

مذكرة في الكتابة والإعداد البرامجي

د. ياسر عبد التواب



أكاديمية الدراسات
الإسلامية والإنسانية

- تحتاج الكتابة للبرامج الإذاعية والتلفزيونية إلى مهارات خاصة وقدرة على التخيل والإبداع والتجديد وإلى إدراك طبيعة وإمكانات الجهازين
- كما تحتاج الكتابة إلى قدرة على تخيل التنفيذ حتى لا يتم التخطيط للكتابة بمعزل عن الإمكانيات المالية والزمنية والتقنية فتخيل الكاتب مثلا لما يتطلب تغيير كوادر الصور ومواقع التصوير وتنوع الأماكن وتغير الشخصيات قد لا يكون واقعا لأنه لا تسعفه الإمكانيات المتاحة لتحقيق ما يحلم به (وهذا في التلفزيون أكثر وضوحا)
- كما أن كثرة ما يطلبه الكاتب من المكتبة الخاصة بالمحطة وما يتبع ذلك من أعمال المونتاج أو الدوبلاج أو المكساج قد يتطلب وقتا أطول يجب عليه عند الكتابة استحضار الزمن المسموح له به قبل أن يدركه الوقت دون تنفيذ جيد

- وعملية الكتابة البرامجية نفسها قد تأخذ صيغا ثابتة لا يمكن الخروج عنها كما في البرامج والأعمال الدرامية ونشرات الأخبار والأجزاء السردية من التقارير والتحقيقات والوثائقيات ؛ كما قد تكون غير ثابتة وخاضعة للتفاعل وردود الأفعال كما في البرامج الحوارية بأنواعها وكما في الندوات والمناظرات والاتصالات
- وذلك لأن المتحدثين في تلك البرامج يطرحون آراءهم ويحتاج العمل عندئذ إلى التفاعل مع ما يطرحون فنسأل ونستوضح ونضيف ونناقش وكل هذا يجعل من المستحيل كتابة النص في قوالب جامدة لا تتزحزح وإنما يتم كتابة محاور للحوار وأسئلة أساسية ومن ثم نبدأ في التفاعل وفقا للإطار العام
- كما أن تلقي الاتصالات من المتابعين ومن غيرهم يضيف لعملية التحكم في البرنامج إطارا آخر يقلل من التحكم في الموضوع
- ويجب أن يعلم أيضا أن الجهازين لهما خصائص مختلفة ويجب الإحاطة بها وتصور الكتابة لأي منها ليتمكن من الكتابة بأفضل الطرق

- فمثلا يجب عند الكتابة للوسيلتين أن تتميز الكلمات بالسلاسة والوضوح وتخاطب العاطفة باعتدال ودون تكلف لأن من سمات الجهازين دخول البعد الإنساني في الوسيلة وذلك بخلاف الوسائل المكتوبة التي تخاطب العقل بشكل أساسي
- كما يجب الاختصار واستعمال الجمل القصيرة والبعد عن التجريد ادراكا لأن طبيعة الناس في التعامل مع الجهازين هي طبيعة مسترخية تميل للهدوء والرغبة في الترفيه فكلما كان الأسلوب خفيفا واضحا مبتكرا ومحببا كلما كان التفاعل معه أكثر

مقدمة

٥

- وفي نفس الوقت يحقق معادلة التثقيف والتنوير وتحقيق الفائدة للمتابعين
- ويجب أيضا أن يكون الكاتب للنصوص مطلعاً على المجتمع وثقافته ومدركاً لاهتماماته وأحواله ومشاكله وطموحاته لكي يكون خطابه له واقعية ولا يصدمه لا يكون بعيداً عن اهتماماته
- وفي كل ذلك يكون أيضاً مطلعاً على تجارب البلاد الأخرى وثقافتها ليقتبس منها النافع المفيد أو ليكتب عنها إن احتاج الأمر وتطلب الموضوع المطروح أن نذكر ما لدى الآخرين



الفصل الأول

خصائص الجهازين وأنواع البرامج

د. ياسر عبد التواب



أكاديمية الدراسات
الإسلامية والإنسانية

خصائص الجهازين وأنواع البرامج

- في هذا المنهج سوف نتعرض لموضوع الكتابة البرمجية ومهاراتها المختلفة لكن دعنا نبدأ بالتعرف على خصائص الجهازين



خصائص التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيري

- ١- استخدام الصوت والصورة : يعتبر التلفزيون بحق أقوى وسائل الإعلام التي ظهرت حتى الآن، فالتلفزيون يفوق كل ما عداه من وسائل الاتصال الجماهيرية، إذ أن قدراته الفائقة التي تتزاوج فيها الصورة بألوانها الطبيعية مع الصوت مجسما تشبع الجماهير وتمتعها في آن واحد، وتجعل المشاهد مشدودا إلى مادتها بغض النظر عن التصنيف الاجتماعي والثقافي "ويمكننا التعرف على قيمة تأثير التلفزيون على الأفراد إذ عرفنا أن الإنسان يحصل على ٩٨% من معرفته عن طريق عاملي السمع والبصر، كما أن استيعاب المرء للمعلومات يزداد بنسبة ٣٥% عند استخدام الصورة والصوت في وقت واحد، كما تطول مدة الاحتفاظ بهذه المعلومات عندئذ بنسبة ٥٥%.



خصائص التليفزيون كوسيلة اتصال جماهيري

- فالصوت والصورة عاملان حيويان يلعبان دوراً كبيراً في حياة الأفراد اليومية ويتصلان بالانفعالات المختلفة لكل فرد مادام يستطيع السمع والبصر، والصورة من الوسائل المقنعة أكثر من الكلمة فإذا ما اقترن الخبر الإذاعي برؤيته على الشاشة مصوراً فإن ذلك يكون أدعى إلى تصديقه، وبالطبع فإن نواحي التأثير الإجتماعي للتليفزيون كثيرة، ومن أهم هذه التأثيرات ما أحدثه التليفزيون من تأثير في الإتجاهات والقيم والسلوك الإجتماعي، ولا يمكن دراسة هذه التأثيرات إلا من خلال دراسة عملية التكيف الإجتماعي التي تشمل كل أنواع التأقلم المباشر وغير المباشر



خصائص التليفزيون كوسيلة اتصال جماهيري

- ٢- يؤثر في المجتمع ويعلم أفراده أكثر من غيره : يتوفر للتلفاز ما لا يتوفر لغيره من وسائل الاتصال لشموله كافة ما فيها (مثل قدرته على استعراض المواد المكتوبة ونقله للأصوات) وهذا ما يرفع قدرته على نقل الأحداث والوقائع والصور لذا فالتليفزيون يعلم أفراد المجتمع أساليب مختلفة في السلوك الفردي والإجتماعي في مختلف الظروف ويوفر للإنسان من المعلومات ما لا تتوافر له في حياته العادية، ويلعب دوراً إيجابياً أو سلبياً في عملية التكيف الإجتماعي بدرجة تفوق مساهمة أجهزة الإعلام الأخرى .



خصائص التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيري

- ويسهم التلفزيون في تعديل المعرفة والاتجاهات عند قطاعات كبيرة من أفراد المجتمع ولا يحدث هذا التغير بتقديم التلفزيون للرسالة الإعلامية بشكل مباشر، بل بأساليب غير مباشرة من خلال التقديم الدرامي الذي من شأنه أن يثير ردود فعل عاطفية لدى المشاهدين كما يستخدم التلفزيون كأداة فعالة ومؤثرة في توعية أكبر عدد ممكن من المشاهدين بحقائق أبعاد كثير من المشكلات السياسية والاجتماعية الموجودة في بلد من البلدان . وبصفة عامة فالتلفزيون يتمتع بعدة مزايا يشارك بعضها مع الوسائل الأخرى وينفرد ببعض الآخر



خصائص الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيري

- للإذاعة خصائص تميزها عن وسائل الإعلام الأخرى أهمها :



خصائص الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيري

- ١- تخطي الحدود : يستطيع الإرسال الإذاعي أن يتخطى الحدود والموانع الطبيعية ، مما يضمن انتشاراً أوسع للرسالة الإذاعية ، ولذلك اعتبرت الإذاعة أسرع وسائل النشر فهي تتفوق في ذلك على الصحف والتلفزيون ، ومختلف وسائل النشر الأخرى ، فهي تصل إلى ملايين البشر في ذات اللحظة بغض النظر عن نوعية المتلقي ودرجة تعليمه وثقافته وسنه . كما أن الإذاعة لا تحتاج إلى جهد من المتلقي كما هو حادث في الصحافة . وقد أدركت الحكومات هذه الخاصية فاتجهت إلى استخدام الراديو وتوظيفه لخدمة أهدافها لقدرته على مخاطبة مختلف الجماهير في نفس الوقت، ولذلك يلعب الراديو دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام السياسي وتنمية الوعي لدى الجمهور.



خصائص الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيري

- ٢- وسيلة رخيصة ومتوفرة : تعتبر الأمية والفقر من العقبات الرئيسية التي تواجه وسائل الاتصال في الدول النامية، وقد أدى ذلك إلى تحجيم دور الصحافة والتليفزيون في القيام بدورهم كاملا، وفي نفس الوقت كانت هذه العقبات من الأسباب التي جعلت الإذاعة المصدر الرئيسي للمعلومات والإرشادات للغالبية العظمى من السكان في كثير من بلدان العالم الثالث، وخاصة الذين لا يقرأون أو يكتبون، وهم يمثلون نسبة كبيرة من سكان العالم الثالث.



خصائص الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيري

- وقد أكدت كثير من الدراسات الإعلامية أن الراديو يعتبر المصدر الوحيد المتاح للإعلام والتعليم وربط سكان العالم الثالث بالعالم أوضحت هذه الدراسة أن ٨٥% من الأشخاص الذين استجوبوا قد أكدوا أنهم يأخذون أخبارهم من الإذاعة.



خصائص الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيري

- ٣- التأثير العاطفي : كما تتميز الإذاعة باستعمالها لمختلف طرق التعبير والتأثير على العاطفة، التي تتمثل في المؤثرات الصوتية وغيرها ، مما يعطي للمستمع شعورا بالمشاركة ويكون تأثيرها أقرب إلى التأثير الشخصي الذي يقترب من الاتصال وجها لوجه.



خصائص الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيري

- ٤- وسيلة ذاتية : يتصف الراديو بخاصية غاية في الأهمية ولا تتوافر تلك الخاصية في وسائل الإعلام الأخرى وهي ذاتية الراديو، فجهاز الراديو جهاز شخصي كما أن الاتصال عن طريق الإذاعة لا يحتاج إلى وسيط خاص، وأن الرسالة الإذاعية تصل مباشرة من المذيع إلى المستمع مما مكن الراديو من خلق علاقة قوية متينة بينه وبين المستمع



خصائص الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيري

- ٥- القدرة على التكرار مع قلة التكلفة : من خصائص الإذاعة أيضا والتي تنفرد بها عن باقي وسائل الاتصال خاصية التكرار، وذلك عن طريق تسجيل المواد الإذاعية وإعادة بثها أكثر من مرة وبأكثر من طريقة، مما يجعل للإذاعة قوة فعالة توازي قوة الاتصال الشخصي.



أنواع البرامج في الإذاعة والتلفزيون

د. ياسر عبد التواب



أكاديمية الدراسات
الإسلامية والإنسانية

أنواع البرامج في الإذاعة التلفزيون

- تمهيد: البرنامج الإذاعي أو التلفزيوني: هو فكرة تجسد وتعالج باستخدام الإذاعة أو التلفزيون كوسيلة تتوافر لها كل إمكانيات الوسيلة الإعلامية بتكوين وتشكيل يتخذ قالباً واضحاً ليعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة ؛ وتتطور البرامج باستمرار حيث نلاحظ ألواناً جديدة وأشكالاً برامجية متميزة من آن لآخر ولا تقف عند حد معين



أنواع البرامج في الإذاعة التلفزيون

- الهدف والتخطيط:
- إن تحديد الهدف في تنفيذ خطة متكاملة يجب أن يركز على معرفة عميقة باحتمالات وحدود الوسيلة المستخدمة وكيفية الاستفادة منها لتحقيق الهدف المطلوب
- فكل وسيلة من وسائل الاتصال لها ميزات تساعد على المساهمة ؛ وعلى هذا فتحدد الأهداف يجب أن يقوم على معرفة تامة بالأحوال الفنية التي تعمل في ظلها الوسيلة، ومثلاً قبل البدء في التخطيط يجب معرفة الرقعة التي تغطيها الوسيلة ومدى جودة الاستقبال وغير ذلك من الفنيات
- ويأتي بعد ذلك تخطيط مخطط لمضمون البرنامج وقد يستلزم ذلك تكوين لجان مؤلفة من إخصائيين في موضوع البرنامج وفي وسيلة الاتصال حتى يمكن الاتفاق على الأولويات وكيفية معالجتها



أنواع البرامج في الإذاعة التلفزيون

- ومعلوم أنه من غير المجدي أن نصف أي برنامج بكونه ثقافيا أو سياسيا أو اجتماعيا على أساس الشكل الذي يقدم به البرنامج ، فالخط الفاصل بين هذا وذاك يجب أن يكون على أساس المضمون والهدف والأثر الذي يحدثه البرنامج
- والهدف من البرامج عموما قد يكون الإعلام أو التعليم أو الترفيه؛ ولتحقيق هذا لا بد في التخطيط الجيد من تحديد المتابع المحتمل للبرنامج بدقة فالبرنامج الذي يخاطب الجمهور العام لا بد أن يحظى بالقبول والبساطة التي تناسب كل المتابعين، وأن يسع الموضوع لاهتمامات كل الناس ؛ ويتم اختيار الكلمات السهلة والأسئلة البسيطة التي تشمل اهتمامات أكبر نسبة من المتابعين ، أما برامج الأحاديث المتخصصة التي توجه إلى قطاع معين من المتابعين فهي تتوافق مع الخصائص العامة واحتياجات جمهورها المستهدف .



أنواع البرامج في الإذاعة التلفزيون

- وتخطيط مضمون البرنامج لا يمكن فصله هو الآخر عن الخطة الثقافية للبرامج ككل فلا بد أن يكون التخطيط وفقا لسياسة عامة تأتي وفق توجه القناة ؛ وهذا المضمون التخطيطي قد يكون متسعا يسع كافة الأفكار عندما تكون سياسة القناة ككل منفتحة تحتل ذلك ؛ لا سيما بعد ظهور الفضائيات الخاصة
- لكن تبقى هناك حدود لتلك الحرية وخطوط أساسية للقناة يلتزمها المخططون وينفذها المعدون.



أنواع البرامج في الإذاعة التلفزيون

- ويوجد الآن أجهزة تتيح للمذيع – الراديو – داخل الاستديو أن يمارس دور الفني في غرفة التحكم فله جهازا يتلقى من خلاله الاتصالات بدلا من انتظار تحويلها عليه ويمكنه أيضا أن يدخل إلى الأرشفة ليرتب بعض المؤثرات المصاحبة أو المقاطع والأناشيد لتكون لديه عند البث أو التسجيل فيتحكم هو في بثها في الوقت الذي يراه مناسبا



أنواع البرامج في الإذاعة التلفزيون

- يطلقون على ذلك الآن (المذيع المخرج) أي أنه يتم توفير وجود مخرج في الأعمال العادية والاستفادة منه في أعمال أكثر تخصصا وإسناد المهام البسيطة للمذيع وليس للفني الذي يتم توجيهه لأعمال أكثر تخصصا كالمونتاج وهذا يفيد أيضا في إجادة العمل لأن المذيع أكثر اطلاعا على الوضع الفكري للعمل أثناء البث فقد يؤجل المقطع المصاحب أو يستبدله وفقا للتطورات على الهواء .. وهكذا صار ذلك أحد المتغيرات المتنامية في هذا الموضوع
- فهنا يكون المذيع شاملا بمعنى أنه مسؤول عن كل شيء في برنامجه، ويمتد الأمر من التقديم والإعداد إلى التعامل بحرفية مع فنون العمل الإذاعي من هندسة الصوت وسوى ذلك.



أنواع البرامج في الإذاعة التلفزيون

- وفي نفس الوقت فالمفروض فيمن يتصدى لعمل إعلامي أن يكون لديه ثقافة متنوعة قد اكتسبها على الأقل من دراسته، ومن الحرص على القراءات والمتابعة لما يحدث حوله، وعليه بعدها صقل كل ذلك وتنمية ثقافته بشكل يومي ليعرف على الأقل ما يتحدث فيه بوعي وإدراك.
- لقد ذهب والى الأبد ذلك التقسيم الافقي الذي كان سائدا في العمل الاعلامي التلفزيوني ونعني بذلك انقسام العاملين بها الى اعلاميين وتقنيين لا يتدخل احدهما في عمل الاخر



أنواع البرامج في الإذاعة التلفزيون

- فالمجموعة الاولى كانت تهتم بالمضمون واعداد المادة التلفزيونية او الاذاعية من حيث محتواها فقط اما الجانب التقني فكان يقوم عليه مجموعة من المهندسين والفنيين لا علاقة لهم أبدا بمضمون المادة الاعلامية مع ما يفرضه هذا الفرز بين المجموعتين على الجانب المعرفي والثقافي لكل منهما .
- لقد قلب الانتقال الرقمي وتحول الصوت والصورة ، الى وحدات قياس رياضية ، جميع المفاهيم المعروفة في العمل الاعلامي بأشكاله كافة ومكن العاملين في مجال الفضاء السمعي البصري من اختصار مراحل كثيرة في عملهم على اعداد المادة الاعلامية ومنحهم قدرة على إنجاز عملهم بأسرع وأدق طريق ، من حيث السرعة في ايصال الرسالة الاعلامية والتحكم بمضمونها وتطوير هذا المضمون بما يتلاءم مع تطور الاحداث وتداعياتهاوهذه التطورات المتسارعة في مجال المعلوماتية وفي المجال التقني فرض على العاملين في الإعلام استخدام ادوات إعلامية جديدة مع ضرورة امتلاك مهارات تقنية لم يكونوا مطالبين بامتلاكها في الماضي القريب ، مع انعكاس آخر شمل جميع حلقات ومراحل انتاج المادة الاعلامية سواء كانت اذاعية ام تلفزيونية ، من حيث اختصار بعض الحلقات والمراحل او اندماج بعض المهن باخرى أو اختفاء بعضها الاخر عن ساحة العمل الاعلامي نهائيا .



أنواع البرامج في الإذاعة التلفزيون

- لم يقتصر التطور التقني لأدوات العمل الاعلامي على رقمنة التجهيزات السمعية البصرية وتحويل الصوت والصورة الى مجرد أرقام فقط ، بل إن الأصعب بالنسبة للعاملين في الاعلام هو ذلك التحول الكبير في آليات العمل الاعلامي وطرق الكتابة والإعداد وتحضير المواد الاعلامية المختلفة واعتماد ذلك كله على التقنيات الحديثة من الكمبيوتر الموصول بشبكة الانترنت والمزود بأحدث برامج معالجة النصوص وكذلك الكاميرات الرقمية وأجهزة المونتاج الرقمي وأجهزة الارسال التلفزيوني الرقمية المحمولة ووصولاً الى شاشات اللمس وجهاز الهاتف المحمول الذي يشمل أيضاً جهاز تسجيل سمعي وكاميرا ثابتة وتلفزيونية اضافة الى امكانية معالجة النصوص والدخول الى الانترنت ومشاهدة التلفزيون والاستماع الى الراديو من خلاله وهذا يعني اختصارات للوقت وجهود ومهارات تضاف للمطلوب من الإعلامي



أنواع البرامج في الإذاعة التلفزيون

- فجيش العاملين سابقا الذين كانوا يقومون بالتغطية التلفزيونية لحدث ما ؛ أصبح يقتصر على شخصين فقط وغالبا على شخص واحد فبدلا من : الصحفي و المصور ومساعدته والمونتير والمخرج وفني الصوت وسائق السيارة وعامل حمل المعدات التلفزيونية الثقيلة... لدينا اليوم إعلامي واحد يقوم باعداد الخبر او التغطية باحثا على الانترنت عن معلومات مفصلة عما يريد تغطيته ثم يقوم هو نفسه حاملا كاميرته الرقمية خفيفة الوزن بتصوير الحدث وما يدور حوله ..ثم ينقل ما صوره الى حاسوبه النقال والمجهز ببرنامج خاص لاجراء المونتاج على ما صوره فيقوم باضافة صوته على المادة بعد مونتاجها .. مجهزةا مادة تلفزيونية يضعها على شبكة الانترنت ويرسلها من حاسوبه الى الشخص المعني في غرفة الاخبار الذي يقوم باستلامها وبثها للمشاهدينكل هذا قام به شخص واحد كان يقوم بعمله في الماضي أكثر من عشرة اشخاص والسؤال الآن كم يحتاج هذا الاعلامي وغيره من العاملين في الفضاء السمعي البصري من جهود لتدريبهم و رفع مستواهم المهني ليكونوا قادرين على اتقان عملهم والاستفادة من الميزات المهنية العالية للتجهيزات والمعدات التي تستخدم اليوم خاصة وأن اجيال المعدات من كاميرات واجهزة مونتاج رقمي وإرسال محمول تصبح من طرز قديمة وتحتاج الى التبدل كل عام ونصف على ابعد تقدير حيث تطرح الشركات المنتجة لهذه المعدات أجيالا جديدة تملك برامج افضل وامكانيات اعلى ووظائف يتم دمجها و اضافتها بعد تصغير حجمها وزيادة فاعليتها ...



أنواع البرامج في الإذاعة التلفزيون

ونود أن نشير إلى أن ما يبت في الإذاعة والتلفاز ينقسم إلى نوعين مختلفين :

١. - أما النوع الأول فهو النوع السردي : ويمثله النشرات والتقارير والدراما حيث يتم سرد المعلومات دون تدخل من المذيع أو أي جهة أخرى بخلاف الإعداد فالنص هنا معد سلفا ولا يجوز الخروج عنه
٢. - أما النوع الثاني فهو (البرامج) بشتى أنواعها
- وهي تتميز : أولا باستخدام الحوار كمحور أساسي أو فرعي – أي الحوار هو محور العمل فيكون أساسيا كالبرامج الحوارية والنقاشات أو يكون الحوار فرعيا كبرامج المسابقات والوثائقيات
- وتتميز البرامج: ثانيا بتلقائية يمنحها لهم البعد عن النصوص المكتوبة سلفا حيث لا يجب عليهم تلاوة تلك النصوص – أو على الأقل في الجزء الحوارية- ولذا يميز تلك البرامج التعبير التلقائي والذي غالبا ما يكون جذابا للجماهير



أنواع البرامج في الإذاعة التلفزيون

وتتبع أهمية البرامج من الفلسفة الواضحة التي تقوم عليها السياسة الثقافية للإذاعة والتلفزيون

ويجب على من يخطط للبرنامج أن يكون على اطلاع على الصور المختلفة للبرامج بحيث يستفيد أحيانا من تلك الصور المذكورة في البرامج المختلفة – من ناحية الشكل - فيطور من أدائه و لينشأ صورا أكثر جاذبية لبرنامجهم لو استطاع لأن الصور الموصوفة هي لواقع يمكن الابتكار فيه.

والبرنامج الحوارى كأحد أهم أنواع البرامج – من ناحية الأفكار - هو شكل برامجى يمكن أن يحوى فيه مضامين مختلفة ومتنوعة سياسية وثقافية واجتماعية ودينية ورياضية وفنية .



أنواع البرامج في الإذاعة التلفزيون

وفي التخطيط البرامجي الناجح تتكامل الصور التي سنذكرها بحيث يمكنها استيعاب كافة أشكال الإنتاج التلفزيوني بالإضافة إلى تناول تلك الأشكال بمضمون مرضي رصين وهادئ ومنضبط بالشرع غير منفلت ولا مداهن وتهدف البرامج على اختلاف مضمونها وأشكالها إلى الإعلام والتثقيف والتعليم والتوجيه والتسلية والترفيه والإعلان ويستطيع الجهاز -تلفزيون أو إذاعة - أن يحقق كل تلك الأهداف من خلال برامجه المتنوعة



أنواع البرامج في الإذاعة التلفزيون

فنخلص من هذا إلى أن هناك نقطتان يجب استحضارهما عند الحديث عن نوعية البرامج:

* ما يتعلق بشكل البرنامج ويسميه البعض الوعاء البرامجي ويمكن إضافة النواحي الفنية المتعلقة به إليه

* ما يتعلق بمضمون البرنامج وذلك يتضمن أيضا المفاهيم والأهداف

وهنا نشير إلى أن البرامج جميعا يمكن أن يدخل فيها الحوار إما بشكل أساس وإما بشكل فرعي فيما عدا الأنواع التالية

وهي: الحديث ذو الطرف الواحد: وهو من أقدم الصور المعروفة حيث يقوم عالم أو مفكر أو داعية له ثقله بتقديم نصائح أو تجارب أو إرشادات مرتبطة بسلسلة أو غير مرتبطة وهذه الصورة يمكن للجنة البرامج أن تقدم اقتراحات بالمواضيع فيها للعلماء ليتسنى ضبط المواضيع التي تحتاج القناة إلى طرحها لتتكامل الصور المطلوب إيصالها للمتلقين



أنواع البرامج في الإذاعة التلفزيون

وقد يتم الحديث من طرف واحد من خلال مذيع ناجح له القدرة على العرض ببساطة ووضوح دون إخلال بمقتضياته ويسميه البعض بالبرنامج الاستدلالي أو الوصفي

وكثيرا ما يسند هذا النوع من البرامج للدعاة المرموقين – والمفكرين المعروفين - الذين لهم القدرة على جذب اهتمام الجمهور ولديهم مصداقية عالية

النوعية الثانية:- البرامج الإبداعية والدرامية: ويستخدم فيها بعض المشاهد التمثيلية الخفيفة والتعليمية إما لقراءة كتاب أو لتقويم سلوك وهي تحتاج لجهد في الإعداد وإسناد الجزء الإبداعي فيها لمتخصصين

النوعية الثالثة : الجزء السردي أو المعد سلفا من التقارير أو الوثائقيات أو النشرات أو المسابقات المعدة سلفا والتي لا يدخل الحوار المعروف ضمنها



أنواع البرامج في الإذاعة التلفزيون

وفيما عدا هذه فكل البرامج تستخدم الحوار بشكل ما
هناك عدة فروق بين البرنامج الإذاعي والتلفازي:



الفروق بين البرنامج الإذاعي والتلفازي

- من ناحية التعبير بالصوت وحده : فالإذاعة تعتمد على التعبير بالصوت بينما تعتمد البرامج التلفازية على الصورة أيضا كما أنها تقدم على الشاشة معلومات أكثر مما تفعله الكلمات ولذلك فتأثير التلفاز في هذا المجال أكبر لأن الصورة تؤثر على المتابع بل وشكل المتحدث وطريقة لبسه وحركات يده كلها تصب في جانب الإقناع أو التنفير بحسب تقبل المشاهد أو عدم تقبله لذلك
- و لذا كتب ليوناردو دافنشي قائلاً : إن العين التي تسمى نافذة الروح والنفس هي القناة الأساسية التي يستطيع المرء أن يدرك بواسطتها المخلوقات السرمدية للطبيعة في أبهى صورها وأكثرها تنوعا حيث تلعب الأذن دورا ثانويا)



الفروق بين البرنامج الإذاعي والتلفازي

- ومع ذلك تفوز الإذاعة بأكبر نصيب في استثارة الخيال وبالقدرة على تبسيط الثقافة فالراديو ينقل رسالته بالتصور وهو يعد في هذا تجريديا في حين يظل التلفزيون في نطاق المحسوس ولذا يقال الإذاعة فن مخاطبة الأعمى أي أنها تستخدم المؤثرات المتاحة لتضعه في صورة أقرب للواقع
- وحين نقرأ حديثا صحفيا سوف نأخذ بالطبع فكرة عن الشخصية التي أجرى الحديث معها ؛ ولكن لا تكون دقيقة وتبقى السمات الشخصية والفردية مستورة ومجهولة بينما في الإذاعة يشكل صوت المتحدث جزءا من طبيعته الفزيولوجية حين تستمع إلى صوت حقيقي وحي ، فسوف يأخذ فكرة عن السمات الفردية لصاحب هذا الصوت وذلك لأن نغمة الصوت وغنى طبقاته وفقرها وطريقة الحديث كلها أمور تتضمن أشياء تساهم في إعطاء مزيد من المعلومات للمستمع عن المتحدث ؛ وأحيانا يميز المستمع مدى تعلم وثقافة المتحدث وكونه ذكي أم بليد ويأخذ فكرة عن مزاجه الشخصي ؛ ومع ذلك يعجز الراديو عن أن يرد الشيء بكامله إلى المستمع فيصل للمستمع صورة صوتية نشأت باستثارة الخيال لتشكيل صورة غائبة لتنشأ أحيانا واقعا وهميا يمكن أن يساهم في إعداد ما يتجاوز الواقع ، وفي التلفزيون نجد أن رؤية الوجه تزيد من انطباع المتابع عنه ويزداد تأثيره وهذا أمر طبيعي



الفروق بين البرنامج الإذاعي والتلفازي

إن التلفزيون كالسينما وسيلة أكثر فاعلية وأكثر إقناعاً من الإذاعة بسبب مقدرته على تقديم المشاهد المختلفة ولا تستخدم الإذاعة الديكور ولا تعرف اللقطات وزوايا الكاميرا وليست بحاجة إلى إضاءة ولا تعرف حدود الزمان والمكان كما هو الحال في الإنتاج التلفزيوني حيث تلعب تلك الحدود دوراً مهماً



الفروق بين البرنامج الإذاعي والتلفازي

- لكن سعة انتشار الإذاعة ووصولها إلى عدد أكبر من المتابعين على اختلاف مشاربهم وأماكنهم يمنحها نقطة قوة لا تنكر فهي تلتقط في أعماق الريف وقلب الصحراء و يتابعها الناس في السيارات والمحلات ولا يحتاج الأمر إلا لإصغاء السمع ولكن هذه الحالة – حالة المتابعة السهلة – يكون لها سلبية وهي عدم المتابعة الدقيقة لما يقال لأن الشواغل الأخرى قد تصرف ذهن المستمع عن المتابعة
- بينما المشاهد التلفازي يكون أكثر استعدادا للمتابعة بسبب طريقة جلوسه أمام الشاشة وتفرغه للمتابعة
- بالنسبة للإنتاج للبرنامج الإذاعي فهو لا يختلف كثيرا داخل وخارج الاستديو فالأمر لا يعدو وجود الضيف أو الضيوف والمذيع وأجهزة التسجيل أو وحدة البث – إن كان مباشرا-
- أما بالنسبة للإنتاج التلفازي فالأمر يختلف كثيرا ؛ فالانتقال يحتاج إلى إمكانات الانتقال وتصاريح وخروج فريق العمل وبالنسبة لطرق التفاهم



الفصل الثاني

صناعة المحتوى السمعي والمرئي

د. ياسر عبد التواب



أكاديمية الدراسات
الإسلامية والإنسانية

صناعة المحتوى السمعي والمرئي

- عندما تتداخل مكونات معينة لتصوغ لنا في النهاية منتجاً ما فإن هذه العملية تعني التصنيع
- وفي مجال الإعلام فإن المنتج الخارج عن تفاعلات العناصر المكونة هو منتج فكري تتضافر عناصر متعلقة بصياغته من اختيار الشكل المناسب له وطريقة صياغته وتناوله ..وكيفية إبرازه والتركيز على نقاط معينة فيه وتتعاقد كافة المؤثرات لإبراز المفاهيم ونقل الأخبار وتوضيح الصورة والتعريف بالشخصيات والترفيه عن الجمهور وبيان الأحداث والتعليق عليها أو حتى ترك المتابع أمام تساؤلات تثير لديه معان معينة..



صناعة المحتوى السمعي والمرئي

- كل ما سبق وذكرناه هو ما نطلق عليه صناعة المحتوى ..كيف يتم صياغة الفكر المقدم للجمهور بطريقة مدروسة وفنية تتداخل فيها المهام المتعلقة بشكل ما يقدم من أجل خدمة المحتوى (المضمون) كل تلك المضامين التي تحقق أهداف الإعلام التي أشرنا إليها آنفا في تلك الدراسة



صناعة المحتوى السمعي والمرئي

• سنتناول موضوع صناعة المحتوى من خلال نقطتين :

الأولى من ناحية التخطيط والتنفيذ الفكري للمحتوى والثانية طريقة التنفيذ العملية وما يتضمنه ذلك من مهارات تقنية

أولا : صناعة المحتوى من ناحية التخطيط والتنفيذ الفكري

كيف نبدأ ؟



صناعة المحتوى السمعي والمرئي

- إن العثور على فكرة جديدة مثيرة للاهتمام هو الهاجس الذي يسيطر على عقل الإعلامي أغلب الوقت إن لم يكن كله. لكن تحويل هذه الفكرة إلى "قصة" مرئية مسموعة يجد فيها المشاهد ما يشبع اهتمامه بالموضوع المطروح ويمتعه بصريا هو سر "الصناعة" الإعلامية التي يتطلب تعلمها والتمكن منها المرور بمراحل خبرة متطورة تبدأ من التعرف



صناعة المحتوى السمعي والمرئي

على بضع خطوات أساسية مثل :

١- الفكرة والتخطيط للبرنامج

- البرنامج الإذاعي أو التلفزيوني: هو فكرة تجسد وتعالج باستخدام الإذاعة أو التلفزيون كوسيلة تتوافر لها كل إمكانيات الوسيلة الإعلامية بتكوين وتشكيل يتخذ قالباً واضحاً ليعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة ؛ وتتطور البرامج باستمرار حيث نلاحظ ألواناً جديدة وأشكالاً برامجية متميزة من آن لآخر ولا تقف عند حد معين



صناعة المحتوى السمعي والمرئي

- فإذا أراد الإعلامي الناجح أن تقدم برنامجا مميزا فعليه أن يبحث عن فكرة جذابة ومفيدة ومختلفة
- ومتناسبة مع الزمن المتاح لك فإن كثيرا مما يقدمه الإعلاميين من برامج متشابهة للغاية والفكرة الناجحة والمبتكرة والمفيدة هي التي يبقى أثرها



صناعة المحتوى السمعي والمرئي

٢- الهدف والتخطيط:

- إن تحديد الهدف في تنفيذ خطة متكاملة يجب أن يركز على معرفة عميقة باحتمالات وحدود الوسيلة المستخدمة وكيفية الاستفادة منها لتحقيق الهدف المطلوب
- فكل وسيلة من وسائل الاتصال لها ميزات تساعد على المساهمة ؛ وعلى هذا فتحدد الأهداف يجب أن يقوم على معرفة تامة بالأحوال الفنية التي تعمل في ظلها الوسيلة، ومثلاً قبل البدء في التخطيط يجب معرفة الرقعة التي تغطيها الوسيلة ومدى جودة الاستقبال وغير ذلك من الفنيات



صناعة المحتوى السمعي والمرئي

- ويأتي بعد ذلك تخطيط ممنهج لمضمون البرنامج وقد يستلزم ذلك تكوين لجان مؤلفة من إخصائيين في موضوع البرنامج وفي وسيلة الاتصال حتى يمكن الاتفاق على الأولويات وكيفية معالجتها
- ومعلوم أنه من غير المجدي أن نصف أي برنامج بكونه ثقافيا أو سياسيا أو اجتماعيا على أساس الشكل الذي يقدم به البرنامج ، فالخط الفاصل بين هذا وذاك يجب أن يكون على أساس المضمون والهدف والأثر الذي يحدثه البرنامج
- لكن تبقى هناك حدود لتلك الحرية وخطوط أساسية للقناة يلتزمها المخططون وينفذها المعدون.



صناعة المحتوى السمعي والمرئي

٣- اختيار الموضوع بين فريقَي التخطيط والتنفيذ :

- لكن تبقى هناك حدود لتلك الحرية وخطوط أساسية للقناة يلتزمها المخططون وينفذها المعدون.
- لاختيار موضوع البرنامج الناجح أسسا يقوم عليها إما من ناحية عنوان وتوجه البرنامج (فقد يكون متخصصا في الأسرة أو الاقتصاد مثلا)
- أو من ناحية اختيار المواضيع داخل الحلقات وعموما فأساس كل اختيار هي فائدة ورغبات المتابع



صناعة المحتوى السمعي والمرئي

- *أما اختيار موضوع البرنامج وعنوانه فالأصل أن يتم هذا من خلال لجنة التخطيط البرامجي التي تراعي أن يكون هناك توازنا في اختيار المواضيع وعناوين البرامج لئلا تحدث فوضى في تركيز العناوين وتمحورها حول معان معينة بينما تغفل مواضيع أخرى يحسن طرحها والأصل في كل ذلك مراعاة مصالح وحاجات ورغبات المتابعين



صناعة المحتوى السمعي والمرئي

- *وقد تقبل اللجنة اقتراحات المذيعين أو المعدين أو المخرجين بعناوين معينة أو باستمرار برامج ناجحة لعدة دورات أو حتى بتثبيت البرنامج الناجح ليصبح هوية ثابتة للمحطة
- *فالمفروض أن إدارة الشاشة تشمل كل العمليات التي تنتهي بظهور مجموعة متناسقة ومتكاملة من البرامج ، تؤدي إلى تحقيق الأهداف المقصودة من الخدمة التي تؤديها قناة بعينها



صناعة المحتوى السمعي والمرئي

- *إذن فكل محطة تعنى بوضع خطوط عريضة لسياسة الإنتاج التي تلائم أهدافها وتراعي تحديد نسبة معينة لكل إنتاج في أوقات برامجها حتى لا تطغى مادة على أخرى
- وهو ما يحقق التوازن بين ما تقدمه من إعلام وتثقيف وتعليم وترفيه كما أن تلك البرامج ومواضيعها يجب أن تستمد من خلال بحوث الاتصال مع الجمهور المستهدف والرسالة المراد توصيلها



صناعة المحتوى السمعي والمرئي

- *والبرامج يجب أن تعالج القضايا الأساسية المعاصرة ولذا فمن المفهوم أن تتخذ تلك الأهداف أشكال الدورات وتكون تلك الدورات متسلسلة ومتتابعة تقوم على مبدأ الاستمرارية ، وقد أدى هذا إلى بروز دور التخطيط طويل الأمد لمدة عام واحد
- *ولجنة البرامج نفسها تخطط للبرامج بطريقة تشبه طريقة تأليف البحوث
- فهي تضع أهدافا عامة وغالبا هي أهداف المحطة نفسها ثم تضع كذلك الأهداف الإعلامية من التثقيف والترفيه والإخبار ثم كذلك تستعرض أنواع البرامج كتلك التي ذكرها الباحث في أول الباب الثالث من البحث



صناعة المحتوى السمعي والمرئي

- ثم تنزل تلك الأهداف على أنواع البرامج فتختار مثلاً لهدف الأسرة (وهو هدف عام فينتقى منه محور (تربية الأبناء مثلاً) ويختار لتنفيذه صورة الندوة حيث يشارك فيها مجموعة من المتخصصين التربويين والشرعيين والآباء في محاور تتنوع في كل حلقة
- ولمحور الزواج : قد يختار برنامج حوارى من ضيف واحد لكل حلقة
- ولمحور التأثير في الأبناء : برنامج مجلة أو مسابقات



صناعة المحتوى السمعي والمرئي

- وهكذا تبدأ تلك المحاور في التوسع كلما نزلنا لأسفل ؛ فمثلا في الندوة المذكورة عن تربية الأبناء : يحدد أي مواضيع تربية الأبناء سيدور البرنامج : فيقال برنامج بصورة الندوة عن تربية الأبناء في مرحلة المهد وما قبل المدرسة وذلك لمدة ساعة أسبوعيا ولدورة كاملة (١٣ حلقة لأربعة أشهر) وهذا اختيار غالب المحطات



صناعة المحتوى السمعي والمرئي

- *وهنا يتوقف دور التخطيط ليبدأ دور الإعداد بعد ما يسند الأمر إلى فريق عمل للتنفيذ والذي يقوم بدوره بتجزئ الهدف الأصلي للبرنامج إلى أهداف صغيرة يصلح كل هدف منها ليكون حلقة متكاملة وفي الاقتراح المذكور : يكون هدف المهد كمرحلة يصلح كعنوان لحلقة : وتشمل محاور أساسية مثل : نفسية الوالدين وتأثير الأبناء بها – موضوع التعود على التدليل في مرحلة المهد – تدخل الأبناء الآخرين في تلك المرحلة



صناعة المحتوى السمعي والمرئي

- ثم يعاد التخطيط إلى اللجنة مرة أخرى لإقراره أو اقتراح بعض التعديلات عليه
- ثم يرسل البرنامج بعد إقراره إلى مراقبة التنسيق لإصداره ووضع خريطة النشرة اليومية (خريطة البرنامج اليومي) التي تعد دستور العمل لجميع الأقسام من المذيعين والفنيين والأقسام الهندسة ووحدات التشغيل
- فيمر البرنامج ضمن آلية ترتيب المواد التلفزيونية وإعدادها لل بث وهو ما يسمى اصطلاحاً بعمليات (التخطيط) و(التنسيق) و (التنفيذ) و(المتابعة) وهي عمليات لها أصول وتستند إلى بعض المبادئ الأساسية في علم الاتصال الجماهيري وما يرتبط به من علوم اجتماعية متعددة



صناعة المحتوى السمعي والمرئي

- ثم يسمح للفريق بالبداة وهنا يبدأ المعد بتحديد المحاور بشكل أكثر تفصيلا وباختيار أو باقتراح الضيوف ومن ثم يبدأ في الاتصال بهم ومعرفة ظروفهم للتسجيل ورايهم في أي الحلقات تصلح لهم وأي المحاور يرونها مناسبة لتلك المواضيع ويتم تحديد لقاء مبدئي ولو قبل الحلقة يتم التفاوض فيه بشأن الحلقة ومحاورها لتحديد النقاط الأساسية التي يتم الحديث عنها مع مراعاة ألا يتم تحديد سير الحلقة بشكل تام حتى لا يكون تسجيلها متكلفا بالنسبة للطرفين بل لا بد من أن يكون الحوار تلقائيا وسنعرض لهذا بتفصيل أكبر في الفصل التالي من البحث



صناعة المحتوى السمعي والمرئي

- وهناك برامج يصعب وضع محاور تفصيلية لها لأن طبيعتها تتطلب أن تكون مرنة وتستوعب المستجدات : مثل تلك البرامج التي تتناول القضايا والمستجدات على الساحات المختلفة (السياسية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية) فكلها يفسح لها في التخطيط ويترك محاورها لاختيار الفريق إما بشكل تام أو بمتابعة من لجنة البرامج وربما إدارة القناة بحسب أهمية المطروح



صناعة المحتوى السمعي والمرئي

- ويشبه هذه البرامج أيضا تلك التي تقوم على استقبال الاتصالات على الهواء والتي تفسح مجالا لرأي المتابعين مثل : ندوات المشاهدين والمنابر الحرة وبرامج الفتاوى الدينية المفتوحة (أي دون تحديد محور للحلقة) فكلها لا يحدد لها محاور تفصيلية وإنما فقط محاور عامة ويترك لحنكة وخبرة فريق العمل مهمة وضع المحاور أو توجيه البرنامج بحسب ما يقتضيه الحال وقتها



صناعة المحتوى من ناحية طريقة التنفيذ

د. ياسر عبد التواب



أكاديمية الدراسات
الإسلامية والإنسانية

صناعة المحتوى من ناحية طريقة التنفيذ

- بعد الاستقرار على فكرة البرنامج أو الحلقة أو حتى التقرير فإننا نحتاج لخطوات عملية ليخرج البرنامج أو الحلقة أو التقرير للنور ومن تلك الخطوات التنفيذية :
- ١- البحث وجمع المعلومات
- قد لا تختلف القصة الإعلامية من حيث البناء (بداية ووسط ونهاية) عن مثيلتها الأدبية ، إلا أن العمل الإعلامي، ورغم كل ما يتطلبه من إبداع، لا يمكن أن يعتمد على خيال أو افتراضات. إذ لا بد وأن يستند هذا النوع من العمل إلى معلومات موثقة وحقائق لن يتأتى الحصول عليها إلا عبر البحث في موضوع الفكرة المطروحة، باستخدام



صناعة المحتوى من ناحية طريقة التنفيذ

- الأدوات المتوفرة (مثل الكتب والصحف والإنترنت والاتصال بالأشخاص المعنيين)، وذلك لتحقيق الأهداف التالية:
- تكوين خلفية معرفية جيدة عن الموضوع المقترح معالجته لتحديد عناصر الموضوع وشخصياته الأساسية.
- تحديد مدخل الموضوع أو زاوية المعالجة.
- تقدير ما سيتطلبه معالجة القصة من وقت وجهد وتكاليف.
- مخطط العرض (التصور المبدئي)



صناعة المحتوى من ناحية طريقة التنفيذ

- بمجرد أن تنتهي من مرحلة البحث الأولية وجمع المعلومات اللازمة وتقرير زاوية المعالجة ، نبدأ بالتفكير في الصور التي نريد التقاطها ونقوم بإعداد تصورات لتسلسل الأحداث. ولكن عند الوصول إلى مسرح الحدث، لا نتمسك بحرفية الخطط الموضوعية بل نحاول البحث عن المزيد من الأشخاص والأحداث اللافتة. وفي الوقت ذاته، لا ننشغل في البحث إلى درجة ننسى معها أنه سيتعين علينا في مرحلة لاحقة تركيب (مونتاغ) اللقطات التي صورناها في سياق مرئي مسموع، مختصر ومفهوم.



صناعة المحتوى من ناحية طريقة التنفيذ

- ٢- التخطيط للتصوير
- التخطيط الجيد أمر بالغ الأهمية إذا ما أردت أن تتجنب الارتباك في موقع التصوير أو المشاكل أثناء عملية المونتاج. وحتى في أبسط اللقطات، سيساعدك جدول الأولويات في الحصول على اللقطات الأهم أولاً، كما أنه مفيد في تخطيط العمليات اللوجستية للمشاركين، ومراعاة ظروف الطقس، وما إلى ذلك.



صناعة المحتوى من ناحية طريقة التنفيذ

- ٣- اختيار التجهيزات
- بعد التخطيط لتصوير لقطاتك، عليك اختيار الأجهزة المناسبة لالتقاطها. وغالباً ما يؤدي الافتقار إلى المعدات الكافية إلى تدني جودة اللقطة.



صناعة المحتوى من ناحية طريقة التنفيذ

- ٤- التنفيذ : بعد الانتهاء من التخطيط واختيار أماكن التصوير والخطط المبدئية والتجهيزات المختلفة فنحن الآن جاهزون للتنفيذ . فلنبدأ على بركة الله تعالى ولنراعي المرونة في التنفيذ واختيار شخصيات بديلة وأماكن تصوير بديلة إن دعت الضرورة
- نحرص على الانتهاء من التصوير المتعلق بمكان واحد مرة واحدة حتى لا نضطر للعودة له مرة أخرى
- ولا مانع من التقاط الصور أكثر من مرة تحسباً للطوارئ
- نلاحظ عدم تصوير ما قد يعد دعاية مجانية لمحل أو سيارة أو سلعة



صناعة المحتوى من ناحية طريقة التنفيذ

- ٥- فنيات ما بعد التنفيذ : يتم اختيار أفضل الصور وحذف المكرر أو عديم الفائدة واختصار العمل أولى من تطويله الذي يصيب المتابع بالملل



صناعة المحتوى من ناحية طريقة التنفيذ

- ٦- بالنسبة للعمل الصوتي : فيتم الاستعداد له بالتخطيط كما أشرنا من قبل وتحديد الموضوع و الشخصيات والاتفاق على ما سبق ذكره من تجهيزات فكرية وضبط سيناريو وعند التسجيل يتم اختيار الميكروفون المناسب للتسجيل (في الأجواء المفتوحة هناك ميكروفونات تلتقط باتجاه واحد فلا تسجل إلا في هذا الاتجاه وهناك ميكروفونات تلتقط في عدة اتجاهات وذلك للحوارات المتعددة الأطراف) ويكون الاستعداد أيضا بتحضير ما يمكن أن يضاف للعمل من مؤثرات ومقاطع تتناسب معه



صناعة المحتوى من ناحية طريقة التنفيذ

- ٧- ثم تنفيذ العمل بالتسجيل ثم الدخول بالمادة لاستديو المونتاج لتنفيذ المقاطع وإضافة المؤثرات وضبط الوقت حسب المخطط له



اختيار الموضوع بين فريقين التخطيط والتنفيذ

د. ياسر عبد التواب



أكاديمية الدراسات
الإسلامية والإنسانية

اختيار الموضوع بين فريقى التخطيط والتنفيذ

- اختيار موضوع البرنامج الناجح أسسا يقوم عليها إما من ناحية عنوان وتوجه البرنامج (فقد يكون متخصصا في الأسرة أو الاقتصاد مثلا)
- أو من ناحية اختيار المواضيع داخل الحلقات وعموما فأساس كل اختيار هي فائدة
- ورغبات المتابع
- *أما اختيار موضوع البرنامج وعنوانه فالأصل أن يتم هذا من خلال لجنة التخطيط البرامجي التي تراعي أن يكون هناك توازنا في اختيار المواضيع وعناوين البرامج لئلا تحدث فوضى في تركيز العناوين وتمحورها حول معان معينة بينما تغفل مواضيع أخرى يحسن طرحها والأصل في كل ذلك مراعاة مصالح وحاجات ورغبات المتابعين



اختيار الموضوع بين فريقَي التخطيط والتنفيذ

- *وقد تقبل اللجنة اقتراحات المذيعين أو المعدين أو المخرجين بعناوين معينة أو باستمرار برامج ناجحة لعدة دورات أو حتى بتثبيت البرنامج الناجح ليصبح هوية ثابتة للمحطة
- *فالمفروض أن إدارة الشاشة تشمل كل العمليات التي تنتهي بظهور مجموعة متناسقة ومتكاملة من البرامج ، تؤدي إلى تحقيق الأهداف المقصودة من الخدمة التي تؤديها قناة بعينها



اختيار الموضوع بين فريقَي التخطيط والتنفيذ

- *إذن فكل محطة تعنى بوضع خطوط عريضة لسياسة الإنتاج التي تلائم أهدافها وتراعي تحديد نسبة معينة لكل إنتاج في أوقات برامجها حتى لا تطغى مادة على أخرى
- وهو ما يحقق التوازن بين ما تقدمه من إعلام وتثقيف وتعليم وترفيه كما أن تلك البرامج ومواضيعها يجب أن تستمد من خلال بحوث الاتصال مع الجمهور المستهدف والرسالة المراد توصيلها



اختيار الموضوع بين فريقى التخطيط والتنفيذ

- *والبرامج يجب أن تعالج القضايا الأساسية المعاصرة ولذا فمن المفهوم أن تتخذ تلك الأهداف أشكال الدورات وتكون تلك الدورات متسلسلة ومتتابعة تقوم على مبدأ الاستمرارية ، وقد أدى هذا إلى بروز دور التخطيط طويل الأمد لمدة عام واحد
- *ولجنة البرامج نفسها تخطط للبرامج بطريقة تشبه طريقة تأليف البحوث



اختيار الموضوع بين فريقَي التخطيط والتنفيذ

- فهي تضع أهدافا عامة وغالبا هي أهداف المحطة نفسها ثم تضع كذلك الأهداف الإعلامية من التثقيف والترفيه والإخبار ثم كذلك تستعرض أنواع البرامج كتلك التي ذكرها الباحث في أول الباب الثالث من البحث
- ثم تنزل تلك الأهداف على أنواع البرامج فتختار مثلا لهدف الأسرة (وهو هدف عام فينتقى منه محور (تربية الأبناء مثلا) ويختار لتنفيذه صورة الندوة حيث يشارك فيها مجموعة من المتخصصين التربويين والشرعيين والآباء في محاور تتنوع في كل حلقة



اختيار الموضوع بين فريقَي التخطيط والتنفيذ

- ولمحور الزواج : قد يختار برنامج حوارى من ضيف واحد لكل حلقة
- ولمحور التأثير في الأبناء : برنامج مجلة أو مسابقات
- وهكذا تبدأ تلك المحاور في التوسع كلما نزلنا لأسفل ؛ فمثلا في الندوة المذكورة عن تربية الأبناء : يحدد أي مواضيع تربية الأبناء سيدور البرنامج : فيقال برنامج بصورة الندوة عن تربية الأبناء في مرحلة المهد وما قبل المدرسة وذلك لمدة ساعة أسبوعيا ولدورة كاملة (١٣ حلقة لأربعة أشهر) وهذا اختيار غالب المحطات



اختيار الموضوع بين فريقَي التخطيط والتنفيذ

- ولمحور الزواج : قد يختار برنامج حوارِي من ضيف واحد لكل حلقة
- ولمحور التأثير في الأبناء : برنامج مجلة أو مسابقات
- وهكذا تبدأ تلك المحاور في التوسع كلما نزلنا لأسفل ؛ فمثلا في الندوة المذكورة عن تربية الأبناء : يحدد أي مواضيع تربية الأبناء سيدور البرنامج : فيقال برنامج بصورة الندوة عن تربية الأبناء في مرحلة المهد وما قبل المدرسة وذلك لمدة ساعة أسبوعيا ولدورة كاملة (١٣ حلقة لأربعة أشهر) وهذا اختيار غالب المحطات



اختيار الموضوع بين فريقَي التخطيط والتنفيذ

- وهنا يتوقف دور التخطيط ليبدأ دور الإعداد بعد ما يسند الأمر إلى فريق عمل للتنفيذ والذي يقوم بدوره بتجزئ الهدف الأصلي للبرنامج إلى أهداف جزئية يصلح كل هدف منها ليكون حلقة متكاملة وفي الاقتراح المذكور : يكون هدف المهد كمرحلة يصلح كعنوان لحلقة : وتشمل محاور أساسية مثل : نفسية الوالدين وتأثير الأبناء بها – موضوع التعود على التدليل في مرحلة المهد – تدخل الأبناء الآخرين في تلك المرحلة



اختيار الموضوع بين فريقَي التخطيط والتنفيذ

- ثم يعاد التخطيط إلى اللجنة مرة أخرى لإقراره أو اقتراح بعض التعديلات عليه
- ثم يرسل البرنامج بعد إقراره إلى مراقبة التنسيق لإصداره ووضعها ضمن خريطة النشرة اليومية (خريطة البرنامج اليومي) التي تعد دستور العمل لجميع الأقسام من المذيعين والفنيين والأقسام الهندسة ووحدات التشغيل



اختيار الموضوع بين فريقَي التخطيط والتنفيذ

- فيمر البرنامج ضمن آلية ترتيب المواد التلفزيونية وإعدادها لل بث وهو ما يسمى اصطلاحاً بعمليات (التخطيط) و(التنسيق) و (التنفيذ) و(المتابعة) وهي عمليات لها أصول وتستند إلى بعض المبادئ الأساسية في علم الاتصال الجماهيري وما يرتبط به من علوم اجتماعية متعددة



اختيار الموضوع بين فريقَي التخطيط والتنفيذ

- ثم يسمح للفريق بالبدء وهنا يبدأ المعد بتحديد المحاور بشكل أكثر تفصيلاً وباختيار أو باقتراح الضيوف ومن ثم يبدأ في الاتصال بهم ومعرفة ظروفهم للتسجيل ورايهم في أي الحلقات تصلح لهم وأي المحاور يرونها مناسبة لتلك المواضيع ويتم تحديد لقاء مبدئي ولو قبل الحلقة يتم التفاوض فيه بشأن الحلقة ومحاورها لتحديد النقاط الأساسية التي يتم الحديث عنها مع مراعاة ألا يتم تحديد سير الحلقة بشكل تام حتى لا يكون تسجيلها متكلفاً بالنسبة للطرفين بل لا بد من أن يكون الحوار تلقائياً وسنعرض لهذا بتفصيل أكبر في الفصل التالي من البحث



اختيار الموضوع بين فريقَي التخطيط والتنفيذ

- وهناك برامج يصعب وضع محاور تفصيلية لها لأن طبيعتها تتطلب أن تكون مرنة وتستوعب المستجدات : مثل تلك البرامج التي تتناول القضايا والمستجدات على الساحات المختلفة (السياسية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية) فكلها يفسح لها في التخطيط ويترك محاورها لاختيار الفريق إما بشكل تام أو بمتابعة من لجنة البرامج وربما إدارة القناة بحسب أهمية المطروح



اختيار الموضوع بين فريقَي التخطيط والتنفيذ

- ويشبه هذه البرامج أيضا تلك التي تقوم على استقبال الاتصالات على الهواء والتي تفسح مجالا لرأي المتابعين مثل : ندوات المشاهدين والمنابر الحرة وبرامج الفتاوى الدينية المفتوحة (أي دون تحديد محور للحلقة) فكلها لا يحدد لها محاور تفصيلية وإنما فقط محاور عامة ويترك لحنكة وخبرة فريق العمل مهمة وضع المحاور أو توجيه البرنامج بحسب ما يقتضيه الحال وقتها



ثانيا : صناعة المحتوى من ناحية طريقة التنفيذ

- بعد الاستقرار على فكرة البرنامج أو الحلقة أو حتى التقرير فإننا نحتاج لخطوات عملية ليخرج البرنامج أو الحلقة أو التقرير للنور ومن تلك الخطوات التنفيذية :

١. البحث وجمع المعلومات

- قد لا تختلف القصة الإعلامية من حيث البناء (بداية ووسط ونهاية) عن مثيلاتها الأدبية ، إلا أن العمل الإعلامي، ورغم كل ما يتطلبه من إبداع، لا يمكن أن يعتمد على خيال أو افتراضات. إذ لا بد وأن يستند هذا النوع من العمل إلى معلومات موثقة وحقائق لن يتأتى الحصول عليها إلا عبر البحث في موضوع الفكرة المطروحة، باستخدام
- الأدوات المتوافرة (مثل الكتب والصحف والإنترنت والاتصال بالأشخاص المعنيين)، وذلك لتحقيق الأهداف التالية:



صناعة المحتوى من ناحية طريقة التنفيذ

- تكوين خلفية معرفية جيدة عن الموضوع المقترح معالجته لتحديد عناصر الموضوع وشخصياته الأساسية.
- تحديد مدخل الموضوع أو زاوية المعالجة.
- تقدير ما سيتطلبه معالجة القصة من وقت وجهد وتكاليف.
- مخطط العرض (التصور المبدئي)
- بمجرد أن تنتهي من مرحلة البحث الأولية وجمع المعلومات اللازمة وتقرير زاوية المعالجة ، نبدأ بالتفكير في الصور التي نريد التقاطها ونقوم بإعداد تصورات لتسلسل الأحداث. ولكن عند الوصول إلى مسرح الحدث، لا نتمسك بحرفية الخطط الموضوعية بل نحاول البحث عن المزيد من الأشخاص والأحداث اللافتة. وفي الوقت ذاته، لا ننشغل في البحث إلى درجة ننسى معها أنه سيتعين علينا في مرحلة لاحقة تركيب (مونتاغ) اللقطات التي صورناها في سياق مرئي مسموع، مختصر ومفهوم.



صناعة المحتوى من ناحية طريقة التنفيذ

- تكوين خلفية معرفية جيدة عن الموضوع المقترح معالجته لتحديد عناصر الموضوع وشخصياته الأساسية.
- تحديد مدخل الموضوع أو زاوية المعالجة.
- تقدير ما سيتطلبه معالجة القصة من وقت وجهد وتكاليف.
- مخطط العرض (التصور المبدئي)
- بمجرد أن تنتهي من مرحلة البحث الأولية وجمع المعلومات اللازمة وتقرير زاوية المعالجة ، نبدأ بالتفكير في الصور التي نريد التقاطها ونقوم بإعداد تصورات لتسلسل الأحداث. ولكن عند الوصول إلى مسرح الحدث، لا نتمسك بحرفية الخطط الموضوعية بل نحاول البحث عن المزيد من الأشخاص والأحداث اللافتة. وفي الوقت ذاته، لا ننشغل في البحث إلى درجة ننسى معها أنه سيتعين علينا في مرحلة لاحقة تركيب (مونتاغ) اللقطات التي صورناها في سياق مرئي مسموع، مختصر ومفهوم.



صناعة المحتوى من ناحية طريقة التنفيذ

٢ - التخطيط للتصوير

- التخطيط الجيد أمر بالغ الأهمية إذا ما أردت أن تتجنب الارتباك في موقع التصوير أو المشاكل أثناء عملية المونتاج. وحتى في أبسط اللقطات، سيساعدك جدول الأولويات في الحصول على اللقطات الأهم أولاً، كما أنه مفيد في تخطيط العمليات اللوجستية للمشاركين، ومراعاة ظروف الطقس، وما إلى ذلك.



صناعة المحتوى من ناحية طريقة التنفيذ

٣- اختيار التجهيزات

- بعد التخطيط لتصوير لقطاتك، عليك اختيار الأجهزة المناسبة لالتقاطها. وغالباً ما يؤدي الافتقار إلى المعدات الكافية إلى تدني جودة اللقطة.

٤- التنفيذ : بعد الانتهاء من التخطيط واختيار أماكن التصوير والخطط المبدئية والتجهيزات المختلفة فنحن الآن جاهزون للتنفيذ .. فلنبداً على بركة الله تعالى

- ولنراعي المرونة في التنفيذ واختيار شخصيات بديلة وأماكن تصوير بديلة إن دعت الضرورة
- نحرص على الانتهاء من التصوير المتعلق بمكان واحد مرة واحدة حتى لا نضطر للعودة له مرة أخرى



صناعة المحتوى من ناحية طريقة التنفيذ

٥- فنيات ما بعد التنفيذ : يتم اختيار أفضل الصور وحذف المكرر أو عديم الفائدة واختصار العمل أولى من تطويله الذي يصيب المتابع بالملل

٦- النسبة للعمل الصوتي : فيتم الاستعداد له بالتخطيط كما أشرنا من قبل وتحديد الموضوع و الشخصيات والاتفاق على ما سبق ذكره من تجهيزات فكرية وضبط سيناريو وعند التسجيل يتم اختيار الميكروفون المناسب للتسجيل (في الأجواء المفتوحة هناك ميكروفونات تلتقط باتجاه واحد فلا تسجل إلا في هذا الاتجاه وهناك ميكروفونات تلتقط في عدة اتجاهات وذلك للحوارات المتعددة الأطراف) ويكون الاستعداد أيضا بتحضير ما يمكن أن يضاف للعمل من مؤثرات ومقاطع تتناسب معه

٧- ثم تنفيذ العمل بالتسجيل ثم الدخول بالمادة لاستديو المونتاج لتنفيذ المقاطع وإضافة المؤثرات وضبط الوقت حسب المخطط له



الفصل الثالث : من هو معد البرامج؟

- يمكننا أن نقول أن معد البرامج هو أقرب إلى المفكر أو الكاتب منه إلى أي شيء آخر لكنه يختلف عن الكاتب في أن عمله لا يقتصر على مجرد الكتابة أو التصور الفكري للبرنامج بل يضاف إليه أيضا مجموعة مهارات أساسية فالمعد يقوم بإعداد العمل التلفزيوني أو الإذاعي ككل ، وتطلق كلمة إعداد على المعالجة الفنية لنص من النصوص حتى يمكن تقديمه بالطريقة المناسبة التي تلائم طبيعة التلفزيون كوسيلة إعلامية فهو إن كاتب من نوع خاص يكتب ليرى ما كتب وليس فقط ليقرأ ما كتبه .



الفصل الثالث : من هو معد البرامج؟

- ويعتبر المعد والمذيع هما الشخصيتان الأكثر جذرية وأهمية في البرامج الإذاعية والتلفزيونية ؛ ويعد المعد هو مجسد وحامل الاتجاه الأيدلوجي والناطق باسم المجتمع والمعبر عن مصالحه
- وهناك نوعية معينة من البرامج تعتمد اعتمادا كليا على النص الذي يقدمه المعد أو الكاتب، لكن هناك برامج أخرى يقوم المعد فيها باختيار الموضوع لأشخاص المشاركين والاتصال بهم وإقناعهم بالمشاركة والاتفاق معهم على كافة الخطوات والترتيبات للحوار، ويقوم بعد ذلك بصياغة الأسئلة التي يستخدمها مقدم البرنامج في حوار مع الضيوف وكتابة بعض النقاط المهمة التي تنير الطريق أمام مقدم البرنامج وهنا يبرز دور معد البرنامج الحواري



الفصل الثالث : من هو معد البرامج؟

- فمعد البرنامج الحواري في الحقيقة يجب أن يكون أكثر مرونة وأكثر استعدادا للمفاجآت من غيره من المعدين الذين لا يمكن الخروج على ما كتبوه من النصوص .
- وفي كل الأحوال يجب على المعد قبل أن يبدأ كتابته أن يفكر أولاً في كيفية ظهور ما يكتبه على الشاشة إن كان البرنامج تلفزيونياً ، ويكون له القدرة على الوصف والتعبير بالكلمة للإذاعة
- وكل هذه العناصر المرئية والصوتية مع تفهم الأساسيات التقنية للتلفزيون وأجهزة الإنتاج من كاميرات وغرفة مراقبة وتحكم ومكان الإنتاج والحدود التي يفرضها، وكيفية تنفيذ الإنتاج، وهل سيتم تسجيله أو عرضه مباشرة.. كل هذه المقومات تشكل فن الإعداد التلفزيوني أو الإذاعي .



أسس اختيار المعد

- تعتبر وظيفة "معد البرامج" من الوظائف المهمة في شبكات التلفزة والإذاعة، فهي العمود الفقري لأي برنامج فيهما ، فإعداد البرامج هو الأساس الذي تبنى عليه بقية العناصر للبرنامج (التقديم، التصوير، الديكور، الإخراج، المونتاج)، كما أن هذه العناصر تحول ما كتب المعد على الورق إلى واقع مرئي أو مسموع.
- لذا فهذا النوع من الوظائف هو خليط من الموهبة والعلم والممارسة.



أسس اختيار المعد

- وعلى معد البرنامج أن يستوعب جيداً مقومات صياغة الرسالة الإعلامية وكيفية استخدام كل عناصرها لأن هذه العناصر هي مفردات لغة الجهاز الذي يصوغ بها ويعبر من خلالها عن مشاعره وأفكاره وكل ما يريد توصيله للمتابع
- وبينما يفضل كثير من المذيعين الانفراد بالإعداد مع التقديم ؛ فإنه -وبرأي الباحث - يكون هذا أفضل لكن من توفرت له الشروط التي سنذكرها من أسس اختيار المعد وتنمية ثقافته فإن ذلك سيعطي البرنامج حيوية وسرعة تصرف وإن كان الأمر لن يخلو من عيوب سنذكرها بعد قليل



سمات معد البرامج

- الأصل في معد البرنامج أن يكون لديه الاستعداد الشخصي والرغبة في الكتابة والإعداد وهو ما نطلق عليه موهبة ، ثم عليه بعد ذلك صقل هذه الموهبة وتنميتها بالمران والممارسة.
- ولكي تسير تجربة المعد بنجاح فهي في حاجة إلى تنمية مستمرة، ويتأتى ذلك بالدراسة العلمية المتعمقة والاشتراك في الدورات التدريبية المتخصصة.
- وسوف نستعرض عددا من السمات والمؤهلات العامة التي ينبغي توفرها في معد البرامج وقد اختصرت في استعراض ما يكون متشابها مع ما ذكرناه عند الحديث عن المذيع ومنها:
- - تشترط معظم المحطات العربية توفر مؤهل جامعي، وتتمكن من اللغة العربية والإنجليزية.



سمات معد البرامج

- - القدرة على التعبير عن الأفكار وتتجلى هذه القدرة في مقدرة على الكتابة.
- - القدرة على تحصيل المعرفة وفهم الآخرين وتحصيل المعلومات من خلال قدرته على القراءة والاستماع.
- - مستوى معرفي جيد بالموضوعات التي يكتب فيها.
- - المعاشية الكاملة للواقع والإحساس الشديد بمشكلات مجتمعه.
- - القدرة على التخيل والابتكار.
- - الالتزام بالمعايير الأخلاقية كالصدق والموضوعية.



سمات معد البرامج

- - الإلمام بالتشريعات الإعلامية.
- - فهم التلفزيون والإذاعة كوسيلة إعلامية وخصائصها ومقوماتها.
- - الإلمام بالثقافة العامة، والمقصود بها مجموعة المعارف والاهتمامات المتنوعة التي تشمل السياسة والتاريخ والاقتصاد والمجتمع، وهذه الثقافة الموسوعية تعد جزءًا لا يتجزأ من مدركات الكاتب ورصيدا مهما من الأفكار والمعلومات التي كثيرا ما تعينه على أداء عمله.
- - التزود بالثقافة التي تتصل بالعمل التلفزيوني أو الإذاعي، بمعنى أن يتزود الكاتب بمجموعة المعارف الأساسية والعلوم والفنون التي تتصل بالعمل وترتبط به، فضلا عن العلوم والفنون التي تتصل بتخصص دقيق يكون الكاتب قد اختار العمل فيه.
- - المرونة والقدرة على مواجهة المفاجآت، وهذا أمر تفرضه طبيعة الإنتاج، حيث يخضع للمفاجآت والظروف المتغيرة في كثير من جوانبه.



سمات معد البرامج

- فقد يرفض أحد الضيوف الحضور في لحظة حرجة، وقد يتعذر الحصول على موافقة السلطات لتصوير برنامج ما أو لقطات في مكان معين، كما قد يتعذر التصوير في مكان ما لسبب فني خارج عن الإرادة، وهذه المفاجآت تتطلب من المعد أن يكون مرنا أو أن تكون لديه القدرة التي تمكنه من مواجهة مثل هذه المفاجآت.
 - ولذلك يقال إن المعدين الذين أحدثوا تفوقا وبرزوا في هذا المجال لم يبرهنوا على أنهم موهوبون فقط بل إنهم قادرون كذلك على تحمل التوترات الهائلة الناجمة عن طبيعة العمل الإعلامي وتحت ضغط مواعيد تحدد تحديدا دقيقا، سواء فيما يتعلق بالتسجيل داخل الاستوديوهات أو التصوير والنقل الخارجي أو البث المباشر من الاستوديو.
- ومن هنا فإن الكتابة الجيدة وإن كانت شيئا ضروريا ومطلبا أساسيا فإن ذلك لا بد أن يتم في إطار المواعيد والأوقات المحددة التي تتوافق مع طبيعة العمل الإذاعي أو التلفازي وظروفه التي قد تضطر المعد لمواجهة حالات معينة تقتضي اختصار النص أو إعادة كتابته أو إضافة معلومات جديدة



سمات معد البرامج

- فضلا عن ذلك فإن المعد المتفهم لأهمية الفكرة وأهدافها وجمهورها أن يزيد من معلوماته عن الفكرة ويقوم بدراستها بشكل أعمق مستعينا بالمعلومات الأرشيفية أو بالأشخاص المتصلين بها وأن يراجع المتخصصين للتحقق من المعلومات وأن يتابع البرنامج بعد إذاعته ويراقب ردود أفعال المتابعين والنقاد ليستفيد بذلك في تحسين أسلوبه



أسس أخرى متعلقة بشخصية المعد:

- هناك أسس أخرى غير الحرفية المذكورة آنفا وغير مذكورة أيضا في صفات المذيع التي سبق ذكرها ؛ وهي تتعلق بما يمكن أن نسميه الصحة والسلامة الفكرية للمعد وذلك أن المعد يمارس عملا فكريا مؤثرا فلا بد أن يكون صحيح الفكر غير معتل النفس
- -وكثيرا ما يخضع طلاب كليات التربية لجلسة خاصة مع أحد المتخصصين ييدي فيها رأيه في سلامته الفكرية فالذي يراه الباحث أيضا أن يخضع المعد - بل وكل المؤثرين في العمليات الإعلامية- لاختبارات مشابهة نظرا لخطورة الدور الذي يقومون به وليكون المجتمع بمعزل عن أصحاب الأفكار الهدامة أو الشذوذ الفكري



أسس أخرى متعلقة بشخصية المعد:

- -الصحة الاجتماعية : يجب أن يكون المعد سليما من الناحية الاجتماعية ؛ لديه القدرة على التوافق مع المجتمع واكتساب الأصدقاء ولديه القدرة على التكيف مع الجماهير حسب مستوياتهم الفكرية فيتحسس مشكلات المجتمع ويتفاعل معها بغية المساهمة في علاجها ؛ كما يتصف دائما بالموضوعية والدقة ؛ ويكون لديه قدرا كافيا من الدراسة في علوم اجتماعية مثل : علم النفس الاجتماعي – علوم الاتصال بالجماهير – الدراسات المتعلقة بالرأي العام وغيرها من الدراسات الإعلامية المفيدة في الجانب الاجتماعي



أسس أخرى متعلقة بشخصية المعد:

- - سلامة العقيدة والإلتزام الأخلاقي: يجب على المعد أن يكون مؤمناً برسائله وأن يكون صاحب عقيدة سليمة يدافع عنها ويعمل من أجلها فإن أحد الأهداف الكبرى من عمل المعد أن يحمي عقائد المجتمع من الانحرافات وأن يسعى للقضاء على المعتقدات الخاطئة التي تنتشر بين العوام وأن يسعى لتعديل سلوك الجماهير بما يتلاءم مع جوهر الدين وأن يرسى قواعد الخير والفضيلة وأن يدعم الاتجاه إلى أداء العبادات
- - وهذا كله لا يأتي إلا لمن كان صاحب عقيدة سليمة خالية من الانحراف وخلق قويم يدفعه لتحمل مسؤولياته الفكرية



١٠٤ وبعد استعراضنا لأهم الصفات الأساسية التي تعد أسسا لاختيار المعد نود أن نلفت النظر لأهم الخصائص التي ينبغي أن تستمر بعد امتهانه لتلك المهنة :

- أولا : تعدد روافد الثقافة: فالمعد لا بد أن يكون واسع الثقافة كثير الاطلاع متابعا جيدا لما يقدم في مضمار اهتمامه ولما يفيد فيه ولقد أضحى الحصول على المعلومات يسيرا بعد شيوع التقنيات الحديثة لنقل معلومات كالإنترنت والفضائيات



- بالإضافة للطرق التقليدية للحصول على المعلومات مثل المكتبات والصحف ووكالات الأنباء

- كل تلك المتغيرات وغيرها يجب أن تنتظم معا داخل عقلية المعد

- ولدعم هذا الرافد لا بد للمعد أن يهتم بتنمية قدراته البحثية وتحديد معلوماته واطلاعه على كل جديد في مجال اهتمامه بشكل خاص وفي غيره من المجالات ولو بصورة مختصرة



- ثانيا : أهمية الأرشيف بالنسبة للمعد : إن كلمة الأرشيف تعني مجموعة الوثائق المتعلقة بأعمال أي جهاز إداري أي التي تكون لها أهمية تاريخية أو قانونية وهناك أنواع عديدة منها : الأرشيف التاريخي – القضائي الأدب والفنون – السياحي – العسكري
- ويجب على المعد أن يكون على اطلاع كامل بأرشيف المحطة التي يعمل بها وغيرها من الأرشيف المتاحة ليسهل عليه استدعاء المعلومات المختلفة التي يحتاج إليها في عمله
- وصارت أغلب الأرشيفات الآن تخزن رقميا في ذاكرة الحاسب الآلي ويتم استرجاع المعلومات بطريقة سهلة ومنظمة وسريعة بالإضافة إلى إمكانية تخزين الصوت والصورة في الأرشيف وهو ما اصطلح على تسميته بالوسائط المتعددة (Multi Media) والأرشيف الإعلامي المثالي : يكون بسيطا – سريعا – يمكن الاعتماد عليه – قابلا للتوسع

- ويعرف الدكتور أبو الفتوح حامد الأرشيف الصحفي بأنه مجموعة المواد الضخمة التي تتضمن المعلومات التي تفيد في الحقل الصحفي والتي تتجمع على مرور الزمن نتيجة العمليات المستمرة لتجميع المواد عن طريق اختيار القصاصات من الصحف وتجميع الصور والخرائط والنشرات)
- ثالثا : أهمية استخدام شبكة الإنترنت : حيث سيجد فيها أفكارا ومعلومات وإحصاءات وآراء لا يستطيع الاستغناء عنها ؛ كما يستفيد من محركات البحث المختلفة – لا سيما تلك المتخصصة – ليشري معلوماته

- فالإنترنت يمكن النظر إليها على أساس أنها نظام بريدي ضخم أو مؤتمر كبير يساهم فيه عدد كبير من المشتركين من التخصصات المختلفة أو موسوعة على الهواء أو مركز كبير للمعلومات
- رابعا : أهمية العلاقات الشخصية وحضور الفعاليات المختلفة :
- وتلك النقطة مما يفيد المعد جدا ويجدد أو ينشئ ثقافته ويوسع شبكة معارفه ؛ ومن ذلك حضور المؤتمرات والمحاضرات والذهاب إلى الجامعات ومراكز البحث أو أماكن ممارسة ما يهتم به من المواد فالمعد الرياضي يحضر الفعاليات الرياضية ويوثق علاقاته بالمهتمين والمحررين والمدرين وذوي الشأن في هذا المجال وهكذا يكون المعد للبرامج الثقافية والاجتماعية والدينية يوطد كل منهم علاقاته ويحضر فعاليات لكل تلك الأنشطة
- وهنا يمكنه لاحقا أن يستفيد من هؤلاء بأن يستشيرهم فيما سيقدم وأن ينصحوه ويرشدوه فيما قدم

