

إنتاج البرامج بالإذاعة والتلفزيون

(الإعداد - التنفيذ - التقويم)

د. حديد الطيب السراج (*)

مُقدِّمة:

رُميتُ من إعداد هذا البحث لتقديم أسس إنتاج البرامج بالإذاعة والتلفزيون وتقويمها في ضوء المستجدات المتتالية والمستمرة في مجالات تكنولوجيا الاتصال، وما وصل إليه من تطور مذهل جعل من الممكن أن يشاهد المواطن في بلد من البلدان، ما يجري من أحداث لحظة وقوعها، عبر الأقمار الصناعية، مما يشعره كأنه في وسط تلك الأحداث يشارك، ويشاهد، ويستمع، ويراقب.

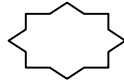
وما أسعدنا - نحن المسلمين - في كل بقاع العالم، ونحن نشاهد الحجيج في بيت الله الحرام، وهم يؤدون مناسك الحج ويطوفون بالكعبة المشرفة. إنَّ وسائل الاتصال الجماهيرية المعاصرة، وما يقدم من برامج من خلال البث المباشر، الذي يخترق الأجواء والحدود، يحمل ما يسمَّى بالغزو الثقافي، ليس كل هذا شراً، ففيه من الخير الكثير، كما أنَّ الإذاعة والتلفزيون والسينما

(*) عميد كلية الدَّعوة والإعلام السابق بالجامعة.

والمسرح ما هي إلا وسائل ووسائط، يمكن أن نحسن استخدامها، ونفيد من إمكانياتها الفنية، فتكون لنا عوناً في أداء رسالتنا الإعلامية على هدي الإسلام الصحيح، مستلهمين تراثنا الخالد، وحضارتنا العربية الإسلامية الثرة بكنوز معرفتها وعلومها، مستهدين بكتاب الله وسنة رسوله ﷺ.

ونحن عندما نقدم في هذا البحث القصير ما يعين الإعلاميين بالإذاعة المسموعة والمرئية في إنتاج البرامج الهادفة؛ إنَّما نبه إلى ضرورة تفادي الآثار السلبية والجنوح إلى اجتذاب الجماهير إلى ما لا يفيد، بل نستخدم الوسائل والإمكانات الفنية، سلاحاً نافعاً وأداة فاعلة في التعريف بحضارة وثقافة الإسلام، وتقديم النموذج الإعلامي لما ينبغي أن تكون عليه برامج الإذاعة والتلفزيون، بما في ذلك التمثيليات والمسلسلات والسلاسل، علماً بأنَّ للدراما دوراً كبيراً في عرض تاريخ الإسلام وبطولاته الخالدة.

ونعتقد أنَّ في التربية الإسلامية الصحيحة للنشء وفي التوعية الأخلاقية للجماهير؛ صمام الأمان والتحصين اللازم للوقاية من أخطار الثقافات الضحلة والسلوكيات الخارجة عن الأخلاق الحميدة.



الفصل الأول

الاتصال الجماهيري وتخطيط البرامج بالإذاعة والتلفزيون

الوسيلة هي الرسالة :

الوسيلة هي الرسالة (The Medium is The Message) بهذه العبارة التي قالها الباحث الإعلامي ويلبور شرام (Wilbur Schramm)، بدأ هذا البحث القصير الذي يتناول موضوعاً مهماً يتعلّق بإنتاج البرامج بالإذاعة والتلفزيون، وهما أهم وأخطر وسيلتي اتصال في هذا العصر الذي أصبح يطلق عليه تارة عصر الإعلام، وأخرى "عصر التلفزيون" ثم صار عصر المعلومات، عصر الكمبيوتر أو "الحاسب الآلي" أو "الحاسوب". ورغم هذا لم يبعد عن الإذاعة والتلفزيون، إذا علمنا أنّ برامج التلفزيون الآن أصبحت تعرض من خلال شاشة الكمبيوتر، كما أنّ هناك الآن مشروع الطريق السريع للإعلام أو المعلومات (Super High way of Information) الذي يجعل من الراديو والتلفزيون وسيلتين رئيسيتين في نقل وتبادل المعلومات^(١).

(١) الطريق السريع للإعلام: تطوير اتصالي جديد يربط العالم ببعضه من خلال شبكة واسعة من الأقمار متصلة ببعضها بعضاً، ومن خلال الشبكات الأرضية، ويستفيد من المعلومات والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، هذا وقد تم اختيار الباحث عضواً في لجنة الخبراء حول الطريق السريع للإعلام، من

إنَّ عبارة وبلبور شرام تطابق ما بين الوسيلة والرسالة الإعلامية، وهذا أمر لا بُدَّ من الانتباه إليه وإدراكه تماماً، فقد رمى شرام إلى أن يقول: إنَّ الرسالة الإعلامية تتشكل وفق خصائص الوسيلة الإعلامية: مقروعة أو مسموعة أو مرئية أو مسموعة مرئية. فإذا كنَّا بصدد توصيل مضمون معين لجمهور مستهدف من خلال وسائل الإعلام أو الاتصال لوجدنا أنَّ عرضه بصحيفة ما يختلف لغة وأسلوباً وشكلاً مما نعرض بالراديو والتلفزيون أو السينما أو المسرح أو الملصقات أو غير ذلك أو من خلال الاتصال المواجهي أو المباشر. ورغم أنَّنا لا نريد هنا أن نعرض لمدلول كلمات مثل: إعلام (Information) واتصال (Communication) إذ إنَّ هذا سيبعدنا شيئاً ما عن الغرض من بحثنا، إلاَّ أنَّه لا بأس من أن نقول في إيجاز: إنَّ علماء الإعلام والاتصال يرون أنَّ كلمة "إعلام" تتعلق بالمعلومات، وإنَّ كلمة "اتصال" أكثر شمولاً، لأنَّها تتعلق بالمعلومات وغير المعلومات، بالبشر وبالآلات.

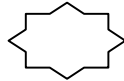
أنواع الاتصال:

للاتصال (Communication) أنواع عدة وتقسيمات مختلفة، فهناك

قبل اللجنة الدائمة للإعلام العربي التابعة لجامعة الدول العربية، بناءً على قرار مجلس وزراء

الإعلام العرب، بتاريخ ١٩٩٥/٧/٦م.

العدد الحادي عشر ١٤٢٦هـ - ٢٠٠٥م



مجلة جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية

الاتصال الإنساني البشري، والاتصال غير البشري (بين الطيور والحيوانات)، وهناك الاتصال الذاتي والاتصال بالآخرين، وهناك الاتصال المباشر، والمواجهي والجمعي، وهناك الاتصال الحضاري والثقافي، وأخيراً الاتصال الجماهيري، وهذا ما يعيننا هنا بصفة خاصة.

الاتصال الجماهيري:

الاتصال الجماهيري (Mass Communication) يكون دائماً عبر ما يسمّى بـ: "وسائل الاتصال الجماهيرية" (Mass Media)، وأهمها: الصحافة، والإذاعة والتلفزيون.

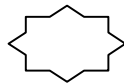
ويتميز هذا النوع من الاتصال عن غيره في أننا لا نستطيع أن ندرك ردود فعل وآثار الرسالة الإعلامية من خلال هذه الوسائل فوراً، وفي نفس اللحظة عند جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين، ولا يتسنى هذا إلا من خلال استطلاعات الرأي وبحوث المستمعين والمشاهدين، كما هو في الإذاعة والتلفزيون.

عملية الاتصال:

لعملية الاتصال (Communication Process) عناصر رئيسية^(١)،

(١) د. محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخالجي بالقاهرة، دار الرفاعي بالرياض،

ط/١، ١٤٠٣هـ - ١٩٨٣م، ص ٢٦.



تتمثل فيما يلي:

[١] المصدر (Source) أو المرسل (Sender) أو القائم بالاتصال
(Communicator).

[٢] الرسالة (Message).

[٣] الوسيلة (Medium).

[٤] المتلقي أو المستقبل (Receiver).

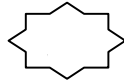
[٥] التأثير (Effect) أو النتيجة (Result) أو الاستجابة
(Response).

[٦] رد الفعل أو التغذية المرتدة (Feed Back).

يقول الدكتور/ محمد سيد محمد: "الرسالة هي: جملة المعلومات والأفكار
والمعاني والتصورات التي يريد المصدر نقلها إلى المستقبل، لأنَّ المعاني نسبية،
وتتسم بشيء من الذاتية.

وفي أثناء تدفق الرسالة خلال شبكات عديدة من الاتصال تتعرض
الرسالة لمن يسميهم علماء الاتصال بحراس البوابات (Gate Keepers)،
فيقومون بنقلها كما هي أحياناً، وتعديلها أحياناً.

أمَّا الوسيلة (Medium) أو القناة (Channel)؛ فإنَّها تقوم بنقل
الرموز التي تحويها الرسالة إلى المستقبل، أي الجمهور.



وعملية الاتصال الجماهيري تتضمن في جوهرها توجيه الاتصال في الوقت نفسه إلى مجموعات واسعة وغير متجانسة من البشر. ويُعدُّ المستقبل هو هدف عملية الاتصال الأساسي، وعليه تجرى الدراسات والبحوث لمعرفة خصائصه قبل تصميم الرسالة، ولمعرفة تأثير العملية الإعلامية في معلوماته واتجاهاته وسلوكه بعد تعرضه لمضمون الرسالة. ولذلك نجد أنَّ دراسة الجمهور المستهدف: الظروف المحيطة به، اللُّغة والأسلوب الذي يناسب مخاطبته، مستوى تعليمه وثقافته، وأحواله الاقتصادية والاجتماعية، كل هذا يكون أساساً للتخطيط الإعلامي، ووضع الخطة الإعلامية المناسبة، واختيار الوسيلة أو الوسائل الإعلامية المناسبة التي تحقق أهداف العمل الإعلامي.

ولما كانت العملية الاتصالية ذات طرفين رئيسيين لا تتم إلاَّ بهما؛ وهما: المصدر أو المرسل أو القائم بالاتصال كطرف أول هو صاحب الرسالة، والمستقبل أو المتلقي كطرف ثان، وهو المستهدف أصلاً بالرسالة، فإننا نقيس نجاح أو فشل العملية الاتصالية بمدى رد فعل أو استجابة المتلقي نتيجة لتأثره الإيجابي أو السلبي بمضمون الرسالة.

ولهذا تكون عملية الاتصال دائماً ذات اتجاهين أو هي عملية دائرية، وإذا لم يكن هناك تأثير ورد فعل فبالتالي تكون العملية فاشلة أو كأنَّه لم تتم.

وإذا كان رد الفعل أو الاستجابة إيجابية يكون قد تحقق الهدف المقصود، وإذا كانت سلبية بمعنى لم يتحقق التأثير؛ فمعنى هذا أن على القائم بالاتصال تعديل مضمون وشكل رسالته ليحقق هدفه الإعلامي.

تخطيط البرامج:

يتطلب التخطيط للبرامج الإذاعة والتلفزيونية، وضمان نجاحه:

[١] تحديد الأهداف المراد تحقيقها بدقة، وفق الفئة أو الجمهور المستهدف في الحضر كان أو في الريف، في قرية أو في بادية، في مشروع زراعي أو غير ذلك، وقد يكون الجمهور المستهدف طلاباً أو عمالاً أو زراعاً أو أطفالاً أو شباباً أو نساءً، ولا بُدَّ أن تحقق الأهداف المحددة الاحتياجات الاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية، والصحية للجمهور وللمجتمع المستهدف.

[٢] وبناءً على الأهداف المحددة توضح الخطة الإعلامية للمشروع أو الحملة الإعلامية التي تناسب الموضوع، مثل: مكافحة الملاريا، تنظيم النسل، تعداد السكان.

[٣] التأكد من توفير الإمكانيات الفنية، من أجهزة اتصال ثابتة ومتنقلة.

[٤] الإمكانيات المادية والمالية تشكل عنصراً مهماً في نجاح الخطة أو الحملة الإعلامية، فلا بُدَّ من توفير المال اللازم ووسائل النقل والحركة.

[٥] الكوادر البشرية المقتدرة والمدربة هي الأساس في نجاح العمل

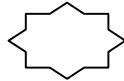
الإعلامي، ولذلك من الضروري أن يكون الكادر البشري متوفراً من إعلاميين وفنيين وكوادر مساعدة من الموظفين والعمال ذوي الدراية بالتعامل في مثل هذه الحالة، كما قد يلزم تدريبهم وتوجيههم وإرشادهم، حتى يستطيعوا أن يضطلعوا بدورهم ويؤدوا رسالتهم كما ينبغي.

الفصل الثاني عناصر الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني

أولاً: عناصر الإنتاج الإذاعي:

لما كانت الإذاعة المسموعة (الراديو) تعتمد أساساً على الصوت، أي على حاسة السمع؛ كان على القائمين بالإعلام الإذاعي المسموع أن يعملوا على أن يحمل هذا الصوت مضامين رسالتهم الإعلامية، مع مراعاة أن المادة المذاعة تسمع مرة واحدة، فلا بُدَّ إذاً أن تتسم بالوضوح والاختصار والدقة في انتقاء الكلمات المعبرة عن المضمون والبعد عن استخدام الكلمات والعبارات المعقّدة والجمل المطولة والمركبة، والألفاظ المستهلكة أو المستهجنة، إذ إنَّ البلاغة دائماً في الإيجاز والبيان.

من هنا نعلم أنَّ الكلمة المنطوقة هي العنصر الأول في العمل الإذاعي، إلّا أنَّ هذه الكلمة تقدم في أشكال مختلفة من حديث وحوار ومقابلة ودراما، مصحوبة بالمؤثرات الصوتية وبالموسيقى التعبيرية والتصويرية، أو تلك التي تستخدم كوسائل انتقال بين الفقرات والمسامع. فمن المهم إذاً أن يدرس الإعلاميون الإذاعيون ماهية الصوت ومصادره وما يتعلق به من الصدى والرنين.



ولعله من المناسب أن نشير إلى أن مصادر الصوت في الإذاعة، هي: الشرائط المسجلة والأسطوانات، الموسيقى والمؤثرات الصوتية، بجانب الكلام المباشر الحي الذي يأتي على لسان المذيع أو مقدم البرنامج على الهواء دون تسجيل مسبق.

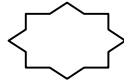
وكاتب النص الإذاعي (Script Writer) لا بُدَّ له أن يلمَّ بخصائص الإذاعة والإمكانات الفنية للاستديو الإذاعي من ميكروفونات وغيرها، وأن يعرف شيئاً عن هندسة الأستديو وهندسة الصوت، بجانب معرفته بأنواع الميكروفونات وأنواع الاستوديوهات وملحقاتها كغرف المراقبة الملحقة بالاستوديوهات (Control Room) أو حجرة المراقبة الرئيسية (Continuity).

ومن أهم الشخصيات العاملة في إنتاج البرامج بالإذاعة: المذيع، والمخرج، ومهندس الاستديو، ومهندس الإرسال، وكاتب النص، وفني الصوت، ومدير أو مراقب الاستديو، بجانب ضابط الحجز، ومنسق البرامج، ومراقب البرنامج، وفني المكتبة، وعامل الاستديو.

والمذيع قد يكون قارئاً للأخبار أو مذيعاً للربط أو مقدماً للبرامج أو محاوراً (Interviewer) أو مديراً لندوة أو نقاش أو مندوباً (Reporter).

ثانياً: عناصر الإنتاج التلفزيوني:

ولما كان التلفزيون هو إذاعة مرئية أو على الأصح هو إذاعة مسموعة

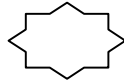


مرئية في آن واحد، يشكل الصوت والصورة العنصرين الرئيسيين في برامج ومادته المذاعة؛ فإننا هنا لا نكرر ما ذكرناه من عناصر المادة المذاعة من خلال الراديو، إذ ينطبق ما قلناه في هذا الصدد على المادة المذاعة أو المعروضة من خلال التلفزيون، إلا أن استخدام الصورة المتحركة في المقام الأول تجعل من المهم الإقلال من الكلام، بحسبان أن الصورة تغني عن جانب كبير من المادة المقروءة أو المنطوقة، إذ إنها تعبر وتحدث كثيراً عما يراد التعبير عنه أو عكسه من خلال الشاشة البلورية الصغيرة. ومن هنا كانت الكتابة للتلفزيون تتسم بإيجاز أو اختصار أكبر مما هي عليه في الإذاعة.

الصورة التلفزيونية:

للصورة التلفزيونية مصادر عديدة، أهمها: كاميرا التصوير التلفزيوني، وشرائط الفيديو المسجلة، والأفلام السينمائية (التليسنيما)، والشرائح (Slides)، والخرائط والجداول والبيانات، والعناوين (Captions)، والصور الفوتوغرافية، والخطوط، علماً بأن جهاز الحاسب الآلي أو الحاسوب أو الكمبيوتر أصبح يقوم بدور كبير ومقدر في العمل التلفزيوني.

وكاميرا التلفزيون قد تنقل صورة حية (مباشرة) (Live) من داخل الاستديوهات، أو صورة حية (منقولة) من خارج الاستديو، باستخدام وحدات النقل الخارجي للوقائع والأحداث المهمة، لوقد تستخدم وحدات المايكرويف



أو الأقمار الصناعية أو الأجهزة الحديثة المتنقلة لنقل الصورة التلفزيونية]. وتكتسب الصورة في التلفزيون أهمية قصوى، فالتلفزيون يعتمد أساساً على الصورة الحية المرئية، والتي لها أهميتها وفعاليتها في جذب اهتمام المشاهد، وتشكل قدرة كبيرة في التأثير على عواطفه، وهي أقدر على التعبير من آلاف الكلمات.

وتُعَدُّ الصورة من أحسن الوسائل إقناعاً، خاصة ونحن نعلم أن الرؤية أساس الإقناع - كما يقولون - (Seeing is Believing). والرؤية أو البصر أهم وأكثر حواس الإنسان استخداماً في اكتساب المعلومات.

ويُعَدُّ التلفزيون من أكثر وسائل الإعلام قدرة على التفسير والتوضيح، لما يتميز به من خاصية الجمع بين الصورة المقترنة أو المدعّمة بالصوت في مشاهد واقعية قريبة من مدارك الإنسان لأنها تتضمن إشارات حاسية السمع والبصر، عمدت الحواس الإدراكية، وعن طريقهما يحصل الفرد على معظم معارفه وخبراته.

وتُعَدُّ الصورة الحية أقوى تأثيراً من الكلمة المكتوبة أو المسموعة، كما أن الألوان تساعد المشاهد في استنباط المعلومات واستيعابها، وبالتالي يحيل التلفزيون المعلومات والأفكار المجردة إلى صورة حية قابلة للفهم والإدراك.

حركات الكاميرا:

تلتقط كاميرا التلفزيون المناظر والمشاهد المراد تصويرها، إمّا وهي ثابتة في مكانها على الحامل أو هي متحركة أو متنقلة من مكانها.

وحركة الكاميرا وهي ثابتة على حاملها نوعان:

[١] اللقطة الاستعراضية (Panorama) :

وهي حركة أفقية تتم فيها متابعة حركة المنظور أو الشيء المراد تصويره أو استعراض المنظر بشكل عام، وتكون هذه الحركة من اليمين إلى اليسار أو العكس، وقد تكون بطيئة أو متوسطة أو سريعة حسب مقتضيات الحال.

[٢] اللقطة الرئيسية (Tilting) :

تكون الكاميرا ثابتة على الحامل ولكنها تقوم بحركة رأسية على محورها أثناء التصوير، لمتابعة حركة المنظور أو الشيء المراد تصويره في حركته من أعلى إلى أسفل أو العكس، وقد تكون بطيئة أو متوسطة أو سريعة.

أمّا حركات الكاميرا التي تنتقل فيها الكاميرا من مكانها، فهي أنواع

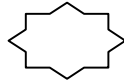
ثلاثة:

[١] الحركة المقتربة و الزاحفة إلى الأمام (Dolly in).

[٢] الحركة المبتعدة أو الزاحفة إلى الخلف (Dolly out).

[٣] الحركة المصاحبة (Traveling - Tracking).

عدسة الزوم (Zoom) :

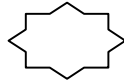


الزوم هي حركة أشبه بحركة الاقتراب والابتعاد، وإن كانت الكاميرا لا تتحرك فيها، إنما بوساطة (عدسة خاصة) هي ما تسمى بالعدسة الزوم (Zoom Lens) أو العدسة متغيرة البعد البؤري، وهي عدسة يمكن تغيير بعدها البؤري بسرعة أثناء التصوير دون توقف أو قطع، بحيث يتغير حجم اللقطة عند عرضها على الشاشة من اللقطة العامة إلى اللقطة الكبيرة في حالة (Zoom in) أو من اللقطة الكبيرة إلى اللقطة العامة في حالة (Zoom out).

اللقطات:

هناك أنواع كثيرة من لقطات الكاميرا، ولكل لقطة معناها التي تعبر عنه، ولذلك لا بُدَّ للمخرج والمصور ومن قبلهما كاتب النص (Script Writer) أن يتوخى الحذر في اختيار اللقطات المناسبة المعبرة عن مضامين نصه التلفزيوني. ومن هذه اللقطات:

- [١] اللقطة التأسيسية (Establishing Shot)
- [٢] اللقطة المكبرة (Close up)
- [٣] اللقطة المكبرة جداً (Extreme Close)
- [٤] اللقطة المتوسطة الكبرى (Medium Close)
- [٥] اللقطة المتوسطة (Medium)
- [٦] اللقطة المتوسطة الطويلة (Medium Long)



[٧] اللقطة الطويلة (Long Shot)

[٨] اللقطة الطويلة جداً (Extreme Long)

وسائل الانتقال :

أي الانتقال من كاميرا إلى أخرى، وتتمثل فيما يلي:

[١] القمع (Cutting)

[٢] الظهور والتلاشي (Fade in and Fade out)

[٣] المزج (Dissolve)

[٤] المسح (Wipe)

[٥] التطابق (التراكب) (Superimposure)

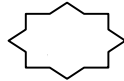
[٦] المزج المتطابق (Matched Dissolve)

[٧] المزج عن طريق تغيير البعد البؤري (Out of Focus – In)

(Focus)

استديو التلفزيون :

لا بُدَّ للمخرج وكاتب النص وكل فريق الإنتاج التلفزيوني أن يكون ملماً
بهندسة الاستديو التلفزيوني وأنواعه وخصائصه وأجهزته وملحقاته، ومن
هذه:



[١] البلاطوه [استديو التصوير].

[٢] الغرفة الفنية (Control Room)

[٣] مراقبة الصوت

[٤] مراقبة الكاميرا (Camera Control)

[٥] أجهزة الرؤية (Monitors)

[٦] التليسنا (Telecinema - Telescene)

الإضاءة:

من أهم عناصر الإنتاج في التلفزيون، وهي التي تعتمد عليها جودة الصورة التلفزيونية (Quality). ولهذا كان من الضروري توفير الإضاءة اللازمة وتوزيعها بشكل مناسب مع مراعاة الأجسام المراد تصويرها (Objects) من حيث الألوان.

يجب أن تتفق شدة الإضاءة ونوعيتها مع اللقطات والمشاهد المطلوبة، ذلك أن سوء الإضاءة قد يفسد المشاهد واللقطات.

وعمل موزع الإضاءة شاق ومضن، يحتاج إلى فهم كامل لمعدات الإضاءة وأنواعها المتباينة، ويجب أن يكون على دراية واسعة بالإلكترونيات، خاصة ما يتصل باستديو التلفزيون ومكوناته، وتشغيل الكاميرات، والميكروفونات، وأنواع التيار الكهربائي.

الخدمات الإنتاجية:

وهذه لا يكتمل العمل التلفزيوني بدونها، وتتمثل فيما يلي:

[١] الديكور.

[٢] الإكسسوار.

[٣] الماكياج.

[٤] وسائل الإيضاح.

[٥] الأزياء.

[٦] الأثاث.

[٧] الخطوط.

تحرير الصوت والصورة:

يبدأ إعداد برامج التلفزيون بتلقي الأفكار والمعلومات من مصدرها ليتم تشكيلها حسب نوعية البرنامج، ونوعية جمهور المشاهدين، حيث تتعدد برامج التلفزيون، فهناك الأخبار، البرامج الإخبارية، الثقافية، الاجتماعية، التعليمية، الرياضية، الخاصة، الطارئة، الدينية، الفثوية كبرامج الأطفال والشباب والمرأة. ويتطلب الإعداد التلفزيوني من صاحبه الـ (Script Writer) أو السينارست (Scenarist) القدرة على تجسيد أفكاره ومعلوماته في صور ولقطات ومشاهد مرئية، على اعتبار أن التلفزيون صورة مرئية في المقام الأول، فضلاً عن قدرته في اختيار مكونات النص من كلمات وجمل وفقرات تؤدي

المعنى بوضوح.

ويعمل معد البرنامج في ظل قيود الزمان والمكان والخصائص التي تميز التلفزيون كجهاز إعلامي غايته توصيل أفكاره ومعلوماته من خلال مخاطبة حاستي السمع والبصر.

فمن الطبيعي أن عليه أن يلم بعناصر التعبير التلفزيوني ومعداته، ويختار ما يجسد مشاهدته، لينجح في توصيل مفاهيمه إلى مشاهديه، بل ويستحوذ على اهتماماتهم منذ اللحظة الأولى وحتى نهاية البرنامج باستخدام أساليب التشويق المتعددة.

فالكتابة للتلفزيون كما يقول د. محمد معوض ليست مجرد تسطير كلمات يلقيها المشتركون في البرنامج، وإنما الكيفية التي تظهر بها الصورة واللقطات والمشاهد في قالب واضح محدّد، يعالج جميع جوانب الفكرة أو الهدف المطلوب في فترة زمنية محددة وأساليب متنوعة، تختلف حسب طبيعة البرنامج التلفزيوني، ونوعيته وإمكانياته والخصائص التي يستخدمها^(١).

والتحرير بالنسبة للتلفزيون يعني تحرير النص وتحرير الصورة، ويطلق الخبراء على التحرير بالصورة (Editing Films and Video Tapes) ويسميها الباحثون والعاملون في المجال بالتوليف (Editing).

(١) د. محمد معوض: المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، ص ٨٧-٨٨.

وتهدف عملية التوليف إلى تجميع اللقطات الفلمية أو التجميع الإلكتروني للمادة المصورة لبرنامج معين عن طريق ما يسمى المونتاج (Montage)، وتعني اختيار وترتيب اللقطات المصورة، وفقاً لتسلسلها وترتيبها الموضوعي المطلوب، لخلق تأثير في مطلوب أو معنى إضافي معين قد يتعلّى المعنى الخاص الذي تعبّر عنه اللقطات^(١).

المونتاج:

يستخدم التلفزيون نوعين من المونتاج: فيلمي، وإلكتروني.

أولاً: المونتاج الفيلمي:

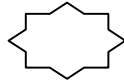
ويعني تقطيع أجزاء الفيلم لإبعاد اللقطات غير المطلوبة أو غير الصالحة، ثم ترتيب وتجميع ما تبقى من لقطات وربطها ببعضها، مع مراعاة تسلسل الموضوع، وفقاً للنص المكتوب. والشخص الذي يقوم بهذه المهمة هو "مؤلف الأفلام" أو المونتير (Monteur) بمساعدة معد الفيلم.

ثانياً: مونتاج الفيديو [الإلكتروني]:

وهو نوعان:

الذي يتم عند إذاعة البرنامج على الهواء مباشرة من داخل الاستديو أو

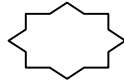
(١) المصدر السابق نفسه، ص ٨٨-٨٩.



بوساطة وحدات النقل الخارجي، وذلك بوساطة المحول (Switch) الذي يمكننا من اختيار أية إشارة مرئية من الإشارات الداخلة له بسهولة، كما يمكن اختيار الصوت المصاحب للصورة الحية. ويتولى الفني (Switcher) تنفيذ تعليمات المخرج الذي يتابع الصور واللقطات على الشاشات أمامه أجهزة الرؤية (Monitors) والمتصلة بمصادر الصورة.

[٢] المونتاج الإلكتروني:

للبرامج المسجلة على شرائط الفيديو (VTR) حيث يتم نقل الفقرات المطلوبة من شريط آخر، ويتميز بالسرعة والدقة، ولكنه يتطلب وحدات عالية الثمن لمونتاج الفيديو (Video Production Apparatus). ويمكن إضافة المؤثرات الإلكترونية أثناء المونتاج، مثل: القطع، المزج، الاختفاء، الظهور التدريجي.



الفصل الثالث

أسس تقويم المادة الإذاعية والتلفزيونية

أولاً: أسس تقويم المادة الإذاعية:

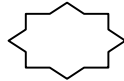
تتلخص أسس تقويم المادة المذاعة من خلال الراديو، سواء كان ذلك برنامجاً أو أغنية أو لحناً موسيقياً، فيما يلي:

[١] لغة وأسلوب النص:

يسبق وضع الخطة الإعلامية أو تخطيط البرنامج الإذاعي دراسة المجتمع أو الجمهور المستهدف أو الفئة أو الفئات المستهدفة بمضامين البرنامج لاختيار اللغة المناسبة التي تخاطب بها ذلك الجمهور، عربية فصيحة، عربية عامية، لهجة أو لغة لقبيلة ما، مع انتقاء الأسلوب المناسب، ومراعاة استخدام العناصر المؤثرة والجاذبة، مثل: الأغاني الشعبية، والمحفوظات التراثية، والقصص والأمثال الشعبية، وما إلى ذلك، واضعين في الحسبان المستوى الثقافي والاجتماعي بصفة عامة، والعقائد والعادات والتقاليد.

[٢] التقديم أو التعليق:

يشكل حسن اختيار المذيع المقدم أو المحاور بما يتفق مع متطلبات البرنامج، عنصراً مهماً ورئيسياً في نجاح البرنامج، وضمن وصول الرسالة وتحقيق أهدافها،



وتضيف شخصيته الكثير لعناصر الجذب والتأثير، كما أنه يمكن أن يستعين بقيادة الرأي في المجتمع المعين - الريفني مثلاً - أو محاورة المواطنين بما يفهمون.

[٣] مستوى الصوت ووضوحه :

قوة الصوت وارتفاعه وانخفاضه (Level) ومدى وضوحه يتسبب في أن يكون مفهوماً ومستوعباً ومؤثراً.

[٤] استخدام الموسيقى :

لا بُدَّ من التأكد من حسن استخدام الموسيقى سواء كنقلات من فقرة إلى أخرى (Bridges) أو كمعبرٍ أو مصوّر للمعاني المرادة.

[٥] استخدام المؤثرات الصوتية :

المؤثرات الصوتية تضيف قوة للنص الإذاعي، وتعبّر عن الزمان والمكان والبيئة، كما قد تستخدم كأدوات انتقال من فقرة إلى فقرة أخرى.

[٦] المضمون :

لا بُدَّ من التأكد مما إذا كان مضمون البرنامج، يحقق الأهداف المرجوة، وبالتالي نتيقن من أن الرسالة الإعلامية قد نُجحت، وأنَّ الاستجابة للرسالة إيجابية ذات أثر وذات مردود يبتغى.

[٧] الوقت أو الزمن المخصص للبرنامج :

الإجابة على هذا السؤال مهمة جداً في تقويم البرنامج الإذاعي: هل الوقت أو الزمن المخصص للبرنامج مناسب، أقل أو أكثر من اللازم؟

ثانياً: أسس تقويم المادة التلفزيونية:

يمكن أن تعتمد الأسس المذكورة لتقويم المادة أو البرنامج الإذاعي المسموع كأسس مناسبة لتقويم النص التلفزيوني من حيث الصوت، ويبقى أن نضيف عناصر وأسساً أخرى تختص بالمادة التلفزيونية المذاعة أو المعروضة من خلال الشاشة البلورية الصغيرة، وتتمثل في يلي:

[١] الصورة:

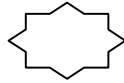
هي العنصر الرئيسي في المادة التلفزيونية، ينظر فيما إذا كانت تعبر عن المعنى المراد، ومدى صحة زاوية التصوير، ومستوى جودة الصورة (Quality)، ومستوى الإضاءة وحسن أو سوء توزيعها، وهل أن اللقطات والمشاهد تحكي فعلاً عن المضمون المراد.

وهنا لا بد من النظر في مستوى الحركة والإيقاع، هل هو سريع أم بطيء أم عادي. فاللقطات القصيرة تعطي إيقاعاً سريعاً، واللقطات الطويلة تعطي إيقاعاً بطيئاً، واللقطات المتوسطة تعطي إيقاعاً عادياً.

[٢] الألوان:

التأكد من سلامة الألوان وتناسقها، وهل هي ناصعة أم باهتة، فهي تضيف شيئاً كثيراً للتشويق وجاذبية المادة أو العكس.

[٣] الديكور:



يُعدُّ الديكور عنصراً مهماً من عناصر توصيل المفهوم وتبسيطه لجمهور المشاهدين، كما أنَّه يعاون في خلق الجو الطبيعي والسيكولوجي لكثير من البرامج، وخاصة الدرامية، والديكور يتم تصميمه وفق احتياجات النص. ووفقاً لتعليمات المخرج (Director) الذي يتولى تحويل النص المكتوب إلى مشاهد ولقطات مرئية، تعالج الفكرة أو الموضوع الذي يعرضه^(١).

[٤] الإكسسوار:

يُعدُّ أحد العناصر التي تكوّن الصورة، ويحتاج تصوير العمل التلفزيوني إلى قطع الإكسسوار حتى يبدو على طبيعته. وقد يكون الإكسسوار جزءاً من الديكور أو جزءاً تابعاً للممثل كالجوهرات والنياشين أو يستخدمه المؤدي أثناء التمثيل أو تقديم برنامجه، كالمؤثرات المستخدمة في الشرح أو التوضيح أو السيوف أو الأسلحة ... إلخ من أدوات تفيد في توضيح الشخصية ودورها. وهناك نوعان من الإكسسوار، هما: الثابت والمتحرك. فالمتحرك مثل: السيارة والسفينة، والثابت مثل: الهاتف، والكتب، وباقات الورود، والساعة، والعقود، وكل ما يريده المخرج أو يحتاجه للبرنامج مع تحديد مواصفاتها.

[٥] الماكياج:

(١) د. محمد معوض: المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، مصدر سابق، ص ٦٩.

يستخدم فن الماكياج في أغراض التزيين والتمثيل، حيث يراد إخفاء الشكل الطبيعي للممثل، وإظهاره بصورة وشكل وملامح الشخصية التي يتقصد دورها أو يقوم بتمثيلها^(١).

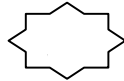
والماكياج مهم جداً بالنسبة لكل الشخصيات التي تظهر على شاشة التلفزيون: مذيعون، وممثلون، وضيوف، كإظهار الحروق أو الجروح أو الوشم، كما يستخدم الماكياج لإظهار الملامح المميزة للشخصيات الدرامية، كإظهار البلاهة أو الشيخوخة.

ويحتاج المخرج والمكيبير للاتفاق على الماكياج الذي يناسب الشخصيات ودورها في العمل التلفزيوني.

[٦] الأزياء:

تعدُّ عنصراً مهماً خاصة في البرامج الدرامية، حيث نجدها من عناصر القصة الأساسية ذاتها، حيث تساعد الممثل على أن يتقصد الشخصية التي يمثلها، كما أنَّها تقوم بأدوار مهمة لها دلالتها في كشف سمات الأشخاص، كملابس المهرج، وملابس العمل المختلفة، كما أنَّها تساعد في إبراز الموضوع، وتزيد من رونق وجودة الأداء والإخراج أو تحط من قيمته، ولها أهميتها في

(١) المصدر السابق، ص ٧٤.



إظهار مدى انسجام المشاهد أو تعارضها.

[٧] الأثاث:

يحدد الأثاث طبيعة المكان وقيّمته من وجهة النظر التاريخية والدرامية، ومن حيث المستوى الاجتماعي، ويُعدُّ جزءاً رئيسياً من ديكور المناظر الحية، وله قيمة تعبيرية في كثير من البرامج.

والبرامج على اختلاف أنواعها تستخدم قطع الأثاث المتنوعة من كراسي ومناضد ومقاعد أو تستخدم غرفاً متكاملة للمعيشة أو النوم أو الجلوس، كما هو الحال في البرامج الدرامية كالتمثيليات والمسلسلات والسلاسل.

[٨] وسائل الإيضاح:

ولها دور كبير ومهم في تبسيط المعلومات المجردة وتجسيدها، بما يزيد من فهم المشاهدين لها واستيعابها، ومنها:

- الصورة الفوتوغرافية.
- الرسوم اليدوية والكاريكاتورية والبيانية.
- الخرائط.

[٩] الخطوط:

ويستخدم التلفزيون نوعين من الخط:

[أ] الخط اليدوي ويعرض من خلال جهاز عرض اللوحات والرسومات

(Caption Card).

و. حديد الطيب السراج

[ب] الخط الذي تستخدم فيه الآلة الكاتبة أو الكمبيوتر أو جهاز الـ Video Font لكتابة أية شعارات إلكترونياً أثناء تنفيذ البرنامج حياً أو مسجلاً. والجهاز يشبه الآلة الكاتبة والتي تظهر حروفها على الشاشة، ويوضع الجهاز في غرفة المراقبة بجوار منضدة الإخراج أو أحياناً في غرفة أجهزة العرض.

خلاصة البحث وخاتمته

أولاً: خلاصة البحث:

[١] مراحل الإنتاج الإذاعي:

تتلخص مراحل إنتاج البرامج الإذاعية فيما يلي:

[١] دراسة الجمهور المستهدف.

[٢] تحديد الأهداف للرسالة الإعلامية.

[٣] وضع الخطة الإعلامية.

[٤] إعداد النص الإذاعي.

[٥] توفير الإمكانيات الفنية والمادية والبشرية اللازمة للإنتاج.

[٦] كتابة السيناريو التنفيذي.

[٧] إعداد خطة التسجيل.

[٨] تسجيل المادة أو البرنامج الإذاعي.

[٩] المونتاج.

[١٠] الاستماع للمادة المسجلة، للمراجعة والتأكد من صلاحية المادة

للإذاعة، من حيث الصوت والمؤثرات الصوتية والمضمون.

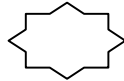
[٢] مراحل الإنتاج التلفزيوني:

وتتلخص مراحل إنتاج البرامج التلفزيونية فيما يلي:

- [١] دراسة الجمهور المستهدف.
- [٢] تحديد الأهداف للرسالة الإعلامية.
- [٣] وضع الخطة الإعلامية.
- [٤] إعداد النص التلفزيوني.
- [٥] توفير الإمكانيات الفنية والمادية والبشرية اللازمة للإنتاج.
- [٦] كتابة السيناريو التنفيذي.
- [٧] إعداد خطة التصوير داخل الاستديو وخارجه.
- [٨] التصوير (Shooting).
- [٩] المونتاج.
- [١٠] مشاهدة المادة المسجلة، للمراجعة والتأكد من صلاحية المادة للعرض، من حيث الصوت والصورة والمضمون.

ثانياً: خاتمة البحث:

تمثل الصفحات أو السطور الأنفة عرضاً مختصراً لعناصر الإنتاج بالإذاعة والتلفزيون، من حيث إعداد الرسالة الإعلامية، ووضع خطة الإنتاج ومراحله



وعناصره وتنفيذ الخطة ثم تقويمها.

وقد رميتُ من هذا العرض أن يتمكن المختصون استرشاداً بما جاء فيه من إنتاج وتقويم المواد أو البرامج الإذاعية والتلفزيونية إعلامياً وفنياً مع تبيان أن الهدف الأول للقائمين بالاتصال هو توصيل الرسالة الإعلامية للجمهور المستهدف بغرض الارتقاء بأدائه وسلوكه، وتغيير أو تعديل مفاهيمه عن الحياة، وتهيئة الظروف المحيطة به اجتماعياً وثقافياً واقتصادياً للنهوض بمجتمعه ومشاركته الفاعلة في التنمية الشاملة بوطنه، وتمكينه من أدوات الرقي والحضارة، ونبذ كل ما يعوق السير على طريق النمو والازدهار، من عادات وتقاليد سلبية، ومن ثم التمسك بأهداب دينه الداعية لكل ما هو إيجابي وكل ما هو في صالح المجتمع.

