

مفهوم الإنتاج الإذاعي

عمرو أحمد شريف أحمد وحسن محمد الزين

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا الالكتروني: amroashareif@gmail.com

مستخلص

يهدف هذا البحث الى تسليط الضوء على عمليات الإنتاج الإذاعي، مفهومه ومراحلها وتوفير المعلومات اللازمة في هذا المجال وتناول البحث أهمية الإنتاج الإذاعي وإسهامه في تقديم برامج إذاعية مؤثرة وجاذبة لانتباه المتلقي إضافة الى ندرة وقلة البحوث والدراسات في مجال الإنتاج الإذاعي. مما يساعد في تقديم معلومات جديدة وأشار البحث إلى ان المشكلة التعرف للمنهج المهني والعلمي الذي تقوم عليه عملية الإنتاج الإذاعي والتي يسعى من خلالها الى تجويد الأداء لتحقيق الأهداف المرسومة التي تؤثر على المتلقي وتقديم اكبر قدر من المعلومات للباحثين والمهنيين تعينهم على تجويد الأداء بصورة متميزة في عملية الإنتاج الإذاعي .

وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وتوصل الباحث إلى نتائج أهمها :

- 1- ان تخضع عملية الإنتاج الإذاعي لمعايير مهنية وعلمية لتحقيق الأهداف المرسومة.
- 2- ان تمر عملية الإنتاج الإذاعي بمراحل لتجويد الأداء والتأثير على المتلقي وجذب انتباهه.
- 3- ضرورة وجود التقويم والمتابعة في مراحل الإنتاج المختلفة

الكلمات المفتاحية: المونتاج- النص الإذاعي- منتج نهائي

Abstract

Title: the Concept Radio Production

This research aims to shed light on radio production processes, its concepts and stages. It also aims to the necessary information in this field. The research also investigates the importance of radio production and its contribution to presenting radio programs that can effect and attract the listener's attention. Moreover, it investigates the scarcity and paucity of researches and studies in the field of radio production that help in providing new information. The research also refers to the problem of recognizing the systematic and professional approach on which radio production can stand through assuring the quality of performance to achieve the set goals that affect and provide a great deal of information for the researcher and professionals helping them. The performance specifically in the process of radio production. The analytical descriptive approach and observation were used to conduct this study which has reached many results. The most significant of them is that radio production undergoes systematic and professional standards that aim to achieve certain aims. The need for having various forms and models of radio production

to achieve the listeners and needs. The process of radio production is done in a way that affects and attracts the listener.

Keywords: Montage- Radio Text –Final production

مقدمة

تتناول هذه الورقة عملية الإنتاج الإذاعي من حيث مفهومه ومراحله، وأشارت الورقة الى ان المشكلة هي التعرف على المنهج العلمي والمهني الذي تقوم عليه عملية الإنتاج الإذاعي وتحقيق الأهداف المرسومة التي تؤثر على الجمهور المتلقي وتقديم المعلومات للباحثين والدارسين بهذا المجال ما يساعد في تجويد الأداء بصورة متميزة في الإنتاج الإذاعي. وتشير أهمية الورقة في ان الإنتاج الإذاعي يسهم في تقديم برامج بصورة علمية ومهنية تحقق الأهداف المرسومة في تقديم برامج فعالة ومؤثرة وجاذبة للجمهور المتلقي. وتهدف إلى تسليط الضوء على عملية الإنتاج الإذاعي من حيث المفهوم والمراحل وتوفير المزيد من المعلومات في هذا المجال.

الدراسات السابقة

- 1- صلاح الدين الفاضل: - تخطيط وإنتاج البرامج الإذاعية - رسالة دكتوراه غير منشورة - جامعة وادي النيل 2001م.
- مشكلة الدراسة: معرفة مدى تطبيق التخطيط والإنتاج الإذاعي في الإذاعة السودانية وفق رؤية علمية وتجربة مهنية.
- المنهج المستخدم: هو المنهج الوصف التحليلي
- النتائج: (ضرورة تقديم برمجة إذاعية بمعايير مهنية وعلمية - الوصول إلى برمجة إذاعية قادرة على مخاطبة شرائح اجتماعية مختلفة - ضرورة معرفة مدى استفادة جمهور المستمعين من البرمجة الإذاعية)
- 2- حسن عبد الله حمد النيل- فعالية انتاج برامج مشتركة للإذاعات الولائية - دراسة حالة السودان - رسالة دكتوراه غير منشورة - جامعة الخرطوم 2010م.
- مشكلة الدراسة: معرفة مدى فعالية انتاج برامج مشتركة تبث في كل الولايات وفق منهج الثقافة الجامعة لاهل السودان.
- المنهج المستخدم: هو المنهج الوصف التحليلي
- النتائج: (1- ضعف الإمكانيات البشرية والمادية في عمليات الإنتاج الإذاعي.2- عدم إخضاع العاملين في مجال الإنتاج الإذاعي للتدريب والتأهيل. 3- عدم مواكبة الأجهزة المستخدمة في الإنتاج الإذاعي).
- 3- آسيا إبراهيم محمد عبده - دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير البرامج الإخبارية بالراديو ، دراسة تطبيقية على الإذاعية السودانية في الفترة من 2011- 2014م ، دراسة دكتوراه غير منشورة ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- مشكلة الدراسة: التعرف على اسهام التقنيات الحديثة في تطوير الغاية من الاتصال وما تقدمه الاذاعة من مواد إخبارية من حيث الشكل المضمون الذي يؤدي الى التأثير على المستمع.
- المنهج المستخدم: هو المنهج الوصف التحليلي

- النتائج: (1- أثبتت الدراسة ان العلاقة بين التطور التكنولوجي والعمل الإذاعي علاقة مباشرة كل ما زاد التطور كلما زاد حجم التقدم في الأداء الإذاعي 2- استخدام التقنيات الحديثة يعمل على زيادة الإنتاج وتطوير العمل الإذاعي 3- أثبتت الدراسة ان معوقات عملية الإنتاج الإذاعي ترجع الى عدم وجود الأجهزة والمعدات المستخدمة في عمليات الإنتاج).

مفهوم الإنتاج الإذاعي

ان مفهوم أو مصطلح كلمة إنتاج (Production) من المفاهيم والمصطلحات التي يصعب تحديدها. نظراً لاتساع استخدامها، اذ يشمل أنشطة إنسانية عديدة (صناعية، زراعية، عامية، حرفية، حيوانية، إعلامية) وفقاً لكل من هذه الاستخدامات يعطي المصطلح مفهوماً مطلقاً.

أما مفهوم الإنتاج الإعلامي فهو عملية تنظيم وتنسيق العمل الاعلامي بين العناصر الفنية المختلفة المشاركة في التنفيذ، من حجز معدات واختيار الموقع والحصول على تصريحات المراقبة وعملية التحضير وتحقيق مطالب المخرج وتسهيل المعوقات في حدود الميزانية المقدرة.⁽¹⁾ (كرم شلبي ، بدون تاريخ ، ص 56)

ويرتبط مفهوم الإنتاج بمصطلح الإعلام. وتختلف أشكاله وفقاً للوسائل الإعلامية وتعدد أهدافها التي تسعى إلى تحقيقها عن طريق الإنتاج. بالنسبة للإذاعة فان الإنتاج عبارة عن تحويل الفكرة الخلاقة المصاغة على الورق على هيئة نص تكون صالحة للبت طبقاً لمعايير محددة مقبولة فنياً وثقافياً وايدلوجياً.⁽²⁾ (عبد العزيز الغنام ، بدون تاريخ ، ص 46)

الإنتاج : (Production)

في المصطلح الإعلامي هو عملية تنظيم العمل في الفيلم أو البرنامج أو التمثيلية، وتنسيق العمل بين العناصر الفنية المختلفة المشاركة في التنفيذ. ويشترك في إنتاج الرسالة الإعلامية إلى المتلقي العديد من العناصر سواء كانت عناصر بشرية (صاحب الفكرة- المعد- المؤلف-الفنيين- المخرج) أو عناصر صوتية أو عناصر هندسية(الاستديو - الميكروفونات)

ويعرف الإنتاج الإعلامي بأنه

عملية تحويل الفكرة إلى منتج نهائي (Final Production) قابل للبت عن طريق الراديو التلفزيون. أما المنتج فهو المسئول مسؤلية كاملة عن الإنتاج⁽³⁾ (عبد المجيد شكري، 1996 ، ص 46).

الإنتاج الإذاعي هو الخطوات المتعددة التي تؤدي إلى تحويل الفكرة الجيدة إلى مادة مبسطة (صوتياً وبصرياً) تكون في مجموعها مادة برنامجاً اذاعياً وتلفزيونياً متكاملأ.⁽⁴⁾ (عبد المجيد شكري ، المرجع السابق، ص 47)

فان مصطلح إنتاج (Production) من المصطلحات التي تختلف عن تحديد مفهوم الكثيرين نسبة لاتساع دائرة استخدام هذا المفهوم. ويطلق الإنتاج ايضاً على جميع العمليات اللازمة لإنتاج البرنامج بدءاً من الفكرة وحتى كتابة النص وتوزيع الأدوار وتسهيل المعلومات والصعوبات في حدود الميزانية المقدرة.⁽⁵⁾ (يوسف مرزوق ، (1976)، الإنتاج الإذاعي في الأبداع الفني وحرفية المهنية ، مجلة الفن الإذاعي ، العدد (77) ، القاهرة ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، ص 48)

مراحل الإنتاج الإذاعي

الإنتاج الإذاعي هو الإنتاج الفني وهو عبارة عن الشكل /القالب أو الاطار الذي يحتوي على مضمون ويمثل المحتوى داخل هذا الاطار على أساس أهداف الإذاعة كوسيلة إعلامية تهدف إلى الإرشاد والتثقيف والترفيه، ولا يكون الإنتاج الإذاعي

عشوائياً. وإنما يمر بمراحل أساسية خاصة تعتمد على مراحل رئيسية لإنجاح البرنامج. (6) (عبد العزيز الغنام ، مرجع سابق ، ص 36)

وتتمثل في الآتي:-

- تحديد الجمهور المستهدف - تحديد الفكرة أو موضوع البرنامج - الإعداد للبرنامج الإذاعي - مرحلة التشغيل النهائي.

• **المرحلة الأولى: تحديد الجمهور المستهدف:**

ان تحديد الجمهور المستهدف يسهل عملية اختيار الفكرة للبرنامج وبالتالي يحدد الشكل والقالب الذي توضع فيه الفكرة ، ويتطلب تحديد الجمهور معرفة ما ان كان جمهوراً عاماً ام فئة محددة ، كما يتطلب معرفة الهدف والغاية من تقديم برنامج لهذا الجمهور. (7) (يوسف مرزوق ، مرجع سابق ، ص 48)

• **المرحلة الثانية: اختيار الفكرة أو موضوع البرنامج:**

يقول الدكتور عبد الدائم عمر الحسن في كتابه الإنتاج الإذاعي للراديو كثيراً ما يخلط البعض بين الموضوع والفكرة، فالموضوع هو المضمون ، وربما يكون موضوعاً تاريخياً أو سياسياً أو اجتماعياً أو دينياً. أما الفكرة فهي وجهة نظر أو الهدف المقصود وهي بمثابة الرابط الموجود بين أجزاء الموضوع والفكرة. (8) (عبد الدائم عمر الحسن ، 1998م، ص 94)

• **المرحلة الثالثة: الإعداد للبرامج الإذاعية:**

غير ان الإعداد الإذاعي في حد ذاته يمر ايضاً بمجموعة من المراحل العامة: - التخطيط للبرنامج - تحديد المصادر - البحث - جمع المادة - اختيار شكل البرنامج - اختيار المؤثرات الصوتية - اختيار الموسيقى - التسجيل النهائي. (9) (عبد الدائم عمر الحسن ، المرجع السابق ، ص 95)

1- التخطيط للبرنامج:

بعد ان تم اختيار الفكرة وتحديد الهدف من البرنامج وتحديد الوقت للبرنامج، يبدأ بعد ذلك المعد بتحديد الموضوع بدقة وتقسيم هذا الموضوع إلى عناصر يتناولها في البرنامج وعلى هذا الأساس يفضل ان يكون مقدم البرنامج هو المعد الرئيسي للمحاور الرئيسية للموضوع. ويجب على المعد ان لا يخرج عن الهدف الرئيسي للبرنامج. (10) (عبد الدائم عمر الحسن ، مرجع سابق ، ص 94-95)

2- تحديد المصادر

على المعد وقبل ان ينتهي من مرحلة التخطيط عليه ان يحدد المصادر سواء كانت شخصية أو مكتبية، والمصادر الشخصية هي المقابلات واللقاءات التي تجرى بين المذيع والأشخاص ذوي الصلة بالموضوع للحصول على المعلومات التي تخدم البرنامج. ويمكن الاستعانة بالمكتبة والكتب والحالات إضافة إلى معدي البرامج الأخرى ليكونوا مصدراً للمعلومات. (11) (عبد العزيز الغنام ، مرجع سابق ، ص 229)

3- البحث

المقصود بالبحث النزول إلى المواقع المختلفة للبحث في المصادر حول الموضوع الذي يتناوله المعد في هذه المرحلة ويتم حصر كل ما هو مكتوب حوله سواء كان في المكتبات أو لدى الأشخاص ذوي الصلة ويساعد في استثمار الوقت والجهد. (12) (عبد الدائم عمر الحسن ، مرجع سابق، ص 95)

4- اختيار شكل البرنامج

يقصد به القالب الذي يوضع فيه المضمون أو الشكل الإذاعي سواء كان حديثاً مباشراً أو حواراً أو برنامج جماهيري. وكل ذلك يكون في المضمون الذي جمعه المعد وكذلك الهدف العام والخاص من البرنامج ونوع المادة المتاحة ومدى عنصر التشويق والتسلية. (13) (صلاح الدين الفاضل، 2001، ص 52)

5- جمع المادة

في هذه المرحلة يتم جمع المادة للبرنامج من خلال مصادر مختلفة بالرجوع إلى المكتبة أو الارشيف واختيار الأجزاء المطلوبة للبرنامج وكذلك يتم حصر الشخصيات التي يتم التسجيل معها أو الاتصال بها وتحديد موعد المقابلة.

6- اختيار المؤثرات الصوتية

الهدف الرئيسي من استخدام المؤثرات الصوتية هو إخفاء المصادقية واعطاء المناخ العام الطبيعي لجو البرنامج أثناء التسجيل.

7- اختيار الموسيقى

تستخدم الموسيقى بشكل رئيسي في البرامج الإذاعية، وتبدأ بموسيقى البداية والنهاية وتسمى موسيقى التتر Titre وهي موسيقى العنوان المميزة للبرنامج وترتبط باسمه طيلة بقاء البرنامج على خريطة الدورة ودائماً يفضل هذا النوع من موسيقى التتر وان يكون جذاباً ذو طابع خاص يرتبط بالبرنامج. وتستخدم الموسيقى لربط فقرات البرنامج وتسمى الموسيقى الداخلية وتختلف من فقرة إلى أخرى وكلما تم اختيار الموسيقى لتتناسب البرنامج كلما كانت عنصر جذب له. (14) (عبد الدائم عمر الحسن ، مرجع سابق ، ص 97)

8- التسجيل النهائي

بعد ان يتم التخطيط للبرنامج وأجزاء البحث واختيار الشكل المناسب للبرنامج وتحديد المصادر واختيار الموسيقى والمؤثرات تأتي مرحلة التسجيل النهائي، وهي عبارة عن وضع اسكرين مبدئي وذلك بوضع تصور النص الإذاعي وتوزيعه على فقرات يقرأها المذيع وتحديد الموسيقى والمؤثرات الصوتية. (15) يوسف مرزوق ، مرجع سابق ، ص 48

• المرحلة الرابعة: مرحلة التسجيل النهائي

وهذه المرحلة هي المرحلة النهائية في مراحل إعداد البرامج الإذاعية وتنقسم إلى:
- حجز الاستديو - كتابة النص الإذاعي - التسجيل النهائي للبرنامج- المونتاج - المزج الصوتي. (16) (عبد العزيز الغنام ، مرجع سابق ، ص 231).

1- حجز الاستديو

يتم حجز الاستديو قبل موعد التسجيل النهائي حيث ان الاستديو يكون مشغولاً دائماً بإنتاج البرامج الأخرى لذا على المعد ان يقوم بحجز موعد التسجيل في الاستديو قبل وقت كافٍ. (17) (عبد الدائم عمر الحسن ، مرجع سابق ، ص 98)

2- كتابة النص الإذاعي (writing Radio Text)

الصورة النهائية يتحدد فيها المجهود المبذول في إنتاج البرامج في مرحلة مختلفة لذا يجب ان يهتم المعد بكتابة النص ويحسن تقسيمه واختيار كلماته المعبرة عن المضمون وكتابة النص لا بد من مراعاة نقاط أساسية هي:

• الافتتاحية الجذابة والنهائية المعبرة : فالافتتاحية هي أساس جذب المستمعين لمتابعة البرنامج الإذاعي ولذلك يجب ان تكون جذابة وممتعة تتسجم مع هدف البرنامج.

• البداية القوية: من المهم جذب انتباه المستمع إلى البرنامج مباشرة إلى اهم جزء فيه ويكون ذلك بإدخال المستمع مباشرة في قلب الموضوع حتى يصل الى ذروته فعندما تكون مقدمة البرنامج ضعيفة ينصرف المستمع عن المتابعة.(18) (يوسف مرزوق ، مرجع سابق ، ص 50)

• وحدة البرنامج: يتكون البرنامج من مجموعة من العناصر تشكل في النهاية فكرة أو وحدة تخدم الهدف الرئيسي للبرنامج.

• اختيار الكلمات المناسبة للنص: حتى يتم اختيار الكلمات والألفاظ بطريقة تناسب طبيعة النص المكتوب لا بد من مراعاة التفرقة بين مستوى الاستخدام بمعنى مراعاة الكلمات التي تستخدمها جميع الطبقات المستخدمة والمستويات المستهدفة.(19) (يوسف مرزوق ، مرجع سابق ، ص 51)

• التنوع والتلون: يقصد بالتنوع استخدام أساليب مختلفة للتعبير عن الأفكار والعناصر التي يحتويها ليكون جذاباً يحقق هدفه. كما يجب الاهتمام بتنوع الأصوات حتى لا تتشابه ويؤدي إلى ملل المستمع (20) (كرم شلبي، بدون تاريخ ، ص 66)

3- التسجيل النهائي

في هذه المرحلة يبدأ نفخ الروح فتدب الحركة في الجسم (النص) الساكن ليصبح التلازم بين الشكل والمضمون والتلاحم بين الأفكار والموضوع حقيقة بعد ان كان خيالياً في التعبير عن الرسالة وإيصالها حيث يبدأ الانتقال من الورق إلى الشريط وتبدأ عملية توظيف إمكانيات الصوت والعناصر الإنتاجية الأخرى في التعبير.

4- المونتاج (Montage)

• هو اهم مرحلة من مراحل التسجيل اذ لا فائدة من التسجيل المقنن والأداء الرائع والإخراج الجيد اذا تمت عملية المونتاج بشكل خاطئ أو مشوه. فالمونتاج هو وسيلة التحكم في إيقاع خارجي للبرنامج الإذاعي عن طريق تجميع المقاطع التي يتم تسجيلها بالترتيب الذي اعده المعد بل يمكن استبدال مقطع ليحل محل مقطع آخر. (21) (كرم شلبي، بدون تاريخ ، ص 66)

5- المزج الصوتي:

هو العملية النهائية في تنفيذ البرنامج وهي غرفة المراقبة الملحقة بالاستديو بواسطة فني صوت، وتخضع عملية المزج إلى ذوق المخرج بالدرجة الأولى، لكنه يعتمد على فني الصوت ذوي الخبرة والكفاءة العالية. ولتحقيق استراتيجية الإنتاج يمكن تلخيصها في الآتي:

(أ) وضع خطة تفصيلية للبرنامج تتناول مراحل الدراسات الأولية والتفصيلية وموضوعات البرامج وعناصرها وجداول إعدادها وإرسالها.

(ب) ان يوجه اهتمام خاص لعمليات التقديم والمتابعة بالنسبة للبرامج في مراحل العمل المختلفة على ان توضع خطة واقية لعمليات المتابعة ومراحلها.

التأكد من أهمية البرامج ومدى فعاليتها تحت ظروف العمل المختلفة.(22) (عادل النادي، 1963، ص 140)

➤ النتائج

توصل الباحث إلى النتائج الآتية:

- 4- تخضع عملية الإنتاج الإذاعي لمعايير مهنية وعلمية لتحقيق الأهداف المرسومة.
- 5- تمر عملية الإنتاج الإذاعي بمراحل لتجويد الأداء والتأثير على المتلقي وجذب انتباهه.
- 6- ضرورة وجود التقويم والمتابعة في مراحل الإنتاج المختلفة.
- 7- وضع خطط واستراتيجيات تتناول تفاصيل ومراحل عملية الإنتاج الإذاعي.

➤ التوصيات

- 1- توفير الإمكانيات المادية والبشرية من أجهزة ومعدات لتجويد عملية الإنتاج الإذاعي.
- 2- التدريب والتأهيل للفرق العاملة في مجال الإنتاج يساعد على تطوير الأداء وتميزه.
- 3- التأكد من أهمية البرامج وفعاليتها للجمهور المتلقي.

المراجع

- 1- كرم شلبي ، معجم المصطلحات الإعلامية ، دار الشروق القاهرة ، ص 56
- 2- عبد العزيز الغنام ، مدخل علم الصحافة وإنتاج البرامج الإذاعية، مكتبة الأنجلو ، القاهرة ط 9 ، ص 46
- 3- عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال في إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون ، مدينة نصر، القاهرة ، العربي للنشر والتوزيع 1996، ص 46
- 4- عبد المجيد شكري ، المرجع السابق ، ص 47
- 5- يوسف مرزوق ، الإنتاج الإذاعي للإبداع الفني وحرفية المهنة ، مجلة الفن الإذاعي العدد 77 ، القاهرة ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، إبريل 1976م ، ص 48

- 6- عبد العزيز الغنام ، المرجع السابق ، ص36
- 7- يوسف مرزوق ، المرجع السابق ، ص 48
- 8- عبد الدائم عمر الحسن ، الكتابة والإنتاج الإذاعي للراديو ، مطبعة الفرقان ، الخرطوم، ص 94
- 9- عبد الدائم عمر الحسن ، المرجع السابق ، ص 95
- 10- عبد الدائم عمر الحسن ، المرجع السابق، ص 94
- 11- عبد العزيز الغنام ، مرجع سابق ، ص 229
- 12- عبد الدائم عمر الحسن ، مرجع سابق ، ص 95
- 13- صلاح الدين الفاضل ،تخطيط وإنتاج البرامج الإذاعية ، مطابع السودان للعملة، الخرطوم، 2001م ، ص 52
- 14- عبد الدائم عمر الحسن ، المرجع السابق ، ص97
- 15- يوسف مرزوق ، المرجع السابق ، ص 48
- 16- عبد العزيز الغنام ، المرجع السابق، ص 23
- 17- عبد الدائم عمر الحسن ، المرجع السابق، ص 98
- 18- يوسف مرزوق ، المرجع السابق ، ص 50
- 19- يوسف مرزوق ، المرجع السابق ، ص 51
- 20- كرم شلبي ، المذيع وفن تقديم البرامج للراديو والتلفزيون ، القاهرة ، مكتبة التراث الإسلامي ، بدون تاريخ، ص 66
- 21- كرم شلبي، المرجع السابق ، ص 67
- 22- عادل النادي ، مدخل إلى فن كتابة الدراما، القاهرة الدار المصرية للكتاب ، 1993 ، ص 140