في تلك اللحظة Taking camera" والتي تكون مميزة عن بقية الكاميرات

الأخرى في الأستوديو بإشعاع ضوء أحمر مثبت في أعلاه يضيء أثناء التقاط الصورة فقط(أثناء العمل الفعلي للكاميرا) ، وفي تلك اللحظة يكون على المذيع أن يركز نظره على ارتفاع قدم واحد تقريبا من العدسة الزجاجية، وهو المكان الذي يكون فيه المشاهد أمام الصورة عند ظهورها على الشاشة فيبدو المذيع وكأنه يتوجه إليه بالحديث مباشرة.

وفي أستوديو الإنتاج التليفزيوني فإن، على المذيع أن يتوقع وجود عدد من الكاميرات يتراوح بين اثنين وأربع كاميرات، بينما ثلاث كاميرات على الأقل جاهزة للعمل بشكل عادي، وبهذا يكون عليه أن يغير اتجاه نظراته من وقت لآخر نحو واحدة من هذه الكاميرات، وفقا لإشعار تنبيهي بذلك.. وتبدأ هذه الإشعارات المتتالية عندما يشير مدير الأستوديو "مساعد الإخراج الموجود داخل الأستوديو أثناء تنفيذ البرنامج" يشير بيديه إلى الكاميرا المقصودة فور الإشارة إليها.. وعندما يقوم المذيع بالأداء كمذيع ربط للأخبار Anchorman فإن عليه أن يلاحظ الإشعار ثم ينظر إلى أسفل حيث يوجد النص ثم يرفع بصره في اتجاه الكاميرا الأخرى.

و يتوقف عمل المذيع مع كاميرات الأستوديو حسب المخطط المعد آنفا بحيث يبتعد عن التجوال بنظراته مع الكاميرا التي يظهر الضوء المنبه فيها أنها تشتغل، فغالبا ما يحدد المخرج الكاميرا الرئيسية و الخاصة بالمذيع و التي عليه التعامل معها دون غيرها حتى لا تشوّش عليه تحرك الكاميرات الأخرى. و أن يركز على مضمون البرنامج، و بالتالي تسهل عليه مهمة التنشيط و التقديم. أما باقي الكاميرات فيتصرف فيها المخرج حسب نص الأستوديو و زوايا التصوير المعدة مسبقا.

وعند البحث عن فكرة أو كلمة أو محاولة تذكرها، فإن البعض قد يحلو له أن يرفع عينيه إلى السقف كأنه يحاول استلهام شيء. ومثل هذا السلوك يفسد أداء المذيع أمام الكاميرا فضلا عن أنه سلوك يبدو منفردا للمشاهد، ولذا يكون على المذيع – الذي اعتاد ذلك – أن يقلع عن هذا السلوك ويتغلب على هذه العادة السيئة.

9 – الاتصال بالعين Eye Contact

الاتصال بالعين يعني قدرة المذيع على النظر مباشرة إلى عدسة آلة التصوير والحفاظ على هذه النظرة للاستمرار في إلقاء فقرات طويلة من النص، وهذه مسألة مهمة في واقع الأمر، لأنها تهيأ للمذيع نوعا من التواصل يشعر معه المشاهد بأن المذيع يتوجه إليه بالحديث أو يتحدث معه شخصيا، بل وكثيرا ما يعد ذلك دليلا على الأمانة والصدق والوضوح. ومن هنا فقد أصبحت قدرة المذيع على تحقيق اتصال جيد بالعين، شيئا يعادل في أهميته قدرته على الإلقاء الجيد تماما.

وبالرغم من أن كثيرا من المذيعين (وخاصة مذيعي الأخبار) أصبحوا يستخدمون الوسائل التي تساعدهم على ذلك، ومن بينها أجهزة التلقين عن بعد Teleprompters ، وبطاقات الإشعار Cue Cards ، إلا أن المذيع يمكنه الحفاظ على اتصال جيد بالعين دون استخدام " الملقن" أو بطاقات الإشعار وذلك من خلال النظر مباشرة إلى مركز العدسة والذي يعني أنه ينظر مباشرة إلى عين المشاهد الجالس أمام الشاشة، ومن هنا يصبح جديرا بثقة المشاهدين.

ولكي يكتسب المذيع القدرة على "الاتصال بالعين" والحفاظ عليها فإن ذلك يتحقق أساسا بتدريب الذهن على استيعاب جمل أو فقرات كاملة بمجرد النظر إليها ثم إلقائها من الذاكرة، وليس مطلوبا من المذيع بطبيعة الحال أن يتجاهل النص الذي يقرأ منه – إذا كان يعمل من خلال نص – بل يمكنه أن ينظر إلى هذا النص من وقت لآخر ولفترة تكفي لاستيعاب فقرة أو نحوها. ثم ينظر إلى آلة التصوير بعد ذلك لأطول فترة يستطيعها بدلا من أن يواصل التذبذب إلى أعلى وأسفل ناقلا بصره بين الكاميرا والنص مع كل كلم.وهنا تجدر الإشارة إلى انه يجوز للمذيع أن يطيل النظر إلى النص – نسبيا – عند قراءة فقرات مقتبسة على سبيل الاستشهاد.

فينظر إلى النص الذي في يده خلال الجزء الأكبر من هذه الفقرات دون أن ينظر إلى الكاميرا إلا لوقت قصير بين آونة وأخرى. وهذه الطريقة تؤكد للمشاهد أن المذيع عندما يتكلم موجها نظره إلى المشاهد، إنما يفعل ذلك لأنه مستوعب للنص ويتحدث عن شيء يعرفه جيدا. ومن ثمة لا يحتاج منه إلا مجرد إلقاء نظرة عابرة إلى النص.

ومن الاعتبارات الأساسية التي ينبغي للمذيع أن يراعيها لتحقيق الاتصال بالعين على النحو الأمثل، هو أنه لا يجوز قطع الاتصال بالعين بشكل مفاجئ أو استئنافه بسرعة كبيرة. فعندما ينتهي المذيع مثلا من قراءة مقدمة لخبر أو مادة مصورة ويعرف أن هناك فيلما أو شريطا سوف يعرض فور انتهائه من قراءة المقدمة، فإن أفضل حركة يقوم بها في هذه الحالة هي أن يتعمد الالتفات ببطء إلى جهاز المراقبة monitor، ليشعر المشاهدين بأنه هو الآخر سوف يشاركهم مشاهدة الفيلم أو الشريط، ويحدث في بعض الحالات أن ينظر المذيع إلى جهاز المراقبة فيرى أن صورته هي التي تظهر على الشاشة، وأن الفيلم لم يعرض بعد. وهنا لا بد أن يظل متوجها بالنظر إلى جهاز المراقبة وألا يعود إلى النظر إلى آلة التصوير إلا إذا أشير إليه بذلك. والمهم أن يظل هادئا تماما حتى يظهر الفيلم أو الشريط على الشاشة مهما بدا الوقت طويلا، لأن الانتظار لمدة ثانية أو ثانيتين يبدو في هذه الحالة وقتا طويلا جدا، ومع ذلك فإن المذيع لا يكون بوسعه أن يفعل شيئا سوى الانتظار وافتراض أن الفيلم في طريقه إلى الظهور، إلا إذا أخطر بغير ذلك. فلا يقوم من تلقاء نفسه بالعودة إلى النظر إلى عدسة الكاميرا و قد يظهر عليه نوع من الارتباك، أو أن مشكلا ما قد وقع، إلا إذا أخطره المخرج أو أحد مساعديه. و إذا رأى أن الشريط لم يظهر و أن فقط صورته التي تظهر في الشاشة و لم يخبره أحد، فيتدخل و ينظر إلى عدسة الكاميرا ليخاطب جمهوره عن الخلل و يشير إلى العودة إلى الموضوع لاحقا و يكمل التقديم حسب خارطة طريق البرنامج المعدة سالفا.

أما إذا فقد المذيع صبره، أو فقد السيطرة على أعصابه، فسوف يأتي بحركات متسرعة متشنجة متنقلا ببصره بين الكاميرا وجهاز المراقبة، ومن ثمة يبدو على الشاشة في حالة ذعر واضحة للمشاهدين تشعرهم بأن ثمة خطأ قد وقع.

وعند انتهاء عرض الفيلم أو الشريط، فمن الأفضل أن يظهر المندوب وهو ينظر إلى جهاز المراقبة، ثم يلتفت بعد ذلك إلى الكاميرا ليستأنف الحديث بشكل طبيعي.. أما عند ختام العرض أو انتهاء البرنامج، فلا بد للمذيع أن يظل متوجها بالنظر إلى الكاميرا، محافظا على استمرار الاتصال بالعين أثناء إلقائه للفقرة الأخيرة أو فقرات الختام. فإذا انتهى تماما من حديثه عليه أن ينظر إلى النص فورا، و يبدأ في ترتيب أوراقه و إذا كان معه ضيفا فينظر إليه محدثه ودون انتظار لأن تنطفئ الأضواء التنبيهية للكاميرا "والتي

تشير إلى أن الكاميرا قد توقفت عن العمل" أما أن يظل المذيع صامتا يحدق في آلة التصوير، فهذا يبدو مزعجا ومحرجا خاصة وأن المخرج في بعض الأحيان يتأخر في الانتقال إلى اللقطة التي تظهر فيها شريحة الختام..

وقد اعتاد بعض المذيعين عند الانتهاء من قراءة النص أو الحديث أن ينظر إلى الكاميرا متظاهرا بالابتسام، في انتظار اختفاء صورته من الشاشة،وهنا تبدو الابتسامة مفتعلة وكأنها "مجمدة" أو "معلقة" على شفتيه... والأفضل من هذه الابتسامة "المصنوعة" أو "البلاهة" المتعمدة، أن يواصل المذيع حركات قصيرة طبيعية خلال لحظات الانتظار، كأن ينهمك في جمع أوراقه والتأهب للمغادرة أو النظر إلى النص كما سبق القول.

10 – العمل مع جهاز التلقين

تستخدم مختلف محطات التليفزيون أجهزة التلقين Prompting Devices لتمكن المذيعين من الإبقاء على اتصال العين بالكاميرا التي تلتقط الصورة في تلك اللحظة taking camera.. وتعمل بعض هذه الأجهزة بطريقة الكترونية كاملة، ويجمع بعضها الآخر بين الطريقة الالكترونية والميكانيكية، وهذا النوع الأخير عبارة عن آلة بها لفة كبيرة من الورق يبلغ عرضها حوالي 50 سم تقريبا، ويكتب النص على هذا الورق بآلة كاتبة خاصة كبيرة الحروف يمكن قراءتها من مسافة طويلة، ومع ذلك فإنه يمكن تكبيرها بواسطة وضع لوح من البلاستيك أمام الجهاز، ثم يقوم عامل التشغيل بعرض النص بواسطة جهاز التحكم عن بعد وبنفس السرعة التي يقرأ بها المذيع.. وكلما كان جهاز التلقين قريبا من الكاميرا، كلما بدا المذيع وكأنه ينظر إلى آلة التصوير وأنه يرتجل الكلام.. بينما هو في حقيقة الأمر يقرأ النص الذي يعرضه الجهاز.

أما النوع الأخر من أجهزة التلقين، فإنه يعرض النص على لوح زجاجي مبسوط في وضع مائل أمام العدسة مباشرة، وعلى هذا النحو يتمكن المذيع من قراءة النص، بينما تنظر آلة التصوير من خلال اللوح الزجاجي إلى المذيع وحده.

وتستخدم أجهزة التلقين في العديد من البرامج في التليفزيون وخاصة نشرات الأخبار، وبرامج المنوعات والحديث والمقابلة، وفي العديد من البرامج الأخرى التي يغلب عليها طابع الارتجال. والمهم أنها تستخدم فقط في النصوص القصيرة التي يجب تقديمها حرفيا، أو في بعض التنويهات (التعريف) ببرامج قادمة سيأتي عرضها أو عند تقديم أجزاء منها لتعريف المشاهد بها وتشويقه لمتابعتها.

وعند تقديم الإشعارات أو التنويهات الصغيرة، فإنه يستخدم المذيع نصا يمسكه بيده أو يضعه أمامه على الطاولة.. ومن ثم فإن تقديم مثل هذه الفقرات يتم تسجيله على أشرطة تعاد إذاعتها عندما يكون جهاز التلقين معطلا.. أما في الإذاعات الحية وخاصة النشرات الإخبارية News Casts فلا بد من أن يكون مع المذيع النص الكامل لكي يرجع إليه عند الضرورة إذا ما توقف جهاز التلقين عن العمل أو ما يستوجب ضرورة الرجوع إلى النص.. وكذلك ينبغي على المذيع أن يكون مؤهلا ومستعدا لاستلام إضافات أو تعديلات على القصص الإخبارية التي يقرأها، بل ووصول قصص إخبارية جديدة أثناء عمله على الهواء.

وأهم ما يربك المذيع ويزعجه في مثل هذه الحالات هو أن تأتي هذه الإضافات متضمنة أسماء أشخاص أو أماكن لم يكن قد سمع بها من قبل، ومن ثم لا يعرف كيف ينطقها نطقا صحيحا. وعادة ما تحتاط غرفة الأخبار لمواجهة ذلك فترسل إلى كل من المذيع وعامل جهاز التلقين نسخة خاصة توضح كيفية نطق الأسماء نطقا صحيحا.

11 – عرض الأشياء أمام الكاميرا

هناك العديد من الأشياء التي قد يضطر المذيع إلى الإشارة إليها أو عرضها أو مسكها أمام الكاميرا. ومن هذه الأشياء الكتب "ألبومات" الصور والخرائط، وبعض النماذج للمنتجات الغذائية والأغراض التي تعرض بهدف الإعلان التجاري..

وعند الإمساك بالكتب أو الخرائط أو اللوحات أو المنتجات.. الخ، وعرضها أمام الكاميرا، فلا بد أن تكون اليد ثابتة تماما، لأن المخرج في هذه الحالة إنما يستخدم اللقطات الكبيرة جدا Big Close Up للشيء المعروض أمام الكاميرا. ومن ثم فإن أي اهتزاز مهما كان بسيطا يمكن أن يحرك هذا الشيء المعروض خارج مجال الكاميرا Out Of Focus أو بعيدا عنها.

وعند الإشارة إلى أحد الأغراض أو جزء منه، فإن على المذيع أو مقدم البرنامج أن يحرك يده ببطء ويوجه إصبع السبابة الممدود إلى النقطة المطلوبة والتي تكون تحت مستوى ضوئي أعلى في معظم الأحيان، ثم عليه أن يحافظ جيدا على ثبات يده قدر ما يستطيع، وألا يأتي بحركات سريعة هنا وهناك لأن الكاميرا لا يمكنها متابعة هذه الحركات. وفي كل الحالات فإن بإمكانه أن يفيد من وجود جهاز مراقبة الصورة الموجودة في الأستوديوMonitor ليتأكد من أن وضعه وحركة يده في المكان الصحيح على الشاشة.

وعند إمساك أي غرض ذي سطح لامع"عاكس للضوء" يكون على المذيع أن يعتمد على المونيتور" Monitor" ليتأكد من أنه يعرض الجسم اللامع من الزاوية الصحيحة أمام الكاميرا وذلك لأن أضواء الأستوديو تنعكس عن أي سطح من هذا النوع وبالتالي فإنها تذيب الكتابة والخطوط التي قد تكون عليها أو أية نقوش أو تفاصيل أخرى. وكذلك فإنه عند وصف أحد الأغراض أو البضائع التجارية لا ينبغي أن يتصور المذيع أنه مجبر على الاستمرار في الكلام عن وصف الغرض دون توقف، فذلك أمر صعب وخاصة أن البعض قد يجد صعوبة في التحدث بطلاقة عندما يستخدم يديه ليعرض كيفية استخدام شيء أو كيفية عمله. ومن الأفضل بالنسبة للتلفزيون كوسيلة مرئية أن تترك بعض الأشياء لكي ترى وحدها. وبالرغم من ذلك هناك حالات يكون فيها التعليق الصوتي عاملا معاونا بل وضروريا. ولهذا يجب على المذيع أن يتدرب وأن يتقن عرض الشيء والحديث عنه في آن واحد. ولكن عليه أيضا أن يعي جيدا أن الثرثرة المتواصلة تعد نوعا من الاتصال الرديء خاصة إذا كانت تحفل بالإعادة والتكرار.

12–الإمساك بالنص Holding Script

يعتبر مذيعو الأخبار هم أكثر المذيعين اعتمادا على النص في عملهم، وبالرغم من أنهم يستخدمون عادة جهاز التلقين، أو جهاز القراءة المرئيةprompting device داخل الأستوديو إلا أن ذلك لا يغني عن وجود النص ولو على سبيل الاحتياط

للمفاجآت الممكن حدوثها(مثل تعطل جهاز القراءة أو اختلاف سرعة الجهاز بالنسبة لقراءة المذيع). وفي بعض المحطات لا يتوفر مثل هذا الجهاز، وبالتالي يكون على المذيع أن يعتمد اعتمادا تاما على القراءة من نص بين يديه.

وعلى المذيع الذي يستخدم النص أثناء الأداء أمام الكاميرا أن يمسكه بيديه وأن يضعه فوق مستوى طاولة القراءة وفي وضع مائل تجاهه وفي زاوية تمكنه من القراءة المريحة. أما بالنسبة لوضع النص فوق مستوى طاولة القراءة، فهناك ثلاثة أسباب تحتم ذلك، وهي:

أولا: لكي يخفض المذيع بصره للنظر إلى النص ثم يرفعه للنظر إلى الكاميرا. وهذا يساعد على تقليل درجة تحرك الوجه أو النظر إلى أعلى وإلى أسفل(ارتفاعا وانخفاضا).

ثانيا: عند الانتقال بالنظر(التوجه) من كاميرا إلى كاميرا، يكون من السهل تحريك النص ليظل أمام المذيع وفي الوضع المناسب للقراءة، كما أنه بهذه الطريقة يتفادى حركة الرأس للالتفات ناحية الكاميرا المطلوب أن يتوجه للنظر إليها.

ثالثا: عندما يكون النص في وضع مسطح فوق طاولة القراءة فإن المذيع سيضطر لأن يحني رأسه إلى أسفل بطريقة تؤدي إلى احتباس الهواء "كتم الهواء"، ويؤثر ذلك على صوت المذيع وطريقة نطقه.

13- تلقي التعليمات أمام الكاميرا

عندما يكون المذيع جالسا في مواجهة الكاميرا، فإن حدود الرؤية على يمينه ويساره تمتد داخل قوس في زاوية مقدارها حوالي 150 درجة، وهذا هو المدى الخارجي للرؤية خارج نطاق التقاط الكاميرا بالنسبة له، ومن ثم عليه أن يكون قادرا على التقاط التعليمات التي توجه إليه في شكل إشارات باليد في حدود هذه المنطقة. وفي مجال التنفيذ العملي فإن مدى الرؤية الذي يحتاجه المذيع على يمين الكاميرا ويسارها وخلفها يقع في نطاق قوس زاويته 45 درجة فقط، لأن مدير الأستوديو "مساعد المخرج" عادة ما يوجه إليه الإشارات من أقرب مكان للكاميرا التي ينبغي للمذيع أن يخاطبها "يوجه نظره نحوها"، وهنا يكون على المذيع عندما يتلقى الإشارة ألا يتحول برأسه أو حتى بعينيه إلى الشخص المرسل للإشارات، وذلك لأن أية حركة بسيطة للعين لكي تلتقط الإشعار تظهر واضحة على الشاشة وخاصة في اللقطات الكبيرة Close Up .

وهناك رغبة طبيعية لدى موجه الإشارة في معرفة ما إذا كان الشخص "المذيع" قد لمح إشارة اليد وفهم المقصود منها أم لا، ولكن ذلك لا يعني أن يقوم المذيع هو الأخر بالتلويح بما يفيد بأنه قد استقبل الإشارة وفهمها، بل يكفي أن يمضي إلى ما هو مطلوب منه، وفي بعض المحطات، وفي بعض الأحيان وخاصة عند إنتاج بعض البرامج الصعبة أو "المعقدة" قد يطلب إلى المذيع معرفة الإشارات اليدوية التي سيجري استخدامها أو المتفق على العمل بها في المحطة أو أثناء برنامج معين. وقد تكون هذه الإشارات مجرد حركة باليد أو الأصابع، وفي محطات أخرى قد تكون إيماءات أكبر من مجرد حركة الأصابع أو اليد.. وعلى المذيع أن يتدرب على ذلك وفقا لما يشير به المخرج أو المنتج في المحطة التي يعمل بها، أو في العرض الذي يقدمه.

14 – الاحتياطات للمفاجآت

كثيرة هي المفاجآت التي تحدث في البرامج خاصة التي تبث على مباشرة. وهذه المفاجآت التي يتوقع أن تواجه المذيع أثناء أدائه أمام كاميرا التليفزيون قد تكون أشد إرباكا له، لأنه يشعر بأن كافة المشاهدين يتابعون ورطته، ويشاهدونه في المأزق الذي وقع فيه، ومجرد الشعور بهذا الإحساس كفيل بأن يضاعف من ارتباكه ويضاعف أيضا من حدة المشكلة، ومع ذلك فإن عليه أن يتوقع مثل هذه المفاجآت ويعد نفسه لمواجهتها بحيث يظل محافظا على هدوئه المطلوب أمام الكاميرا ودون أن يشعر المشاهد أن ثمة شيء غير عادي قد وقع، بصرف النظر عما إذا كان هو المسئول عن المأزق الذي هو فيه، أم أن الآخرين هم السبب، فقد يحدث أن ينتهي البرنامج وتظل صورة المذيع "معلقة" على الشاشة دون مبرر، وقد ينتهي مذيع من قراءة خبر ويكون على زميله أن يبدأ الخبر الآخر ومع ذلك يظل هذا الزميل صامتا !! وكذلك قد تتعطل أجهزة العرض الداخلية التي تساعد المذيع على القراءة والتي تعرض النص أمامه بعيدا عن "عيون" الكاميرات، و"أجهزة التلقين"، وفي كل هذه الحالات يجد المذيع نفسه في مأزق، ومن ثم يكون عليه أن يكون مستعدا لمواجهته.

مراجع المحاضرة الثامنة :

1- كرم شلبي، **المذيع و فن تقديم البرامج في الراديو و التلفزيون**، دار و مكتبة الهلال، بيروت، 2008.

2- كرم شلبي، **الخبر الإذاعي، فنونه وخصائصه في الراديو والتليفزيون** ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية،2004.

3- مرزوق يوسف، **فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004.

4- بركات عبد العزيز، **اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية**، دار الكتاب الحديث، القاهرة،2000

5- Thiery Tousse Le gout de la television.et caliers du cinéma Paris.2007 p.41.

6- Gerald, Millerson, The tachnique of television production, focal press, London, 1973.

المحاضرة التاسعة : المذيع في البرامج

أولا: مذيع برامج الأخبار في الراديو

تعتمد كثير من محطات الراديو على مذيعين محترفين متفرغين لهذا العمل، وإن كانت تستعين في بعض الأحيان بأشخاص من المتخصصين في موضوعات معينة للإفادة من خبراتهم والتعليقات والتحاليل الإخبارية أو تحليل أخبار الطقس والمناخ والحالة الجوية والأخبار الرياضية وما إلى ذلك.

ومن ناحية أخرى فإن عمل المذيع ومقدم البرامج في بعض المحطات قد يقتصر على مجرد قراءة النص فقط، وقد يتجاوز ذلك إلى العمل كمندوب يعد التقارير من مواقع الأحداث ويحرر النشرة ويعد التعليقات والتحقيقات ... الخ.

في بعض المحطات الإذاعية المسموعة يقوم المذيعون بإعداد النشرات الإخبارية التي سيقرءونها أو يقرءون الجانب الأكبر منها على الأقل. ويحقق هذا الإجراء العديد من المزايا منها:

1- إذا كان الموضوع واردا من مصدر أجنبي (إحدى الوكالات الأجنبية) فإن إعادة كتابته ضرورية لتنقيته من الأخطاء المطبعية من جهة ومن وجهات النظر المضادة إن وجدت.
2- إن قيام المذيع بتحرير النشرة يتيح له الإلمام بموضوعاتها وما بها من قصص إخبارية ومن ثمة يكون قادرا على نقلها بطريقة مقنعة ما دام قد تمكن من استيعابها.
3- إن المذيع عندا يحرر الخبر فإنه سيكتبه بالطريقة التي تتناسب مع إلقائه وأدائه، وهنا يصبح المذيع مندوبا ناقلا للخبر وليس مجرد قارئ للكلمات.

وبما أن المذيع سيواجه مهمة العمل في مجال الأخبار، ينبغي أن يعد نفسه للتعامل مع العديد من الخدمات الإخبارية المتنوعة، مثل:

1- وكالة أو وكالات الأنباء المحلية.
2- وكالات الأنباء العالمية أو الدولية وأشهرها وكالات "رويترز البريطانية – يونيتد برس انترنشيونال الأمريكية – آسوشيتد برس الأمريكية – الأنباء الفرنسية – تاس السوفياتية".
3- تقارير صوتية من المندوبين والمراسلين من مواقع العمل.
4- التقارير الإخبارية أو المقابلات التي ترسل عبر التليفون Phone Beeper إلى المحطة لتذاع حية أو مسجلة.
5- الإذاعات والشبكات والصحف المحلية و الأجنبية.

ويختلف عمل المندوب الإذاعي عن عمل المندوب الصحفي في الواقع اختلافا رئيسيا في جانب واحد فقط هو جانب استخدام الأجهزة والمعدات الفنية حيث يكون على المندوب الإذاعي أن ينقل إلى محطته "صورة صوتية" من موقع الحدث سواء بعث بها حية أو مسجلة، حيث يقوم بجمع المعلومات وترتيبها ثم يقوم بسردها، وقد يحتاج إلى إجراء المقابلات أو الحصول على تصريحات

وبيانات من أطراف القصة أو الحدث، ثم ينقلها إلى المحطة على مسجلة أشرطة أو عن طريق التليفون اللاسلكي أو أجهزة النقل الالكترونية الأخرى ... وفي كل الحالات يكون على المذيع الرئيسي "المناوب" أن يعد المقدمة التي يدخل بها إلى تقرير المراسل، أي التي يقدم بها القصة الإخبارية Lead On وكذا الخاتمة التي يلخص بها أو يشير بها إلى التقرير والجهة المرسل منها والمراسل ثم يمهد للدخول إلى التقرير التالي أو الفقرة التالية، وهذه المقدمة الأخيرة هي التي يطلق عليها Lead Out. وما دام المذيع قد اختيار العمل في مجال الصحافة الإذاعية، فمن الضروري أن يكون قادرا على الكتابة بسرعة ... وفيما يلي بعض التوجيهات التي تساعده على ذلك:

1- اكتب للأذن وليس للعين ، لأن جمهورك لن يرى النص ولن يقرأه –كما هو الحال في الصحيفة – ولكن سيسمعه.
2- يجب أن تكون الجملة قصيرة قدر الإمكان إذ أن الجملة الطويلة تجهد المذيع وتجهد الملتقى وتتطلب من المستمع قدرا كبيرا من التركيز حتى يواصل متابعته وفهمه لمضمون الخبر.
3- اختيار الكلمات البسيطة لهذه الجملة القصيرة والابتعاد نهائيا عن التعقيدات اللغوية والتركيبات الصعبة.
4- استخدام الكلمات المحددة المعنى واستبعاد الكلمات التي تحتمل أي لبس أو تحمل أكثر من معنى واحد. فذلك يضطر المستمع أن يتوقف ويفك في أي معنى تقصده الكلمة، بينما المذيع مستمر لا ينتظر المستمع أو المشاهد حتى ينتهي من تفكيره واستنتاجاته.
5- ابتعد عن الجمل الاعتراضية، حتى لا يتشكك المستمع ويخلط بين المعنى الأصلي والمعنى الفرعي الذي يكون قد ورد في الجملة الاعتراضية.
6- في حالة نقل الحديث عن شخص يفضل أن ينقله بشكل غير مباشر وخاصة عندما تكون هذه الشخصية من غير الشخصيات المحلية، أما إذا كانت من الشخصيات المحلية المسئولة (مصادر السلطة الداخلية) فيجب أن ينقل بطريقة مباشرة، وعلينا أن نشير دائما إلى هذه الشخصية أثناء إذاعة الخبر فنقول (وأضاف الوزير ... أو واصل الوزير حديثه ...الخ) حتى ننبه المتلقي دائما إلى مصدر الكلام إلى جانب أن ذلك ضروري للمستمع الذي يفتح الراديو والتلفزيون أثناء إذاعة الخبر. وإذا طالت مدة الخبر لا بد إلى الإشارة إلى مصدر الكلام أو نوع الحديث أثناء سرد الخبر مرة أو أكثر.
7- عند ورود أسماء أو كلمات أجنبية يستحسن اختصارها إلى أقصى حد ممكن ويفضل ذكر الوظائف التي يشغلها الأشخاص بدلا من ذكر أسمائهم فنقول: (صرح وزير خارجية السنغال مثلا... أو عاد وزير التعليم النيجيري إلى بلاده اليوم ...) إلا إذا كان الشخص من الأسماء اللامعة المعروفة على مستوى عام، فيحسن ذكرها مختصرة، وبالنسبة لأسماء المدن الأجنبية التي قد يرد ذكرها في الأخبار يمكن تنسبها إلى أقرب الأماكن المشهورة أو التي تتردد دائما فنقول: (على مسافة كذا كيلومتر من ... أو في المنطقة الواقعة بين مدينتي كذا وكذا ...الخ) ، ومن الضروري أن تكتب الأسماء الأجنبية سواء كانت أسما أشخاص أو مدن بالحروف العربية واللاتينية في النشرة حتى تهيأ للمذيع فرصة نطقها صحيحة.

8- عند ورود أرقام أو أعداد بالنشرة فالمؤكد أن المستمع أو المشاهد لن يستوعبها كاملة ولا تبقى في ذهنه عادة غير الرقم التقريبي، لذلك يفضل إلغاء تفصيلات الرقم وأن يذكر بالتقريب أو النسبة المؤوية، فنقول (بلغت خسائر هذا الحريق حوالي خمسة ملايين من بدلا من أن نقول 4.900.180.

9- من المهم أن يتضمن الخبر إجابة على الأسئلة الخمسة المعروفة (من – ماذا- أين- متى- كيف) أو أهم هذه العناصر على الأقل وعلى المحرر أن يبدأ بأهم عنصر من هذه العناصر في مقدمة الخبر.

10- ينبغي الابتعاد كلية عن استهلال الخبر بعبارات عامة أو بعيدة عن موضوع الخبر.

11- ينبغي أن تخلو مقدمة الخبر من أي تفاصيل وأن تنصب على الفكرة الأساسية فقط.

12- يفضل استخدام صيغة المضارع بدلا من صيغة الماضي كلما كان ذلك ممكنا.

13- يفضل أن تخلو الصياغة من الجمل الاعتراضية أو التفسيرية من كل زيادة أو إضافة على الوقائع الأساسية.

14- ينبغي أن نتحاشى تتابع الجمل المتساوية الطول في متن الخبر. والامتناع عن استخدام الأقواس الدالة على الحديث المباشر.

15- يراعى الابتعاد عن استخدام العبارات والكلمات الأجنبية والمصطلحات الفنية والصيغ العلمية والمهنية.

16- لا يجوز استخدام الصور الأدبية أو تراكيب الاستعارة والتشبيهات وما إلى ذلك من صياغة الأخبار الإذاعية.

17- لا بد من تجنب الإشارة إلى الأسماء الأجنبية غير المشهورة أو التي يصعب نطقها، ويكتفي بالإشارة إلى صفتها.

18- يفضل استخدام الفعل المبني للمعلوم، وتجنيب استعمال الفعل المبني للمجهول إلا في حالة الضرورة القصوى.

ولكي يكون المذيع مؤهلا لكل الحالات، فإن عليه أن يتدرب على قراءة الأخبار بأربع طرائق على الأقل:

1- تدرب على قراءة الأخبار ببطء وبطريقة عارضة، كما لو كانت تذاع من خلال محطة منخفضة الصوت.

2- اقرأ الأخبار بطبقة الصوت التي تشعر معها أنها أفضل ما يمكن أن يعطيه صوتك.

3- تدرب على معدل قراءة تصل سرعته إلى 140 كلمة في الدقيقة. وهو معدل يحتمل أن تضطر إلى استخدامه في بعض الحالات.

4- تدرب على القراءة بأسرع معدل يمكنك الوصول إليه. وإذا تعثرت أثناء القراءة فمعنى ذلك أنك تقرأ سريعا جدا. وهنا يجب أن تجتهد في السيطرة على تنفسك، واضغط صوتك ليكون حاد النغمة، وإلا فلن تكون واضحا ولن تكون مفهوما للمستمعين.

وينبغي على المذيع أن يحتاط من الأخطاء التي قد تنتج عن سوء القراءة أو التعثر في نطق الكلمات أو التي تنتج من التركيب الخاطئ لصفحات النص حيث توضع إحدى الصفحات في غير مكانها ... وهناك خلاف حول كيفية معالجة الخطأ، فيرى البعض أن يشار إلى الخطأ أو يتم التنبيه إليه بالاعتذار ثم يمضي المذيع إلى تصحيحه على النحو التالي:

"في ساعة مبكرة من صباح أمس / عفوا/ من صباح اليوم ...الخ".

ويرى البعض الآخر أن يتم تصحيح الخطأ دون التنبيه المباشر إلى وقوعه مثل:

" أنكرت وزارة الخارجية /أو/ استنكرت وزارة الخارجية ...".

ثانيا: مذيع برامج الأخبار في التليفزيون

للمذيع برامج الأخبار في التلفزيون أهمية كبيرة، لما للبرامج الإخبارية من أهمية لجلب المشاهدين، من هذا المنطلق يرى البعض أن نشرة الأخبار في التليفزيون ليست إلا برنامجا "استعراضيا" بنفس المفهوم الذي تشير إليه كلمة "استعراض" ومن ثم ينبغي أن يتوفر لها كل عناصر البرامج الاستعراضية لجذب انتباه واهتمام المشاهد، ومن بين هذه العناصر "النجم" أو الشخصية الرئيسية التي يعتمد عليها الاستعراض، وهو قارئ النشرة أو المذيع في هذه الحالة. و منه ظهر مفهوم " " "الستار سيستام" الذي يعتمد على المذيع كنجم له جمهوره و بينهما ألفة مميزة. و في الوقت الراهن ركزت بشكل كبير المحطات التلفزيونية على هذا المفهوم.

وبالرغم من أن هذا الاتجاه "الأمريكي الأصل" الذي يرمي إلى تحويل مذيعي النشرات إلى "نجوم" يلقى معارضة من البعض، باعتبار أنه يغلب الناحية الشخصية على أهمية الأخبار ذاتها، إلا أن أنصار الفكرة يقولون بأن ذلك واقع لا يمكن تغييره لأن وجود شخصية المذيع في برامج الأخبار التليفزيونية يضفي على هذه البرامج تأثيرا خاصا، وليست كأخبار الصحف لا يعرف اسم أو صورة كاتبها، بل تغطى وتقدم بواسطة رجال ونساء لهم أصوات ووجوه تسمع وتشاهد على الهواء، فترى تعبيرات الوجه وتحس أبعاد الشخصية ويتعمق الشعور بوجودها وحضورها بقدر ما تكون مؤثرة ومقنعة وإلى جانب ذلك فإن مقدم نشرة الأخبار ترتبط شخصيته في أذهان المشاهدين بالمعلومات التي يتوقون إليها والتي يقدمها لهم بصفة منتظمة، ومن ثمة يصبح هو الصديق الموثوق به والعلم بأشياء كثيرة لم يكن المشاهد يعلمها من قبل وتتطور العلاقة بين المذيع في برامج الأخبار التليفزيونية وبين المشاهد إلى أن يصبح الجمهور في حالات كثيرة في انتظار نشرة الأخبار، نظرا لأن الذي يقدمها هو نجمهم المفضل كما هو الحال في العديد من النماذج الغربية التي صنعت نجوما من المذيعين أمثال والتر كرونكيت وباربارا ولترز وديفيد برينكلي و أوبرا، و باتريك بوفر دارفور، و كلار شازال...لمتابعة النشرات والعروض الإخبارية. أما عيوبه فتتجسد في أن المذيع عندما يشعر بأنه أصبح نجما وأنه إذا انتقل إلى محطة أخرى فإن جمهوره سوف ينتقل معه لمشاهدة برامجه في هذه المحطة الأخرى. يبدأ في المساومة ويبالغ في مطالبة ليس فقط فيما يتعلق بالأجر. ولكن أيضا فيما يتعلق بأسلوب ومحتوى العروض التي يظهر فيها.

المذيع الرئيسي

ولا شك أن مسؤولية المذيع الرئيسي على هذا النحو، تقضي بأن يشاهد الأفلام والمواد المصورة للقصص الإخبارية قبل عرضها لكي يلم بالقصة من جميع جوانبها ويقف على تفاصيلها وتطور الأحداث فيها، إلا أنه لا يجد وقتا لمثل هذا في معظم الأحيان رغم أهميته. ومع ذلك فإن المذيع يظهر في البرنامج وكأنه قد ألّم بكل تفاصيل القصة وجمع في يده كل عناصرها. وهذا ما تعكسه كلماته وتعليقه وحواره مع المندوب.

وفي حقيقة الأمر فإن نجاح العرض الإخباري في التليفزيون يتوقف إلى حد كبير على كفاءة هذا المذيع وحضوره الدائم وقدرته على الربط بين القصص الإخبارية في خط درامي متصاعد، وفي تسلسل منطقي منظم كما لو كانت هذه القصص وليدة تفكيره أو من بنات أفكاره.

ومع أن طبيعة عمل المذيع الرئيسي تختلف من محطة إلى أخرى إلا أنه عادة يضطلع بالمهام التالية في المحطات المتوسطة والكبرى

1- كتابة أجزاء كبيرة من النص الذي يقرأه، ويشتمل ذلك على الفقرات التي يقدم بها التقارير ويعلق بها على القصص الإخبارية، ويربط بها بين الفقرات.
2- تغطية بعض الأخبار من الواقع.
3- إعداد التحقيقات التلفزيونية أو التقارير الخاصة في بعض الأحيان.
4- الاشتراك مع مذيعين آخرين في البرنامج مثل مذيع الأحوال الجوية أو الرياضية.
5- إعداد وتقديم العروض الإخبارية.
6- التعاون مع المشرفين على الأخبار لاستيفاء جوانب النشرة.

وعلى هذا النحو يكون على المذيع الرئيسي أن يقوم بدور أساسي عند الإعداد للنشرة أو العرض الإخباري. وكثيرا ما يعهد إليه بالتخطيط لتغطية القصص الإخبارية وتنفيذها من المندوبين قبل و بعد خروجهم إلى مواقع الأحداث.

ثالثا – مذيع برامج الحوار

إن مذيع الحوار هو الشخص الذي يتولى إدارة الحوار مع الضيف، وسواء أكان المذيع هو من قام بإعداد موضوع الحوار أم كان منفذا له، هناك مجموعة سمات ينبغي توافرها فيه منها:

أ – الثقة بالنفس

فهي عامل رئيسي من عوامل نجاحه في الحوار، فالشخص الذي يبدوا أمام ضيوف البرامج مهتزا أو غير واثق بنفسه يؤثر سلبا على جو الحوار وبالتالي على متابعة الجمهور له ولبرنامجه

ب – المظهر الملائم

وتبدو أهمية ذلك في مذيع التلفزيون وذلك لا يعني عدم أهميتها بالنسبة للراديو، فالمذيع هو الشخص الذي يمثل وسيلة الاتصال التي يعمل بها كما أن مظهر الشخص يؤثر على ضيوفه وجمهوره "ولا شك أن المظهر الشخصي للمذيع أو المذيعة يعد أمرا له أهمية على شاشة التلفزيون والمقصود بالمظهر الشخصي أنه الشكل أو الصورة التي يبدو فيها أمام المشاهدين وترتبط هذه الصورة بما يرتده من ملابس ومدى وضوح ملامحه واتساق شكله (مظهره) بشكل عام. إن مظهر المذيع يؤدي وظيفة مهمة في رفع درجة الثقة والاقتناع به لدى المشاهد، فالمظهر الذي يمثل قدرا من الألفة للمشاهد ينبع من إحساسه بأنه أمام شخصية عادية ومتوازنة

ولا يتوافر ذلك إلا من خلال التزام المذيع بالبساطة والابتعاد عن كل ما هو شاذ وغريب في الملابس والماكياج وما يتعارض مع خواص الكاميرا أو يؤدي إلى عيوب وتشوهات في صورته.

ج – الدراية التامة بالأحداث

وتعني أن يكون المذيع ملما بالأحداث المعاصرة من قضايا ومشكلات اقتصادية وسياسية وثقافية في سياق مجتمعه أو المجتمعات الأخرى. وهو بمعنى آخر (إنسان ذو ثقافة) والمعرفة هي جزء من الثقافة، فمعرفة المذيع بما يدور حوله وقدرته على التقاط المعلومات وتفهمه لما يعيشه من أحداث ينعكس على إدارته للحوار.

د – المعرفة بموضوع الحوار

ففي ضوء هذه المعرفة يتمكن المذيع من إدارة الحوار وتوجيه الأسئلة إلى الضيف والتفاعل معه، ولا يبدوا أمام الضيف والجمهور بمظهر الجاهل الذي يفقد مصداقيته، ومن خلال المعرفة بالموضوع يتمكن المذيع من تحديد نقاط تركيز الحوار بما يخدم أهداف البرنامج ...كما يتمكن من أن يضفي نوعا من الإثارة والتشويق بما يتيح الفرصة أمامه للبروز والتألق بحيث لا تبدو شخصيته منطفئة. ويلاحظ أن بعض مقدمي برامج الحوار كثيرا ما يقعون في ثلاثة أخطاء بما يفضي بهم إلى نتائج سلبية في البرنامج الحواري.

1- **الخطأ الأول:**

أنه في بعض الأحيان يكون مذيع الحوار لديه المعرفة العقيمة بالموضوع ويعمل على إظهار ذلك ليبين أنه أكثر علما من الضيف بهذا الموضوع، وينسى فلسفة الحوار ويتمادى في التعليقات المطولة ويوجه الأسئلة ويجيب على جزء منها غافلا أنه استضاف المتحدث وأن الجمهور يريد أن يسمع هذا المتحدث في المقام الأول، لا أن يسمع المذيع.

و هنا يريد أن يبرز نفسه للمشاهد أنه متمكن من إدارة الحوار وأنه أكثر قدرة من الضيف في التحكم في الموضوع.

2- **الخطأ الثاني:**

أن يكون المذيع لا يعرف شيئا عن الموضوع فيصبح فيقزم دوره في المحاورة ويكون الضيف هو القائد لمسيرة الحوار، وقد يتحدث في ما لا يهم الجمهور وينعدم التفاعل بما يضيفه من حرارة وجاذبية على الحوار ويكون الحوار جامدا مدموغا بالعشوائية والتخبط. و يصبح الضيف المسيطر على إدارة الحوار و يقول أي شيء و ما يريد، و ليس ما يريده المذيع حسب هدف البرنامج و الرسالة المرجوة.

3- **الخطأ الثالث:**

وهو المعرفة المشوهة العمياء بالموضوع بمعنى أن المذيع لا يجهد نفسه في المعرفة الصحيحة المسبقة بالموضوع وإنما يحاول أن يعرف عنه بعض المعلومات من الضيف قبل أن يجري الحوار. وإنه لأمر مؤسف أن بعض المذيعين يطلب من الضيف أن

يحدد له النقاط التي "يجب" أن يتناولها الحوار. و هو أمر مرتبط كما سبق الذكر بالتحضير الجيد للبرنامج و تحديد الهدف و الرسالة منه.

هـ – مهارة التحدث

ترتبط مهارة التحدث بوضوح الصوت سواء عند المذيع أو المذيعة، وتبدو أهمية ذلك للراديو، إذ يشترط في مذيعي الراديو خلوهم من عيوب النطق، واعتدال أصواتهم، فهناك الكثير من الأصوات التي يألفها المستمع ويحبها وأخرى ينفر منها، كما تبرز أهمية ذلك في التلفزيون، فالأصوات الشاذة ذات النبرة العالية ينفر منها المشاهدين أو المستمعين، والمهم هو أن يتصف صوت المذيع بالوضوح من حيث سلامة مخارج الألفاظ، ونبرة الصوت فلا يكون صوته حادا أكثر من اللازم أو خافتا بحيث يكاد يسمع.

و – التركيز و الإنصات الجيد

إن الإنصات أكثر أهمية من مهارات التحدث، فليست مهمة المذيع أن يظل يتحدث طوال اللقاء، وكثيرا ما يقع المذيع في أخطاء بسبب عدم إنصاته جيدا أو عدم تركيزه فيما يقوله الضيف، فيكرر أسئلة سبق للضيف أن أجاب عليها أو يسأل أسئلة ليس لها علاقة بما كان يتحدث فيه الضيف أو ينتقل بالحوار فجأة إلى موضوع آخر قبل أن يكمل الضيف ما يقوله أو يستمر في مقاطعة الضيف أثناء حديثه أو يغفل نقاط مهمة أثارها الضيف كان يمكن أن يسأل عنها في حينها.

وهكذا فإن التركيز الذهني من شأنه أن يمكن المذيع من التقاط الأفكار الأشد إثراء للموضوع الحواري وأكثر إثارة للجمهور في الوقت نفسه.

ر – صياغة الأسئلة

بعد أن يحدد المعد موضوعه وأهدافه بدقة ويكون على إلمام تام بجوانبه يبدأ في صياغة أسئلته التي ستشكل موضوع الحوار ومادته الرئيسية "ووظيفة الأسئلة في الحوار الإذاعي هي الحصول على المعلومات والآراء وكافة الاستجابات الضرورية لتحقيق الهدف من الحوار تماشيا مع هدف البرنامج وأهداف الإذاعة ومتطلبات الجمهور. وصياغة الأسئلة لا تعني أن البرنامج لن يخرج عن الأسئلة التي أعدت من قبل فكثيرا ما يؤدي الحوار إلى إثارة أسئلة جديدة تظهر في موقف الحوار أثناء تنفيذ البرنامج. فالأسئلة هنا هي تصور مبدئي بالخطوط العريضة والموضوعات الرئيسية التي سيركز عليها الحور. وهناك مجموعة شروط تراعي عند صياغة الأسئلة منها :

1- وضوح السؤال من حيث المعنى: ويتطلب ذلك دقة في اختيار الألفاظ وصياغتها.
2- تجنب الأسئلة التي يجيب عليها الضيف إجابات مختصرة (بنعم أو لا) وأن تكون هذه النوعية في أضيق الحدود وكمدخل لأسئلة أخرى إذ ينبغي أن تكون الأسئلة من النوع الذي يحفز الضيف على الحديث، إلا إذا كان ذلك هو المقصود من البرنامج.

3- تجنب الأسئلة الطويلة التي يستطرد فيها المذيع طويلا فلا يعطي فرصة للضيف للتحدث.

4- تجنب الأسئلة التي تربك الضيف أو تخجله إلا إذا كان ذلك هو المقصود من الحوار من أجل تلافي سلبيات معينة، و كثير من البرامج في المحطات الإذاعية في الراديو أو التلفزيون خاصة القنوات الخاصة تركز على هذا النوع من البرامج التي تحرج الضيف، و هي مقصودة الهدف، و عادة ما يكون الضيف شخصية سياسية أو حكومية لإبراز بعض السلبيات في تصريحاتهم أو قطاعاتهم.

5- تجنب الأسئلة التي توحي بالإجابة، أو تلك التي تقوم على افتراضات مسبقة ومثال ذلك سؤال الضيف عن حدث أذيع في نشرة الأخبار أمس أو عن واقعة لا يعلمها.

6- تجني تكرار الأسئلة إلا عند تهرب الضيف من الإجابة عليها يمكن طرح السؤال بصيغة أخرى خاصة إذا كان السؤال سيضيف جديدا أو يكشف عن جوانب مهمة في الموضوع.

ز – ضيف الحوار

هو الشخص أو الأشخاص الذين يجري معهم الحوار، وهناك عدة اعتبارات تراعى عند اختيار ضيف الحوار منها مثلا مدى خبرته وتخصصه في الموضوع، مدى شهرته بالنسبة للجمهور، علاقته الوثيقة بالموضوع بحكم منصبه أو مسئولياته، مهاراته في التحدث أو التعبير عن رأيه. ففي حوار المعلومات مثلا ينبغي أن يكون لدى الضيف ما يقوله من معلومات وإلا فقد البرنامج هدفه، وفي حوار الرأي لابد أن يكون الضيف ممن لهم آراء ويستطيعون أن يعبروا عنها وهكذا.

وفي برامج المناقشات والندوات تنقسم وجهة النظر حول أسس اختيار المشتركين في المناقشة بين الكتاب والمعدين فبعضهم يفضل أن يختار المشتركين على أساس الخبرة والمعرفة بالموضوع الذي تدار حوله المناقشة بصرف النظر عن شهرتهم وجاذبيتهم لدى المستمعين، فهو يريد أن يصل إلى الحقيقة وحدها.

والبعض يفضل اختيار المشتركين في المناقشة من ذوي الشهرة والجاذبية والأسماء اللامعة بصرف النظر عن مدى خبرتهم في الموضوع الذي يتناقشون فيه وهذا يريد اجتذاب أكبر قطاع من المستمعين لضمان نجاح المناقشة وإثارة الاهتمام بها وبموضوعها. والواقع أن اختيار المشاركين في المناقشة أو الندوة يتوقف على ظروف الموضوع ومضمونه ووقت إذاعته والجمهور المستهدف منه والغاية المنشودة ... ولكن الأصل في الاختيار هو أن لا يكون هذا الاختيار على أساس الخبرة وحدها على حساب مقدرة الإقناع. أو على حساب الصوت أو الصورة، كما أن اختيار المشتركين في المناقشة على أساس الشهرة والجاذبية الخاصة يجب أن لا يكون على حساب وجود علاقة بين الشخصيات وبين الموضوع وإلا انتهت المناقشة إلى نتائج تافهة تسيء إلى المعد والمتحدث نفسه.

رابعا : المقابلة الإذاعية

تحتل برامج الحوار أو المقابلة Interviewing نسبة معتبرة من وقت الإرسال اليومي في كل إذاعة من الإذاعات "بالراديو أو التلفزيون".. وبعض هذه المقابلات يكون قصيرا جدا على غرار المقابلات التي تذاع ضمن الأخبار ولا تتجاوز مدتها في بعض الأحيان عشر ثوان فقط.. بينما هناك مقابلات أخرى قد يخصص لها ساعة أو أكثر. وبطبيعة الحال فإنه يمكن إجراء مقابلات مع شهود العيان أو المسئولين بالنسبة لحادث حريق أو تحطم طائرة أو ما شابه ذلك من أحداث غير أن ذلك يعد جانبا ثانويا من جوانب عمل مندوبي الأخبار.

وتعد المقابلة نوعا من أنواع برامج الحوار الإذاعي، ويطلق اصطلاح "المقابلة" في الراديو والتلفزيون على هذا النوع من البرامج الذي يلتقي فيه مذيع مع شخص ليجري معه حوارا حول موضوع من الموضوعات التي تهم المستمعين أو المشاهدين، فيقوم بتوجيه الأسئلة التي تتصل بهذا الموضوع ويتلقى الإجابة عليها.

1- أنواع المقابلة

يرى البعض إمكانية تقسيم برامج الحوار الإذاعي، وفقا لأهدافها والغرض منها، إلى ثلاثة أقسام أو ثلاثة أنواع رئيسية هي:

أ . حوار المعلومات:

ويستهدف الحصول على بيانات أو معلومات معينة حول أحد الموضوعات أو الأحداث، ومن ثم فإن هذا النوع من أنواع الحوار يقتصر على المتخصصين أو الأشخاص ذوي الصلة بالموضوع أو المناسبة التي يجري الحوار بشأنها.

ب . حوار الرأي:

وهو الحوار الذي يستهدف عرض آراء الأشخاص ومواقفهم إزاء موضوع أو قضية عامة، وقد يكون ذلك بهدف الوقوف على الاتجاه العام أو بهدف تشكيل رأي عام في قضية معينة. وفي كلتا الحالتين فإنه لا توجد مواصفات معينة لضيف هذا النوع من الحوار، فكل من له رأي أو موقف أو وجهة نظر في الموضوع المثار، يصلح لأن يكون ضيفا لهذا النوع من برامج المقابلات.

ج . حوار الشخصية:

يقوم هذا النوع من أنواع الحوار أساسا على الشخصية التي يستضيفها البرنامج ومدى إثارتها لاهتمام وانتباه المشاهدين والمستمعين. وعلى ذلك فإن شخصية الضيف هي الهدف الأول والأخير لهذا النوع من برامج الحوار، وسواء كان من المشاهير أو البارزين في مجالات الفن أو الرياضة أو السياسة، أو كان من ذوي المواهب او القدرات الفذة، أو حتى من الأشخاص العاديين. فالمستمع عادة ما يشتاق إلى معرفة كيف يعمل الآخرون وكيف يفكرون... إن الشرط الوحيد الذي يشترط توفره هو قدرة الشخص على التعبير ورغبته في أن يتحدث للناس من خلال برنامج إذاعي.

2- عناصر المقابلة

على ضوء التعريف السابق للمقابلة، وهو أن المقابلة الإذاعية هي لقاء يتم بين مذيع وأحد الأشخاص ليجري معه حوارا حول موضوع يهم المستمعين أو المشاهدين، حيث يقوم المذيع الذي يجري المقابلة Interviewing بتوجيه أسئلة تتعلق بالموضوع إلى الشخص الذي تجري معه المقابلة ويتلقى الإجابة عليها.

على ضوء هذا التعريف يمكن القول بأن عناصر المقابلة الإذاعية هي:

1- مذيع يجري المقابلة.
2- شخص أو ضيف تجرى معه المقابلة.
3- موضوع المقابلة الذي يدور الحوار حوله.
4- أسئلة يوجهها المذيع إلى الضيف لتكشف عن أبعاد الموضوع وجوانبه المختلفة.
5- المستمع أو المشاهد الذي يتابع الحوار من جانب السائل والمجيب ويعتبر نفسه طرفا في السؤال والجواب معا، والذي يبحث هو الآخر مع المذيع عن المعلومات والأفكار والآراء عند الضيف.

غير أننا عندما نحدد عناصر المقابلة على هذا النحو ونقول بأنها "موضوع ومذيع وأسئلة وضيف وجمهور" فإن أهم ما يعنينا في هذا الصدد هو أن نبين علاقة المذيع نفسه بكل من هذه العناصر. باعتباره الشخص الذي يتعامل معها جميعا ويتأثر بها ويؤثر فيها سلبيا وإيجابيا.. ومن ثم فإن هناك مواصفات وشروطا ينبغي أن تتوفر بدقة لكل عنصر من هذه العناصر. وعلى المذيع أن يعرف ما هو الموضوع الذي يصلح للمقابلة أو المطلوب للمقابلة ومن هو الشخص المناسب لهذا الموضوع (أو العكس بمعنى أن يحدد الموضوع المناسب للشخص بدلا من أن يحدد الشخص المناسب للموضوع.. حسب الحالة)، ثم يعرف ما هي الأسئلة التي تحقق هدف المقابلة ويعرف كيف يوجهها وكيف يعامل ويتعامل مع ضيف البرنامج قبل توجيه هذه الأسئلة وأثناءها.

و لكي نوضح من هو المذيع الذي يقوم بإجراء المقابلة وما هي الخصائص التي ينبغي أن تتوفر له والصفات التي تؤهله لهذا العمل، ثم كيف يختار الموضوع المناسب للمقابلة وكيف يضع الأسئلة ويوجهها وكيف يعامل ويتعامل مع ضيفه نبين الاعتبارات التالية:

أ - الاعتبارات المتعلقة بشخص المذيع

هناك العديد من الخصائص التي ينبغي أن تتوفر في شخص المذيع عند القيام بإجراء المقابلة، ويأتي في مقدمة هذه الخصائص خاصية "الفضول" أو "حب الاستطلاع" Curiosity، وهي الخاصية التي يروق للبعض أن يطلق عليها تعبير العيون اليقظة أو Fresh Eyes، إشارة إلى الحماس والرغبة في معرفة كل ما يمكن معرفته عن الموضوع أو الحدث و البحث عن هذه المعرفة في كل مكان ولدى كل شخص يمكن أن يفيد في ذلك.

وهناك أيضا من يرى أن "الصبر" patience هو الخاصية الرئيسية Principale quality بالنسبة للمذيع الذي يجري المقابلة. إلا أن هناك من يرفض ذلك تماما باعتبار أن المذيع ملتزم بوقت محدد يخصص للمقابلة. ولا يمكنه بأي حال من الأحوال أن يتجاوز الوقت المقرر. ومن ثم فإن ذلك يتعارض مع خاصية الصبر في كثير من الحالات ... وعلى ذلك يجمع آخرون بين خاصية "الصبر" و"الإصرار".

أما الاعتبار الهام الآخر الذي ينبغي مراعاته بالنسبة للمذيع الذي يجري المقابلة فهو الانحياز Bias والذي عندما يجري المذيع مقابلة مع شخص من هؤلاء الذين لديهم ميل طبيعي للموافقة حول موضوع يثير الخلاف أو الجدل أو شدة الأهمية، ويسلم بما يقوله دون أن يسأله معلقا لماذا يوافق على كذا أو يتفق مع كذا. ومثل هذا الأمر لا يعد مشكلة عندما يكون الموضوع عاديا أو معروفا، فعلى المذيع حتى و إن كان موافقا على ما جاء بلسان الضيف أن لا يظهر موافقته بل يذهب بأسئلته للبحث عن الدليل و يخوض في أسئلة أخرى قد تجعل إجابة الضيف تقنع المشاهد. و كثير من المذيعين تشاهدهم يلوخون برؤوسهم ، أو عن طريق الكلام ب نعم، صحيح،...الخ

إن المذيع المحترف حتى إذا كان موافقا على ما جاء على لسان الضيف الذي يحاوره فإن المسئولية تحتم عليه أن يمضي إلى أسئلة أبعد من ذلك، ليستخرج أي أدلة أو حقائق تقود الضيف إلى النتائج المطلوبة. وقد يكشف اختبار الموضوع أو سبر أغواره "جس النبض" عن أنه ينطوي على حقائق مزعجة أو قاسية، أو يكشف عن أن النتيجة لا تستند إلى أدلة أو براهين تدعمها وتؤكدها في هذه الحالة يكون على المذيع أن يوضح للجمهور أنها مجرد آراء لم يقم عليها ما يؤكدها من أدلة وبراهين.

وثمة اعتبار آخر يتعلق بتحديد المعاني تحديدا دقيقا وتجنب التجريد، ففي كل لغة توجد عدة كلمات تحمل نفس المعنى، ويمكن استخدام العديد من المصطلحات للتعبير عن المعنى الواحد، وقد درج بعض الأشخاص من الضيوف على استخدام بعض المصطلحات العامة والغامضة بدلا من المصطلحات الدقيقة المحددة . وهنا يكون على المذيع الذي يجري المقابلة أن يبعد الضيف عن التجريد والعبارات العامة غير المحددة المعنى كلما كان ذلك مناسبا وممكنا.

مراجع المحاضرة التاسعة :

1- بركات عبد العزيز، **اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية**، دار الكتاب الحديث، القاهرة،2000

2- الحلواني ماجي، **مدخل إلى الفن الإذاعي و التلفزيوني و الفضائي**، عالم الكتب، القاهرة، 2002

3- كرم شلبي، **المذيع و فن تقديم البرامج في الراديو و التلفزيون**، دار و مكتبة الهلال، بيروت، 2008.

4- مرزوق يوسف، **فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004.

5 - مرزوق مرزوق، **المدخل لحرفية الفن الإذاعي**، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1986.

6- محمد مهني، **المدخل إلى برامج الراديو و التليفزيون– أشكال البرامج و إنتاجها** - ، ركلام للنشر و التوزيع، القاهرة، 2003.

7- Hélène Risser L'Audimat à Mort, Ed du Seuil, France, mars 2004.

8 - Laurent Fonnet, La Programmation d'une Chaine de Télévision, Ed Dixit, Paris, 2009.

9- Michel Malausséna, Les Animateurs, Ed Jean Claude, Paris, 2008.

المحاضرة العاشرة : تحديد الصفات الأساسية للمذيع

وعموما فإنه يمكن تحديد الصفات والخصائص الأساسية للمذيع في برامج الحوار والمقابلات على النحو التالي:

1 – المرونة

وتعني قدرة المذيع واستعداده لإجراء كافة أنواع المقابلات في شتى الموضوعات مع مختلف الأشخاص في كافة الأحوال والمناسبات والظروف، والقدرة على الانتقال من موضوع إلى آخر في نفس المقابلة تبعا للظروف التي تتطلب ذلك.

2 – القدرة على الإنصات الجيد

وذلك لأن قدرة المذيع على الإنصات للضيف واستيعاب ما يقول هي التي تمكنه من توجيه السؤال المناسب في الوقت المناسب، كما تمكنه من السيطرة على توجيه وإدارة المقابلة.

3 – الفضول وحب الاستطلاع

ويعني البحث والتدقيق في شخصية الضيف وحديثه للكشف عن كل ما يهم المستمع أو المشاهد.

4 – الإصرار والمثابرة

وذلك لأن العثور على الموضوع المناسب والشخص المناسب للمحاورة في موضوع معين تحتاج من المذيع إلى كثير من الاجتهاد والصبر والبحث الدائب لكي يقدم الموضوع المناسب والشخص المنسب للمقابلة.

5– القدرة على ضبط الأعصاب

وذلك لأن مذيع المقابلة عرضة لأن يلتقي بالعديد من الشخصيات من مختلف الاهتمامات والثقافات والاتجاهات والأمزجة، ولا يستبعد أن يكون من بين هؤلاء الضيوف بعض الشخصيات الاستفزازية أو "العدوانية"... ومن ثم ينبغي أن يتجلى المذيع بالقدرة على ضبط الأعصاب وعدم الاستجابة للاستفزاز على النحو الذي يحيل البرنامج إلى معركة شخصية. وعلى المذيع أن يعرف أن المستمع أو المشاهد يتعاطف عادة مع الضيف ويرى فيه نفسه، ومن ثم يشعر بأن أية إهانة موجهة إلى الضيف وكأنها موجهة إليه هو.

5 – أن يكون مضيافا

فالمعروف أن المذيع الذي يجري المقابلة إنما يكون هو ممثل المحطة التي يعمل بها، ويكون بمثابة"صاحب البيت" وعلى هذا يطلق على هذا الشخص الذي تجرى معه المقابلة صفة "الضيف" ومن هنا يجب على المذيع أن يعامل الضيف على هذا الأساس ويقدم له ما يستحقه من تقدير وحفاوة، وأن يشعره بأنه يقدم خدمة جليلة للمحطة والجمهور.

6 – إمكانية البروز والتألق

إن الحفاوة بالضيف أو إعطائه فرصة التألق لا يعني أن يكون المذيع شخصية "منطفئة" أو بلا حضور. بل ينبغي أن يكون له وجود محسوس وواضح أثناء المقابلة ويتحقق ذلك من خلال تعليقاته الذكية والأسئلة المناسبة في الوقت المناسب وما لديه من خلفيات ومعلومات عن الضيف والموضوع وقدرته على استثمار ذلك بطريقة مهذبة ورقيقة.

ب- المذيع وضيف المقابلة

ضيف المقابلة هو الشخص الذي يحاوره المذيع ليحصل منه على المعلومات الأساسية والضرورية حول موضوع المقابلة، ومن ثم فإن القول بضرورة أن يكون متخصصا في الموضوع أو يكون هو نفسه الموضوع، يصبح ذلك من قبيل تحصيل الحاصل أو ضربا من التكرار. فعل المذيع أن يعرف كيف يتعامل مع ضيف البرنامج قبل الإذاعة وأثناءها.

وفي هذا الصدد ينصح الخبراء والمختصون بأن يتبع المذيع عددا من القواعد يضعونها أمامه على النحو التالي:

1- اعرف من هو ضيف المقابلة: والمقصود بذلك هو الإلمام بكل ما يساعد المذيع على فهم ومعرفة شخصية الضيف الذي يحاوره، ويدخل في هذا النطاق اسم الضيف وتخصصه وعلاقته بالموضوع المطروح ومساهماته السابقة في هذا الموضوع فضلا عن أفكاره واتجاهاته وانجازاته في مجال تخصصه... ولا شك أن مثل هذه المعلومات تيسر للمذيع سبل التعامل مع الضيف والوقوف على اهتماماته وكيفية الحصول منه على المعلومات المطلوبة، أما كيفية الحصول على هذه المعلومات عن الضيف فيمكن الرجوع في ذلك إلى مؤلفاته أو أعماله"إن وجدت" كما يمكن الرجوع إلى ما سبق أن كتب عنه والمقابلات الصحفية أو الإذاعية التي سبق أن أجريت معه، هذا إلى جانب الرجوع إلى المصادر المتخصصة في مثل هذه الأمور مثل دوائر المعارف والقواميس والدوريات التي تعني بالأشخاص المرموقين وتفصل المعلومات المختلفة عنهم مثل النشرة التي تصدر بعنوان "من هو" who is who في الولايات المتحدة الأمريكية وتنشر معلومات عن الأشخاص البارين في مجالات السياسة والأدب والطب والفن والعلوم. ومثل الكتاب السنوي المعروف باسم « Eyropean year book » وغيرها وكذلك فإن معظم المحطات تحرص على أن يكون لديها مكتبة متخصصة للمعلومات تضم معلومات هامة عن الشخصيات البارزة من المتخصصين في شتى المجالات، فضلا أن بعض هذه المكتبات أو "أقسام المعلومات" في بعض البلدان تستخدم العقول الإلكترونية وترتبك بأحد بنوك المعلومات، ومن ثم يتيسر للعاملين في المحطة الحصول على أي نوع من المعلومات في أقصر مدة ممكنة.

2- هناك بعض الأشخاص الذين لا يصلحون لهذا النوع من البرامج إما لعدم قدرتهم على الحديث أمام الكاميرا، وإما يفرطون في الثرثرة. ويمكن للمذيع أن يكتشف مثل هذه النماذج بعد مقابلة قصيرة معهم ويستشف مدى تجاوبهم ومدى قدرته على أن يحصل منهم على المعلومات والآراء الأساسية في الموضوع.

3- ساعد الضيف على التخلص من الإحساس بالتوتر: وهذه مسألة على فدر كبير من الأهمية وخاصة مع الأشخاص الذين ليس لهم سابق تجربه في التعامل مع الإذاعة وأجهزتها. فمثل هؤلاء تنتابهم حالة من التوتر والخوف نتيجة لإحساسهم بأنهم سيتحدثون من الإذاعة أو تظهر صورتهم على شاشة التلفزيون ويضاعف من هذا التوتر رؤيتهم للأجهزة داخل الأستوديو والاستعدادات التي تجرى قبل الظهور على الهواء "حيا أو مسجلا".. وهنا يكون على المذيع أن يعمل على تخليص الضيف من هذا الإحساس

والخروج به من هذه الحالة.. وهذا يتوقف إلى حد كبير على لباقة المذيع وما لديه من معلومات تفيده في معرفة شخصية الضيف وطبيعته لأن هذا يساعده كثيرا في العثور على موضوعات شخصية تهم الضيف ليتحدث فيها معه.. فقد يسأله عن أطفاله أو يتحدث معه عن حالة الجو أو ارتفاع الأسعار.. الخ ذلك من الموضوعات العامة. ولا بأس من أن يقوم المذيع باصطحاب الضيف إلى الأستوديو وتقديمه إلى العاملين في غرفة المراقبة "إذا رأى أن ذلك ملائما" وكذلك فإن على المذيع أن يستعرض مع الضيف جوانب الموضوع الذي ستجرى حوله المقابلة ويحيطه علما بالخطوات التالية، ولا شك أن مثل هذه الحفاوة من شأنها أن تشعر الضيف بالألفة، وتجعله أكثر تفتحا وقدرة على العطاء، و تسمى إذابة الجليد، وإن كان من الصعب تحقيق ذلك عند تنفيذ المقابلات التي تتصل بالعمل الإخباري حيث تجرى المقابلة في موقع الحدث وبسرعة، ومن ثم يصعب أن تشعر الضيف بالقدر الكافي من الألفة والحفاوة التي تزيل عنه الإحساس بالتوتر. وعموما فإنه بالنسبة للأشخاص الذين اكتسبوا الخبرة وتعدد ظهورهم في مثل هذه البرامج، فإن الأمر لا يحتاج من المذيع مجهودا، أما بالنسبة للآخرين الذين يظهرون للمرة الأولى فإنه ينبغي أن يساعدهم المذيع أو يشرح لهم في دقائق قليلة كيف سيجري المقابلة معهم وما هو المطلوب منهم.

4- لا تتحدث مع الضيف عن تفاصيل الموضوع قبل إجراء المقابلة وذلك لكي لا يفقد حماسه وتدفقه وعفويته أثناء الإذاعة.

5- لا تعرض الأسئلة على الضيف قبل الإذاعة: يحدث في بعض الأحيان أن يشترط الضيف أو "يطلب" أن تقدم له الأسئلة للإطلاع عليها قبل الإذاعة "حية أو مسجلة " ولا شك أن الاستجابة لمثل هذا الطلب تأتي على حساب جودة المقابلة، وذاك لأن الضيف يكون قد أعد نفسه للإجابة ورتبها وأجرى التجارب عليها، الأمر الذي يفقد المقابلة عفويتها وتلقائيتها وحرارتها وجاذبيتها، وتأتي فاترة غير مستساغة.. وهنا ينبغي على المذيع أن يقاوم ذلك وأن يرفض عرض الأسئلة مقدما على الضيف إلا إذا كانت هذه الشخصية هامة جدا وضرورية جدا، ويخشى المذيع أن يفقد مقابلة هامة إذا ما رفض عرض الأسئلة مقدما.. ومن ناحية أخرى ينبغي ألا يستخدم الضيف أوراقا يقرأ منها إجاباته في هذه الحالة، وإذا لزم الأمر فليقتصر ذلك على مجرد تذكيره بالأرقام والإحصائيات التي يصعب حفظها.

6- يمكن أن يتسبب الضيف في فشل البرنامج ، وذلك إذا أسرف في وضع الماكياج "خاصة النساء" لأن ذلك يضايق المشاهد الذي يفضل أن يرى الناس على طبيعتهم، ويهتم بشخصياتهم لا بأشكالهم. ومع ذلك فقد يرى الفنيون في البرنامج أن يضع الضيف بعض الماكياج لضرورات التصوير وظروف الإضاءة في الأستوديو ولكنه ليس الماكياج الذي يتسم بالمبالغة أو الإسراف بطبيعة الحال.

7- اذكر تخصص الضيف في بداية المقابلة: إن اختيار الضيف يخضع أساسا لاعتبار هام هو درايته وتخصصه في الموضوع الذي تجرى حوله المقابلة، وعلى هذا فإن من حق الجمهور أن يعرف لماذا اختير هذا الضيف وما هي الخبرات التي تؤهله للحديث في موضوع بعينه. ومن هن يجب على المذيع أن يشير إلى تخصص الضيف وعلاقته بالموضوع في بداية المقابلة.[1]

8- كرر اسم الضيف وتخصصه أثناء المقابلة: وهذه مسألة ضرورية خاصة بالنسبة للمستمع أو المشاهد الذي يكون قد فاته الاستماع إلى البرنامج منذ بدايته و يهمه أن يعرف من هو المتحدث وما علاقته بموضوع المقابلة. وهنا ينبغي على مذيع الراديو أن يشير بين الحين والحين وبطريقة غير مباشرة إلى اسم الضيف وتخصصه.

9- احرص على أن تحصل على إجابة: قد يحاول الضيف في بعض الأحيان أن يتملص من السؤال، فيدلي بإجابة ما لمجرد التخلص، وهنا يكون على المذيع أن يمضي في محاصرة الضيف للحصول على إجابة.

10- أنصت باهتمام لما يقوله الضيف، وتجاوب بالاهتمام المناسب مع ما يقول، وفي ذلك لا ينبغي أن يتظاهر المذيع بالاهتمام، لأنه إذا لم يكن اهتماما حقيقيا، فمعنى ذلك أن المذيع لا يستمع جيدا لما قاله الضيف، أو أنه لا يصلح لإجراء المقابلة.

وفيما يلي نموذج لما يمكن أن يتعرض له المذيع من مآزق نتيجة لعدم اهتمامه بالإنصات الجيد واستيعاب ما يقوله الضيف:

المذيع: هل أجريتم تعديلا في هيكلة حزبكم؟.

الضيف: نعم في المؤتمر الأخير.

المذيع: ولكن هناك من يقول أنه سيتم التعديل في خلال هذا الشهر ؟

الضيف: "ضاحكا".. هل سمعت ما قلت.. لقد تم التعديل!!.

11- لا تقاطع الضيف بتعليقات لا معنى لها على غرار: "نعم.. نعم" – "عظيم جدا" "ا..ا.."..الخ

12- احتفظ بهدوئك، في بعض الحالات يكون الضيف غريبا على جو المقابلة، مأخوذا بسبب رؤيته للأجهزة، ونتيجة ذلك يشعر بنوع من الرهبة تجاه المذيع، ويتردد في الكلام خشية الوقوع في الخطأ. فإذا فشل المذيع في الاحتفاظ بهدوئه فإنه يسبب مزيدا من الارتباك للضيف.

13- إذا لجأ الضيف إلى استخدام الكلمات "الضخمة" أو بدا متكلفا، فإن على المذيع أن يوجهه إلى تفسير هذه الكلمات ليلفت نظره بشكل غير مباشر إلى أن أسلوبه غير مناسب في الحديث.

14- لا تمالئ الضيف ولا تضعف أمامه: لا ينبغي أن يردد المذيع عبارات مثل: "الجمهور يهمه كثيرا أن يعرف عنكم" أو "أخذنا من وقتكم الثمين"... الخ، وخاصة أن هناك من الضيوف من عدواني واستفزازي وعنيد.

15- تذكر دائما أن الضيف هو النجم: ويتطلب ذلك من المذيع أن يتعامل مع الضيف على أنه هو الأصل والأساس في البرنامج، وأن الجمهور يريد أن يستمع إلى ما يقوله الضيف، ويتعرف على جوانب الموضوع من خلاله.

16- تذكر دائما أن الضيف هو الخبير: في بعض المرات ستجد نفسك خبيرا في موضوع مطروح للمناقشة، وبإمكانك أن تكون مناظرا للضيف ومع ذلك ينبغي أن تعامل الضيف على أنه هو الخبير وأن تحتفظ أنت بآرائك لنفسك، بشرط أن تظل مسيطرا ومتحكما في إدارة المقابلة.

17- احتفظ بالسيطرة على المناقشة: إن بعض الضيوف من ذوي الخبرة – وخاصة السياسيين – يمكنهم الانحراف بالمقابلة واستغلالها لأغراضهم الشخصية، وهنا يكون عليك أن تسلسل الأسئلة بحيث لا تمنح الضيف أدنى فرصة للخروج عن الموضوع أو الإساءة – على أي نحو – إلى المشاهدين، أو محاولة الإعلان أو الدعاية عن سلعة تجارية أو مصلحة تدر عليه ربحا شخصيا.

18- في التليفزيون، لا تجعل ضيفك يخاطب الكاميرا: إن مذيع المقابلة التليفزيونية الناجح يعطي الإحساس أو "يوهم" بأن الشخصين المشتركين في المقابلة منهمكين في محادثتهما دون أدنى إحساس بوجود الكاميرا، بل "وكأن الكاميرا تسترق السمع إليهما"، ومن الأفضل أن نشرح للضيف مكان الجلسة والميكروفون الذي سيتحدث منه، وتبين له ضرورة أن ينظر إلى المذيع وليس إلى الكاميرا إلا إذا أراد أن يعرض شيئا على الجمهور، أو أي أمر يستدعي أن يكون هناك اتصال مباشر بين الضيف والجمهور.

19- إذا كان الضيف يميل إلى الإطالة، فليس هناك ما يمنع من أن تخبره بالوقت المحدد للإجابة عن كل سؤال.

20- لا مانع من مقاطعة الضيف عندما يبدأ في التكرار أو إذا اتجه إلى الإطالة... ولكن لا ينبغي بأي حال من الأحوال مقاطعته عندما يكون بصدد الكشف عن شيء هام أو إزاحة الغموض عن أمر من الأمور المتعلقة بموضوع المناقشة.

21- أشكر ضيفك في نهاية اللقاء.. وليكن ذلك بحرارة وباختصار.. ثم امض بعد ذلك إلى تعليق الختام.

مراجع المحاضرة العاشرة :

1- كرم شلبي، **المذيع و فن تقديم البرامج في الراديو و التلفزيون**، دار و مكتبة الهلال، بيروت، 2008.

2- مرزوق يوسف، **فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004

3 - Bentit Danard et Rémy le Champion, Les Programmes Audiovisuels, Ed La Découverte, France 2005.

4 - Francis Gutheben, Scandales à France Télévisions, Ed Gawewitch, France, 2009

5- Hélène Risser L'Audimat à Mort, Ed du Seuil, France, mars 2004.

المحاضرة الحادية عشر : المذيع وموضوع المقابلة

تدور المناقشة ويدور الحوار في المقابلة الإذاعية بين المذيع والضيف حول موضوع من الموضوعات، التي يريد المذيع أن يكشف للجمهور عن أبعاده وجوانبه وما يريد الجمهور و يهمه أن يعرفه عنه، ومن هنا فإن موضوع المناقشة قد يكون سياسيا أو اجتماعيا أو دينيا أو رياضيا،.. الخ، كما قد يهدف إلى الإعلام "الإخبار" أو التوجيه أو التثقيف أو الترفيه أو الوقوف على أراء المستمعين وأفكارهم واتجاهاتهم حول موضوع أو قضية.. الخ.

وهناك أربع نقاط تتحدد مسئوليات المذيع والتزاماته على النحو التالي:

1- **تأكد من أهمية الموضوع ومدى الاهتمام به**

والمعروف أنه كلما كان الموضوع مهما، أو يتعرض بقضية تشغل بال الناس أو تضيف إليهم جديدا، أو تقدم لهم شيئا فريدا.. كلما ساعد ذلك علا اهتمام الجمهور به، خاصة إذا كان ضيف المقابلة من ذوي الشهرة من المتخصصين في الموضوع أو الذين يرتبطون به ارتباطا مباشرا أو يقوم عليهم الموضوع أساسا، أي يكون الضيف نفسه هو موضوع المقابلة كما هو الحال في حوار الشخصية مثلا.

2- **اقرأ حول الموضوع واجمع المعلومات الضرورية عنه**

لأن ذلك يساعد المذيع الذي يجري المقابلة على محاورة الضيف بشكل جيد وتوجيه الأسئلة المناسبة، وكأنها كلمات عادية. وأيضا لكي يشعر الضيف بأنه مع مذيع يفهم ما يقال حول الموضوع. ومع ذلك فإنه مهما كانت معلومات المذيع حول الموضوع، فلا ينبغي أن يستعرض ذلك أو أن يبدو وكأنه يعرف كل شيء، وإلا سيبدو غبيا في النهاية عندما تتكشف الحقائق.

3- **تحديد الموضوعات المثارة في المقابلة**

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 والاقتصار على الضروري والمهم منها على ضوء الوقت المخصص للمقابلة، وذلك ضمانا لاستيفاء الجوانب الرئيسية في كل موضوع ومناقشته مناقشة عميقة بدلا من تناول موضوعات متعددة ومناقشتها بطريقة سطحية.

4- **الكشف عن أهمية الموضوع**

هناك بعض الموضوعات التي لا تحتاج إلى بيان أهميتها أو الإشارة إلى ذلك لما لها من أهمية في حياة الناس، ليتحول الكثيرون إلى آذان صاغية تتابع الحوار. غير أن هناك موضوعات أخرى لا تتوفر لها مثل هذه الخاصية في وضوح أهميتها، والجمهور يهتم عادة في كل ما يؤثر فيه تأثيرا مباشرا. ومن هنا فإن الاهتمام بالمقابلة يتضاعف إذا ما كشف المذيع عن ارتباط موضوع

المناقشة بجمهور المستمعين والمشاهدين. ويمكنه أن يفعل ذلك بطريقة بسيطة بأن يسأل الضيف منذ البداية بما يجعله يشير إلى أهمية الموضوع.

د– إعداد وتوجيه الأسئلة

إن إعداد وتوجيه الأسئلة في المقابلة الإذاعية ينبغي أن يكون نوعا من الفن، وهذا يتطلب من المذيع أن يوجه السؤال المناسب للشخص المناسب، وبالطريقة المناسبة، وفي الوقت المناسب.

ففي بعض الحالات يبدو السؤال جيدا وبالرغم من ذلك تأتي الإجابة عليه غاية في الرداءة، وقد تكون هناك قصة أو واقعة مهمة وجيدة، ومع ذلك يمكن أن تحكى بطريقة سيئة. أما السبب في ذلك فإنه يرجع – في أغلب الأحيان – إلى صعوبة توجيه السؤال، فقد يأتي السؤال غامضا أو بعيدا عن الموضوع أو تافها، أو كما يقولون "ليس كل سؤال يستحق أن يجاب عليه".

أن وظيفة الأسئلة في المقابلة بالنسبة لك كمذيع هي أن تجعل الشخص الذي تحاوره يدلي إليك بخبراته ومعلوماته وكل ما تبحث عنه وتريد لجمهورك أن يعرفه، وتلك ليست بالمهمة السهلة أو اليسيرة، وذلك لأن أصعب شيء في فن المقابلة هو أن تعرف كيف تحصل على الإجابة الصحيحة.

وفيما يلي بعض القواعد الأساسية التي ينبغي على المذيع الذي يجري المقابلة Interviewer، أن يلتزم بها فيما يتعلق بإعداد وتوجيه الأسئلة:

1- ضع تخطيطا مبدئيا للأسئلة التي ترى أنها أساسية على ضوء معلوماتك عن الضيف وعن موضوع المقابلة. على أن يتم ذلك قبل إجراء المقابلة بطبيعة الحال.
2- اسأل معارفك وأصدقائك عن السؤال أو الأسئلة التي يهمهم أن يوجهونها إلى ضيف المقابلة أو المعلومات التي يتوقون لمعرفتها عن الموضوع، وغالبا ما تكون هذه الأسئلة على قدر كبير من الأهمية لأن هؤلاء يمثلون في حقيقة الأمر نسبة من جمهور البرنامج.
3- ينبغي أن تعرف ما هو السؤال الذي يجب أن يوجه وما هي الفكرة التي تبحث عنها.
4- اجعل أسئلتك في حدود تخصص الضيف وتجاربه.
5- وضوح السؤال من حيث المعنى، و يتطلب دقة في اختيار الألفاظ و صياغتها.
6- تجنب الأسئلة التي يجيب عليها الضيف إجابات مختصرة(بنعم أو بلا)، و أن تكون هذه في أضيق الحدود، و كمدخل لأسئلة أخرى.
7- في الموضوعات الإخبارية، حاول أن تركز أسئلتك على موضوع واحد إذا كان ذلك ممكنا.
8- تجنب الأسئلة الطويلة المتداخلة المعاني، التي يستطرد فيها المذيع طويلا فلا يعطي فرصة للضيف للتحدث.[1] لأن الموضوع يصبح غير مفهوم في هذه الحالة، ومن ثم لا يعرف الضيف ماذا تريد على وجه التحديد، فيضطر لأن يسألك

عما تريد، والمفروض أن يقوم هو بالشرح وليس أنت. وفي حالات أخرى قد يتحدث في موضوع آخر غير الذي قصدت إليه بالسؤال.

9- تجنب الأسئلة المركبة التي تتكون من أكثر من سؤال عن أكثر من شيء في وقت واحد، لأن الضيف غالبا ما يجيب على أحدها فقط ثم ينسى الآخر وقد يصعب عليه التركيز في أكثر من موضوع في وقت واحد.

10- تجنب الأسئلة التي تربك الضيف أو تخجله، إلا إذا كان ذلك هو المقصود من الحوارمن أجل معرفة و تلقي سلبيات معينة من الضيف المحاور عن التقصير قطاعه إذا كان مسئولا مثلا.

11- لا تسأل عن شيء يعرفه الجمهور أو يكون واضحا بطبيعة من خلال المقابلة، كأن تسأل ممثلا مشهورا مثلا قائلا: ما هي وظيفتك؟ أو هل أنت ممثل؟[1]

12- تجنب الأسئلة التي توحي بالإجابة.

13- لا تسأل عن شيء يكون الضيف قد أجاب عليه أثناء إجابته على أسئلة سابقة، بمعنى تجنب تكرار الأسئلة إلا عند تهرب الضيف من الإجابة، و عليه تطرح السؤال بصيغة أخرى.

14- خذ من إجابات الضيف واصنع أسئلة جديدة غير التي أعددتها من قبل..

15- رتب الأسئلة ترتيبا منطقيا حيث يتكامل الموضوع وتتضح معالمه كلما تقدمت المقابلة، ولكي لا تختلط الموضوعات ويشوش ذهن الضيف والجمهور معا.

16- استخدم الأسئلة المفاجئة وغير المتوقعة لأنها تخرج الضيف من حالة الملل والروتين إلى نوع من الاندماج والحيوية والعفوية.

17- عليك أن تسأل كشخص محب للاستطلاع، أكثر من كونك مذيعا.

18- لا تتردد في توجيه أسئلة "استفزازية" إذا كان ذلك مفيدا ويؤدي إلى معلومات هامة حول الموضوع.[1]

19- كن مستعدا دائما بالسؤال التالي الذي ستوجهه للضيف.

20- يميل بعض الضيوف إلى البطء أثناء حديثهم والتوقف كثيرا، ويؤدي ذلك إلى ضياع الكثير من الوقت وفتور المقابلة وندرة الأسئلة التوضيحية والاستفسارية، وهنا يكون على المذيع أن يضع نفسه في حالة محاورة متداخلة مع ضيفه، أو في حالة "تشابك".

21- لا تكتفي بمجرد توجيه السؤال وانتظار الجواب فقط، بل ينبغي أن تكون لك تعليقاتك على ما يقال من إجابات في كل موضوع يحتمل ذلك.

22- أبرز النقاط المهمة في إجابة الضيف وأكد عليها، على ألا يكون ذلك مجرد ترديدها كما قيلت.

23- احذر الأسئلة الإيحائية أو الإسقاطية التي توحي للضيف بإجابة معينة أو تحبذ رأيا معينا، فالذي يهم المستمع أو المشاهد أن يقف على رأي الضيف أولا ، ولا مانع من أن يسمع تعليقا من المذيع إذا كان الموضوع يحتمل ذلك.

24- لا ينبغي أن تأتي الإجابة على السؤال متضمنة في نفس السؤال.. مثل:

مذيع: لماذا عارضت الاتفاقية؟ لقد قلت في المؤتمر الصحفي أنها لا تحقق الهدف المقصود منها وهو إصلاح المسار الاقتصادي للبلاد..؟.

الضيف : نعم.

25- لا تتعجل في توجيه الأسئلة لمجرد أن الضيف قد توقف عن الكلام، لأن الصمت في جانبك في هذه الحالة يوحي للضيف بأنك تتوقع المزيد، ومن ثم يمضي إلى سرد معلومات أكثر تفصيلا. بل في كثير من الأحيان يكون صمت الضيف وردود الفعل التي تظهر على ملامحه هي أدق وأصدق إجابة على السؤال، وهنا يمكن للمذيع الذكي أن يوظف هذا الصمت، ويترك للمخرج "في حالة التليفزيون" أن يركز على هذا الصمت وأن يبرز ردود الفعل سواء التي ظهرت على وجه الضيف أو في حركات عصبية بيديه أو أقدامه.

26- اسأل ضيفك قبل نهاية الحوار إذا كان يريد أن يضيف شيئا.

هـ- المقدمة والخاتمة

تهدف المقدمة في المقابلة الإذاعية إلى إعلام المستمع أو المشاهد بموضوع المقابلة وأهميته، ثم بالضيف الذي ستجري معه المقابلة وتخصصه أو خبراته التي تؤهله للحديث في الموضوع، أو السبب في اختياره وعلاقته بالموضوع، ثم إشارة سريعة إلى أهم الجوانب التي سيتطرق إليها الحوار مع الضيف. ولا بأس إلى الإشارة إلى مكان المقابلة إذا كانت تجري خارج الأستوديو.

وليس هناك ترتيب معين ثابت لهذه العناصر التي ينبغي أن تشملها المقدمة، فقد يرى المذيع أن يبدأ بالإشارة إلى الموضوع قبل الضيف أو العكس، وقد يرى أن يبدأ المقدمة بالإشارة إلى المكان أو المناسبة أو النتائج التي تترتب على موضوع ما.. وذلك كله متروك لتقدير المذيع وحساسيته، ولا يمكن القول بأن هناك "قالب" أو "نموذج" ثابت أو محدد للمقدمة. فقد يرى المذيع أحيانا أن تكون المقدمة تفصيلية تشتمل على نقاط أو جوانب من الموضوع ومعلومات مفصلة إلى حد ما عن الضيف، بينما في أحوال أخرى يكون الضيف غير مناسب على الإطلاق، خاصة إذا كان الضيف شخصية لا تحتاج إلى تعريف، أو كان الموضوع عاما وشاملا، أو كان الضيف نفسه هو الموضوع.

ولعل أدق نموذج لذلك هو تلك المقدمة للمقابلة التي أجراها المذيع والمعلق الأمريكي الشهير "والتر كرونكايت" Walter Cronkite من شبكة CBS الأمريكية مع رئيس الولايات المتحدة الأمريكية "لندون جونسون" Lyndon B Johnsonوهي مقدمة لم تتضمن سوى كلمات بسيطة جدا هي:

"كرونكايت: منذ شهر.. تحدث الرئيس إلي..وخلال هذه الساعة نقدم أحدث مقابلة أجريت مع الرئيس السادس والثلاثين للولايات المتحدة الأمريكية.

جونسون:....."

في هذه المقدمة لم يكن المذيع في حاجة لأن يقول شيئا عن الضيف سوى اسمه، لأنه شخص يعرفه كل من يشاهد المقابلة بطبيعة الحال، وكذلك لم يشر المذيع إلى موضوع معين يجري حوله الحوار، واكتفى بالإشارة إلى أن تلك المقابلة التي أجريت أخيرا – أو آخر مقابلة – مع الرئيس السادس والثلاثين للولايات المتحدة.. ومعنى ذلك إن كل ما يمكن أن يثار مع الرئيس من موضوعات تهم المواطنين ستكون هي موضوع المقابلة.

غير أن مثل هذه المقدمة لا يمكن أن تكون قاعدة بطبيعة الحال، فهناك مقابلات أخرى أجريت مع رؤساء آخرين للولايات المتحدة أيضا. ولكنها جاءت على نحو آخر مختلف. ومنها مقدمة المقابلة التي أجراها المذيع الأمريكي المعروف "مايك والاس" Mike Wallace من شبكة C.B.S الأمريكية، مع الرئيس الأمريكي الأسبق "ريتشارد نيكسون" Ritchard Nixon وكانت مقدمة المقابلة هي:

"والاس: عندما وجه ريشارد نيكسون بيانه إلى الأمة ظهر يوم الأربعاء الماضي، ذكر حكاية الفتاة الصغيرة في ولاية اوهايو، والتي قاطعته متوسلة:

"اجعلنا نعود إلى بعضنا مرة أخرى".

وأثناء محادثة هادئة جرت منذ أسابيع قليلة مضت: تحدث السيد نيكسون عن "عودتنا إلى بعضنا البعض".. لقد تحدث عن انه يشعر بالتعاطف والانتساب إلى هذه الأقلية من الأمريكيين البيض والسود الذي أنكرت حقوقهم في بلادهم.

نيكسون:....."

لقد رأى المذيع الذي أجرى المقابلة أن يشير هنا إلى موضوع المقابلة وهو "وحدة المجتمع الأمريكي" وكيف تتحقق.. أما الإشارة إلى معلومات عن الضيف فذلك ليس واردا بطبيعة الحال، وكذلك فإننا نلاحظ أن المذيع عندما أشار إلى موضوع المقابلة رأى أن يأتي ذلك بطريقة جذابة وغير مباشرة، فأورد الموضوع من خلال واقعة اقتبسها من خطاب سابق للرئيس. وهذه خاصية هامة من خصائص المقدمة التي تتضمن الوضوح والإيجاز والجاذبية وإقناع المستمع والمشاهد بأهمية المقابلة وإغرائه بمتابعتها.

أما خاتمة المقابلة فتكون بمثابة تذكير المستمع والمشاهد بالخلاصة أو النتائج أو التأكيد على ما هو مطلوب منه. ويكون ذلك في جملتين أو بثلاث جمل على الأكثر.

مراجع المحاضرة الحادية عشر :

1- عبد المالك أحمد، **فضائيات**، مجدلاوي، عمان، 2000.

2- كرم شلبي، **المذيع و فن تقديم البرامج في الراديو و التلفزيون**، دار و مكتبة الهلال، بيروت، 2008.

3- مرزوق يوسف، **فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004.

4-Bentit Danard et Rémy le Champion, Les Programmes Audiovisuels, 5- Ed La Découverte, France 2005.

6- Francis Gutheben, Scandales à France Télévisions, Ed Gawewitch, France, 2009

7- Michel Malausséna, Les Animateurs, Ed Jean Claude, Paris, 2008.

المحاضرة الثانية عشر : أخطاء يقع فيها المذيع

1 – كثرة التحيات والسلام في برامج التلفزيون

بالتلفزيون وسيلة سمعية وبصرية تعتمد على الرؤية والصورة المتحركة في المقام الأول، وتأتي الكلمة المنطوقة في المقام الثاني، فإن العديد من الفضائيات العربية بدأت تعول على استخدام الهاتف في البرامج – خصوصا المنوعات – وهذا بحد ذاته خروج على مألوف التلفزيون ومفاهيمه. فبرامج الهاتف هي في المقام الأول برامج راديو. واستخدام الهاتف يكون في الحالات الطارئة – كالأخبار مثلا – عندما لا تتوافر صور عن حدث مهم. ولكن أن يكون اعتماد برنامج منوعات على أصوات المشاهدين فهذا نموذج لاتصال إذاعي لا تلفزيوني.

ولئن حاولنا تجاوز هذه الحقيقة –كعادتنا– نجد أن وقت البرنامج يستهلك في تحيات المشاهدين "المملة" وإطراءاتهم للمذيع و خاصة المذيعة وقد تجد المذيعة حرجا كبيرا في تكرار التحيات، كما أن المشاهد يمل من هذا التكرار، ولقد أحصى أحد الكتاب الوقت الذي تستهلكه هذه التحيات ضمن أحد البرامج الغنائية فوجد 80% من وقت البرنامج أهدرت في تحيات متكررة ومملة بينما لا يستمتع المشاهدون سوى ب 20% من وقت البرنامج، وحتما تكون الأغنيات مبتورة وغير كاملة.

و كما سبق الذكر أن هذه البرامج هي من النوع الذي يقدم في الراديو نظرا لتركيزه على الحديث بين المذيع و المستمع و هي خاصية الإذاعة المسموعة. و لكن مع تدفق القنوات التلفزيونية و انتشارها و من ثمة تغطية شبكة برامجها بالبرامج و بأقل تكلفة، فكان هذا النوع من أهم الأنواع في ذلك حيث تعتمد المذيعة أو المذيع على كثرة الحديث مع المشاهد بطريقة الراديو مع فارق المشاهدة في حالة التلفزيون.

و هنا يكمن دور المذيع و المشرف على البرامج من هذا النوع، أن يركزوا على الرسالة المرجوة من البرنامج و حصر التحيات و كثرة السلام في نطاق ضيق، و الابتعاد عن الإطراء و المدح الذي يشوش على أهمية البرنامج و يزعج المشاهد.

ومهم جدا أن تخصص حلقة من البرنامج حديث عن الثقافة التليفزيونية، وكيف يجب أن يكون شكل حوار المشاهد المتصل بالبرنامج، واستذكار أهمية وقت البرنامج بالنسبة للمشاهدين الذين يرغبون في مشاهدة ممتعة، بعيدا عن "نرجسيات" المتصلين، أو "زهو" المذيعة بالإطراءات، لأنها تؤدي عملا وتقبض راتبا ولا يجوز أن يكون لها هذا الكم الكبير من الإطراءات والتحيات على حساب المشاهد.

كما أن هناك مجموعة من المتصلين بالبرنامج التي تعتمد على الهاتف لا يكون لديهم ما يقولونه، بل يريدون سماع أصواتهم عبر التليفزيون لذلك نسمعهم ونشعر بأنهم يرفعون مؤشر الصوت في التليفزيون، وتكون النتيجة التشويش على الصوت وعدم استفادة البرنامج من الاتصال.

وفي الدول المتطورة تعوّل المحطات على استثمار أي ثانية في وقت القنوات الفضائية، أما في العالم العربي فنشاهد العجب، بل يصل الأمر بنا إلى التقزز من هذا الوقت المستهلك دونما فائدة إما في تحيات المشاهدين، أو استعراض المذيعة لفاكسات أو رسائل أو كعكات أرسلت للبرنامج[1].

2- المذيع أو المذيعة المقاطعة

كثير جدا هذا النوع من المذيعين و المذيعات نلاحظهم يكثرون التدخل بشكل يؤثر على سير البرنامج، و ربما ينفر المشاهد و بالتالي ينتقل إلى محطة أخرى، و هذا راجع إلى ضعف التكوين في ميدان التنشيط الإذاعي و التلفزيوني، حيث يرى المذيع أنه عن طريق مقاطعته للضيف سيؤثر عليه و بالتالي يستخرج ما يريده منه، وكذلك محاولة المذيع إبراز نفسه ثم يرون فيه عاملا يؤدي به إلى الشهرة. و الحقيقة غالبا ما تكون النتيجة عكسية و لا تؤدي الغرض المطلوب.

و يرى في هذه النقطة الدكتور أحمد عبد المالك أن " السبب في رأينا في وجود هذه الظاهرة يرجع إلى المذيعة نفسها مونها لم تتعلم ما هو الدور المطلوب منها؟ وهذا يتبعه شعورها المخادع بأنها لو أكثرت من التدخل سوف تظهر لدى المشاهدين بأنها فاهمة الموضوع، متمكنة من اللقاء ويستتبع ذلك أيضا محاولات البعض من المذيعات إحراج الضيف وذلك ب "الانقضاض" على أي كلمة منه يمكن أن تكون موضع إثارة!! ومع تقديرنا أن المشاهد يحب الإثارة ويتمنى من المذيعة لو سألت الضيف السؤال الفلاني لا أنه من غير المقبول أن تتم مقاطعة الضيف قبل أن يرد على سؤال المذيعة!! وأن تقوم المذيعة ب" تلقيم" – من اللقمة- الضيف الجواب!! وهكذا شاع في الأوساط الإعلامية أن هناك بعض المذيعات يجاوبن بالجواب ثم يسألن السؤال" !!

ما يغيب عن بال الكثيرين من مذيعينا ومذيعاتنا أن الجمهور يريد أن يسمع الضيف أكثر مما يسمع المذيعة أو المذيع!! ولكن دور المذيع هنا هو محاولة جر الضيف للحديث الكامل والمنظم!! وأن قوة المذيع أو المذيعة تتمحور حول توصيل رسالة إعلامية ناجحة- عبر المقابلة- دونما تمثيل بالاستعلاء على الضيف، أو إيهام بمعرفة الموضوع أكثر منه!! ولئن كان الواقع كذلك فتكتفي المذيعة بالمعلومات خير لها من أسلوب "المقاطعة" الممل والمرفوض!!

والمقاطعة هي إسكات الضيف عندما ينحرف عن موضوع البرنامج أو يريد إضاعة الوقت حتى يتهرب من الإجابة عن سؤال معين، و كذلك إعطاء الكلمة لضيوف آخرين إذا في البرنامج أكثر من ضيف.

لقد انتشرت ظاهرة المقاطعة في بعض البرامج السياسية في بعض القنوات الفضائيات، وهو تفكير واضح لبعض المشاهير من مقدمي البرامج السياسية في المحطات العالمية!! ولكن أن يبدأ الحديث بالمقاطعة، وفرض الإجابة من المذيعة والخلط في ترتيب المواضيع دون الأخذ بعين الاعتبار الترتيب المحضّر مسبقا حسب ورقة الطريق.

3 – بين خفة الدم والسطحية

هناك العديد من المواقف والمشاهد التي نشاهدها في القنوات التلفزيونية الفضائية، فأصبحت المذيعة في أي محطة إعلامية فضائية لا يهمها ما تقول، بل تضع نصب عينيها ماذا سيقول المشاهدون عن ماكياجها، وفستانها، وطريقة تصفيف شعرها، و كأن المهم في البرنامج هو المذيعة فتحاول قدر مستطاعها أن تتحلى بالحلي و الجواهر و أن تلبس أجمل اللباس،..

يقول الدكتور أحمد عبد الملك* " في محطة "F.M" سمعت مؤخرا برنامجا وددت أن أكسر الراديو لأحول دون متابعتي للبرنامج، وهو ما يطلبه المستمعون، وكما نعرف فإنه يعتمد على رسائل المستمعين وطلباتهم تم بث الأغنية المطلوبة، وإليكم بعض ما سمعت من المذيعة"الهمامة".

– اسمحوا لي ما قريت الاسم صح، ترى حسنوا خطكم.

– مهندس الصوت صاحب الأصابع الذهبية يقبَّل" يبوس" أصابعه التي صلحت الجهاز.

– وأهدي الأغنية أنا إلى خالتي"..." وابنتها"..."وأخاف تزعل خالتي الثانية"..." معليش أهديهم كلهم.

– أخ... انكسر ظفري.

– إحنا ما نهمل أي فاكس صدقوني، وتريدون أحلف لكم، قولي لهم يا"...." مهندسة الصوت إنني أحلف لهم.

– مساعدتي"..." الله يعطيها العافية تركض بالفاكسات، وكادت تقع... ومندوب قسم الأخبار يركض بالرسائل ومهندسة الصوت"... "الله يعطيها العافية.. كلنا من أجل خدمتكم.

طبعا هناك العديد من الكلمات، والعبارات التي تفتقد الروح الإعلامية، وتخرج من مبادئ الحوار الإعلامي– مع الأسف– تصدر عن المذيعة التي تحاول أن تقول شيئا غير أسماء طالبي الأغاني ولكن كل ما تقوله لا يفيد المستمع، ولا يكون ذا أهمية، بل العكس إنها " تقزز" المستمع و" تسد" نفسه قبل أن تقدم له الأغنية.

فلقد تطور ذوق المستمعين، وأصبحوا أكثر وعيا ونقدا لكل ما هو خارج على الذوق والثقافة ولغة الاتصال الحديثة.

في السبعينات كانت المذيعة تمسك بيدها المرتجفة ورقة الأسئلة "المصاغة بحذر" من قبل معد البرنامج الذي أخذ عليها موافقة مراقب البرنامج والذي بدوره راجع فيها مدير عام التليفزيون.

أما اليوم في عصر المكاشفة والرأي الآخر، والتلقائية، فمدرسة جديدة للحوار قد برزت لتستقطب الجماهير بسخونة الحوار المطروح، والمفاجأة من قبل المذيع وتدخلاته "الهجومية" و"الاستفزازية" لدرجة تدحرج الضيف وتثير "نهم" المشاهد.

4 – التقليد لما هو غربي في القنوات العربية

ومع ظهور محطات تلفزيونية فضائية بشكل متكاثر و منافسة شرسة فيما بينها، بدأت نماذج جديدة لبرامج الحوار تبرز على هيئة "تقليد" لما هو موجود في المحطات الغربية والأمريكية، وهو اتجه جيد يحبذه الجمهور... ولكن برامج "المشاكسة" بدأ تتجاوز مفهوم حرية الرأي والإثارة لدرجة تجعل الحوار التليفزيوني يفقد حريته ويضيع هدف الرسالة الإعلامية، وذلك لانشغال المشاهد ب(التشويش)(Noise) الذي يحدثه المذيع بخلق الصدام فيما بين الضيوف وبالتالي يتيه الموضوع على المشاهد.. حيث يجد نفسه يتابع صراعا في الحوار بين الضيوف و النرفزة، و أحيانا الشتم و يهملون فعالية الحوار الذي يرجى من ورائه معلومات و رسائل تهم المشاهد لأنه ينتظر نتيجة الحوار.

"برامج الإثارة" أو "المشاكسة" قد تفيد في مواقف محددة، لكنها تضيع هدف البرنامج وتحرج الضيوف والحق الإعلامي دوما يضع لضيف البرنامج حقه في صياغة آدميته ورأيه وشكله دون تجاوز!![1]

هنالك فرق بين التلقائية، والإثارة الحميدة للوصول إلى هدف البرنامج وبين "مسرحية الحوار" كي يصل المذيع إلى إضحاك المشاهدين على ضيوفه.

5 – جذب الجمهور

كما سبق و أن ذكرنا أن كثرة المحطات التلفزيونية الفضائية التي ظهرت مع التطور في و سائل الإعلام و الاتصال و وسائل البث الحي و بتقنيات عالية الجودة، جعل القائمين و المشرفين على شبكات برامجها هو البحث على و كسب أكبر عدد من المشاهدين باستخدام سياسيات ترويجية و البرامج التي تستقطب المتلقين، ولتحقيق أكبر قدر من الأرباح.

وفي ظل هذا المناخ يهمل جانب مهم وفاعل في العملية الاتصالية ألا وهو مؤهلات مقدم الرسالة أو القائم بالاتصال. وتتدخل عوامل"شخصية "في الزج ببعض صاحبات "الوجوه القمرية" إلى الشاشات دون أن يكون هذا البعض مؤهلا أو نال قدرا من التدريب يسمح له بالمواجهة مع الجمهور وفي هذه المرحلة بالذات من الانتشار الإعلامي، وتتعدد مصادر تلقي المعلومة!![1]

ويرى الدكتور " أحمد عبد المالك " عن نوع المذيعين الذين يتم اختيارهم في القنوات التلفزيونية العربية " للأسف فإن عوامل أو أساسيات الجذب في السماء العربية ترتكز على "الوجه الجميل" وإن كان الفكر فارغا وهذا راجع إلى طبيعة المجتمع العربي الذي يكون فيه الشباب والمراهقات نسبة كبيرة!! وإلى الظروف الحياتية التي شكلت اتجاهات المشاهدة لدى الجمهور".

وتقف المحطات الحكومية على استحياء وخوف من الدخول في هذا السباق.. الاستحياء من ردة فعل جمهور المحافظين على الانزلاق نحو مزيد من الترفيه.. والخوف من "عواقب" المجاهرة و"الغلو" في الحرية والمواجهة مع حقائق العصر.

إن تحقيق توازن عاقل بين الترفيه والجدية مطلب حيوي.. ولكن ما نلاحظه أن أغلب المحطات – حتى الحكومية – تركز على الترفيه.. وتأتي له– بكل وجه جميل– دون دراسة أو بحث ردود الأفعال على الجماهير.

" إن ندوة لتوضيح أصول التقديم نراها مهمة للوسط الإعلامي.. خصوصا في ظل الزحف الصحفي والفني الملحوظ وتهافته على تقديم البرامج الرخيصة!!!"

6 – مشكل التحكم في اللغة

. قال خبراء **عسكريين** أن فصائل **المتمردون** تتمركز حول مداخل **المدينة** القديمة على بعد **عشرون كيلومتر** شمال **العاصمة** الجديدة.

. ويعتقد رجال **المخابرات الأمريكيين** أن مصادر **التمويل الخارجية** هي المحرك الرئيسي لنشاط **المجموعات الإرهابية المناوئة** للحكم.

. تتحدث **مصادر الأمم المتحدة** عن احتمال **استئناف المفاوضات الهندية الباكستانية** خلال **الأسبوع القادم** لإنهاء مشاكل حدودية.

. أعلنت **وكالة** الطاقة الدولية عن فشل **لجنة الخبراء** في تحديد **مصادر الإشعاع** الذي يهدد ملايين البشر على سطح كوكب الأرض.

. استبعدت **مصادر** أمريكية **نشوب** حرب **جديدة** في إقليم(لولولون) التابع لمملكة (نسيان ستان) وأفاد تقرير للجنة **ثلاثية** تضع **اللمسات** الأخيرة على ميثاق تفاهم أن **الفرقاء** قد عقدوا العزم على ضمان **استتباب الأمن** في الإقليم.[1]

و هنا نعود إلى أهمية تكوين المذيعين، فالموهبة و الوجه الائق و الجميل و غيرها من الخصائص التي سبق ذكرها في فصل سابق لا تكفي حتى نقدم المذيع أمام الميكرفون أو الكاميرا التلفزيونية ليقوم بالتقديم. فالتحكم في لغة الوسيلة الإعلامية التي يعمل بها ضروري، و لهذا نجد كثير من المحطات تعتمد على المدقق و المصحح اللغوي. و لكن هذا ليس بالكافي فالمذيع أثناء إذاعته لبرنامجه، يحدُث وأن تأتي أحداثا ليست في الحسبان أو بشكل مفاجئ، و هنا عليه أن يتكيّف مع الوضع و أن يقدم و يذيع بلغة سليمة. و لن يكون هذا إلا بالتكوين المتواصل و بالمستوى التعليمي المطلوب.

والأمثلة كثيرة، فقد تكون مملة للقارئ.. ولكن وسائل إعلامنا العربية بحاجة إلى الالتفاف أكثر لقضية اللغة العربية.. وإدخال مذيعيها – الذين يحتاجون إلى تصحيح لغتهم – في دورات تدريبية لغوية.. وهي مسألة يسيرة.. وقد لا تأخذ أكثر من شهر، خصوصا أن لغة الأخبار أو المقابلة تحتوي على كلمات واستخدامات لفظية محددة يمكن"حفظها" إن استعصى على المذيعين والمذيعات قواعدها النحوية!!

و اللغة الإعلامية لا تعني البحث عن المفردات و التراكيب الصعبة، بل هي لغة ميسرة حتى تشل بشكل سهل و بسيط إلى المتلقي. و هذا لا يعني تشويه اللغة العربية.. وننصب الفاعل.. أو اسم(كان).. أو رفع المضاف للمصدر.. لأن المعنى في هذه الحالات يتغير!!

7 – الخلط باستخدام اللغات في التقديم

يحاول المذيعون في كثير من القنوات العربية تقليد مذيعي البرامج الأجنبية، في الشكل و اللباس و في الخلط بين اللغات، فيستعمل العربية و يمزجُها بالفرنسية أو الإنجليزية، و هذا ظنا منه أنه سيفتح له باب الشهرة.

ورغم أن اقتباس أفكار جديدة لبرامج غربية يمكن أن يثري التجربة بعد تحوير الأفكار لتناسب البيئة العربية، إلا أن المشكلة أو الظاهرة المؤسفة أن نجد برامج عبر بعض المحطات الإذاعية، تقدمها مذيعة تتحدث بلغة مزدوجة عربية/ انجليزية أو فرنسية.. رغم أن جمهور المحطة كلهم من العرب.. وهذا في العرف الإعلامي كفيل بأن تستخدم لهم لغة يفهمونها..

إن البرنامج المذكور الذي يقدم أغنيات عربية لا يمكن أن تستسيغ أذن المستمع الكلمات الانجليزية التي تستخدمها المذيعة في البرنامج.. بل ويشعر المستمع بأن المذيعة تحاول أن تشعره بأنها تجيد اللغة الانجليزية.

إن عقدة الأجنبي أخذت تتسلل إلى برامجنا ووسائلنا الإعلامية بصورة غير مقبولة.. وذلك أن الجيل الإعلامي الحالي الذي صنعته الفضائيات وأطلقته بسرعة الصاروخ لم يقرأ الإعلام جيدا.. ولم يتقن الحرفية التي يجب عبرها التخاطب مع الجمهور.

كما أن الشابات الصغيرات من الإعلاميات اللاتي تصادف وجودهن في لندن أو باريس.. أخذن يطللن على المتلقين بهويات مزدوجة وخبرة متواضعة، اعتقدن –خطأ– أن إقحام اللغة الانجليزية في الحديث مع المتلقين يعتبر عنصرا حيويا من عناصر نجاح المذيعة.. أو دليلا ساطعا على ثقافتها، ولم يدر بخلد المذيعات أن الرسالة الإعلامية كلما كانت واضحة وسهلة، ويتم استيعابها بسهولة.. كانت نسبة نجاحها أكبر!!

8 – المجاملات

مشكلة العرب أنهم عاطفيون لدرجة كبيرة.. وأغلبهم لا يفرق بين مواقع المجاملة وأوقاتها، وبين حتميات الخطاب سواء كان إداريا أم اجتماعيا أم إعلاميا، ونلاحظ أن العديد من فضائياتنا كثيرة المجاملات وعبارات"التبجيل" والإطراءات للمذيعة وللضيف.. وهذا يستهلك وقت البرنامج..

فمشاهد يتصل بالبرنامج ويخاطب المذيعة:[1]

– ألو..

– ألو..

– مساء الخير..

– مساء النور..تفضل..

- كيف حالك يا..

- بخير(نشكر الله).. كيفك انته..

- بخير.. والله برنامجكم حلو جدا..

- عجبك..

- كتير خصوصا أنتي..

- شكرا.. هذا من ذوقك..

- شو ما عاجبك في البرنامج..

- كلو حلو.. بس لا تغيبي عنا..

- لا.. لا.. أن معكم على طول..

بعد هذه المكالمة التي لا تعني شيئا للمشاهد.. يتصل المتصل

"الإذن" للحديث مع الضيف..

- ألو..

- ألو.. أهلا.

- كيف حالك يا..

- بخير.. كيف حالك أنت..

- والله بخير.. وينك طولت علينا..

- لا ما طولا.. بس يمكن ما تتابع أخباري..

- لا.. لا.. أنا معجب فيك..

- شكرا.. شكرا..

(تتداخل الأصوات)

- تشويش..

- نعم.. نفضل..

- بودي لو..

ويبدأ من هنا الحوار

والسؤال: لماذا يتم إزعاج المذيع والضيف بكل هذه المقدمات.. وأرى أن يكتب على الشاشةSub-Title .. "الرجاء الدخول في الموضوع بدون مقدمات".

والمشكلة أن المجاملات على محطات ال.F.M ليست بأقل من تلك الخاصة بالقنوات الفضائيات.[1]

و هذا يتوقف على معدي البرامج بتحديد فكرة البرنامج بشكل جيد و مدروس من حيث الرسالة و الهدف و محددا لجمهوره بدقة، و أن يبتعد على الإطراءات و المجاملات التي لا معنى لها بل بالعكس تنّفر المتلقي سواء كان في الراديو أو التلفزيون.

مرا جع المحاضرة الثانية عشر :

1- كرم شلبي، **المذيع و فن تقديم البرامج في الراديو و التلفزيون**، دار و مكتبة الهلال، بيروت، 2008.

2- عبد المالك مرزوق يوسف، **فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004.

3- أحمد، **فضائيات**، مجدلاوي، عمان، 2000

[48] - Michel Malausséna, les animateurs, ED Jean Claude, Paris, 2008.

[50]- Marc Endeweld, France télévision, ED Flammarion, France, 2010.

خاتمة :

إن البرامج التي تقف بثبات داخل حدود النوع تميل إلى أن تكون ذات قالب ثابت و قليلة الأهمية. مع ذلك، تشترك كل النصوص في النوع إلى حدٍ ما و غالبًا تكون متعددة التلقائية. تصبح البرامج شيقة و ممتعة من خلال العمل ضد أعراف النوع بالإضافة إلى التفاعل معها.

فإذا كان مبرمجو القنوات التلفزيونية و الإذاعية المسموعة يركزون على نوع معين من البرامج أو شكل معين .كما سبق ذكره .، بتحديد معايير و مقاييس معينة حسب نوع القناة عامة أو موضوعاتية تختص بمجال معين و حسب الجمهور المستقطب، فإن منفذ هذه البرامج هم المذيعون. و بالتالي هم الواجهة لمقابلة الجمهور، و هنا تكون مسؤوليتهم جد كبيرة لتحقيق نسبة مشاهدة مرتفعة أو منخفضة، و بالتالي نجاح أو فشل البرنامج. لذا إن اختيار المذيع عملية جد مهمة و يجب أن تتوفر فيه مميزات و خصائص سبق ذكرها كما تكمن أهمية التكوين و التدريب على التقنيات و فن التنشيط الإذاعي و التلفزيوني.

قائمة المراجع و المصادر

1. ابراقن محمود، **المبرق**، قاموس موسوعي في الإعلام والاتصال، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، 2004.

2. بركات عبد العزيز، **اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية**، دار الكتاب الحديث، القاهرة،2000

3. محمد تيمور، محمد علم الدين، **المعلومات و تكنولوجيا الاتصال**، ركلام للنشر و التوزيع، القاهرة، 2002.

4. جاد سهير، سامية أحمد علي، **البرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون**،دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 1997.

5. جوناثان بجنيل، و جيريمي أورليبار، ترجمة: عبد الحكم أحمد الخزامي، **الشامل في التلفزيون**، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة،2007.

6. الحلواني ماجي، **مدخل إلى الفن الإذاعي و التلفزيوني و الفضائي**، عالم الكتب، القاهرة، 2002

7. منى الصبان، **فن المونتاج في الدراما التلفزيونية**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1995.

8. عبد المالك أحمد، **فضائيات**، مجدلاوي، عمان، 2000.

9.عصام أنيس، **الوسائل المسموعة و المرئية، النشأة و التطور**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004.

10.عبد المجيد شكري، **الاتصال الجماهيري**، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 1996

11.عبد المجيد شكري، **تكنولوجيا الاتصال– إنتاج البرامج في الراديو و التلفزيون**– العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 1999.

12. العياري المنصف، نهوند القدري، خالد زعموم، **ظاهرة تلفزيون الواقع و امتدادها في التلفزيونات العربية**، سلسلة بحوث و دراسات إذاعية، مجلة يصدرها اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد65، تونس، 2008.

13. العيفة جمال، **مؤسسات الإعلام و الاتصال . الوظائف، الهياكل، الأدوار.** ديوان المطبوعات الجامعية، 2010

14. عبد القادر قطشة، **إسهام التكنولوجيات الجديدة للإعلام و الاتصال في تطوير الرسالة التلفزيونية الجزائرية**، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، 2005.

15. كرم شلبي، **المذيع و فن تقديم البرامج في الراديو و التلفزيون**، دار و مكتبة الهلال، بيروت، 2008.

25. كرم شلبي، **الخبر الإذاعي، فنونه وخصائصه في الراديو والتليفزيون** ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية،2004.

16. كرم شلبي، **معجم مصطلحات الإعلام**، دار الشروق، القاهرة، 1989.

17. مرزوق يوسف، **فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004.

18. مرزوق مرزوق، **المدخل لحرفية الفن الإذاعي**، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1986.

19. محمد مهني، **المدخل إلى برامج الراديو و التليفزيون– أشكال البرامج و إنتاجها** – ، ركلام للنشر و التوزيع، القاهرة، 2003.

1 - Bentit Danard et Rémy le Champion, Les Programmes Audiovisuels, Ed La Découverte, France 2005.

2 - Burton, G, Talking Television and Introduction to the Study of Television, Arnold, London,2000

3 - Francis Gutheben, Scandales à France Télévisions, Ed Gawewitch, France, 2009.

4 - François Tron, Le Gout de la Télévision, Ed Alvik, France, 2007.

5 - Hélène Risser L'Audimat à Mort, Ed du Seuil, France, mars 2004.

6 - Jones, P, The Technique of the Television Cameraman, Focal Press, London

7 - Laurent Fonnet, La Programmation d'une Chaine de Télévision, Ed Dixit, Paris, 2009.

8 - Marc Endeweld, France Télévision, Ed Flammarion, France, 2010.

9 - Michel Malausséna, Les Animateurs, Ed Jean Claude, Paris, 2008.

10 - Pierre Moeglin et Gaétan Tremblay, L'Avenir de la Télévision Généraliste, l'Harmattan, France, 2005.