



دليل مرجعي حول :

تقنيات إعداد البرامج الحوارية في الإذاعة

إعداد :

الدكتور عبد الدائم عمر الحسن

الفهرست

7	تقديم
9	المقدمة

الفصل الأول

البرامج الحوارية (ماهيتها وأشكالها)

14	المبحث الأول : المقابلة
19	المبحث الثاني : الندوة والمناقشة

الفصل الثاني

البرامج الحوارية (الإعداد وأساليب إدارة الحوار)

32	المبحث الأول : أساليب إدارة المقابلة
45	المبحث الثاني : أساليب إدارة الندوة والمناقشة

الفصل الثالث

المذيع في برامج الحوار

57	المبحث الأول : مواصفات المذيع في برامج الحوار وخصائصه
65	المبحث الثاني : المذيع وفن تقديم برامج الحوار
84	المصادر والمراجع

تقديم

لقد تمكنت الإذاعة منذ ظهورها في العشرينيات من القرن الماضي من الصمود أمام التطورات التكنولوجية التي عرفتها وسائل الإعلام الأخرى، وظلت وسيلة إعلامية جماهيرية ذات انتشار واسع. ويؤكد كثير من الخبراء في مجال الإعلام والاتصال، أن التطورات الرقمية في وسائل الإعلام الأخرى لا يتوقع منها أن تكون قادرة على تغيير العلاقة التاريخية القوية بين الإذاعة والمستمع، كما أن الإذاعة الرقمية سوف تؤدي إلى تقوية تلك العلاقة وليس العكس.

لقد اكتسبت الإذاعة أهمية كبيرة واحتلت مكاناً بارزاً ضمن وسائل الإعلام، خاصة في الدول النامية. ومرد هذا الاهتمام بالإذاعة يعود إلى انتشار الثقافة الشفهية في المجتمعات النامية من جهة، وإلى تفشي الأمية خاصة في المناطق الريفية.

وسعيًا منها لدعم جهود الدول الأعضاء في مجال تأهيل الإعلاميين، وانطلاقاً من مسؤوليتها في تأهيل الموارد البشرية في الدول الأعضاء في مجالات اختصاصاتها، ومن ضمنها مجال المعلومات والاتصال، وسعيًا منها لدعم جهود الدول الأعضاء في مجال تأهيل الإذاعيين وتطوير قدراتهم المهنية، وإيماناً منها بضرورة إيجاد وثيقة مرجعية تحدد التوجهات الرئيسة للنهوض بالإعلام السمعي بشكل عام، وبالبرامج الحوارية في الإذاعة على وجه الخصوص، قامت المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة - إيسيسكو - بإعداد "دليل مرجعي حول تقنيات إعداد البرامج الحوارية في الإذاعة"، منطلقة في ذلك من استقراء دقيق لاحتياجات الإعلاميين الشباب في الدول الأعضاء في هذا المجال من خلال تقييم الدورات التدريبية الوطنية والإقليمية التي عقدتها الإيسيسكو منذ سنة 2006 في مراكزها الإقليمية للتكوين والإنتاج السمعي البصري والوسائط المتعددة في كل من الخرطوم ودمشق وطهران.

ويهدف هذا الدليل الإجرائي إلى الرفع من المستوى الفني والتقني للبرامج الحوارية في المحطات الإذاعية في الدول الأعضاء، وتمكين المذيعين من وسائل عملية وتقنية تساعدهم على تقديم برامج حوارية مفيدة للمستمعين. ويتضمن الدليل

معلومات عن ماهية البرامج الحوارية في الإذاعة وأشكالها، وتوجيهات تقنية حول إعداد هذا النوع من البرامج الإذاعية، وأساليب إدارة الحوار الإذاعي، ثم المواصفات المطلوبة في المذيع المشرف على البرامج الحوارية الإذاعية.

والمنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة إذ تنشر هذا الدليل المرجعي، تشيد بالجهد العلمي المتميز الذي بذله الخبير الدكتور عبد الدائم عمر الحسن في إعداده، وتأمل أن يستفيد منه الإعلاميون الممارسون وطلبة معاهد وكليات الإعلام في الدول الأعضاء، وأن يساهم في إغناء المكتبة الإعلامية في العالم الإسلامي.

والله موفق وهو الهادي إلى سواء السبيل.

الدكتور عبد العزيز بن عثمان التويجري
المدير العام للمنظمة الإسلامية
للتربية والعلوم والثقافة

المقدمة

الإذاعة وسيلة إعلام تؤدي مع غيرها من وسائل الإعلام الأخرى دوراً حيوياً في حياة الناس، مما أدى إلى تسمية هذا العصر بعصر "ثورة الإعلام" حيث أصبح في إمكان الفرد استخدام حقه الطبيعي في استقاء المعلومات والأفكار عن طريق أي وسيلة حتى يتمكن من معرفة ما يدور في بيئته وفي البيئات الأخرى وفي العالم أجمع في اللحظة ذاتها، حيث تحول العالم إلى قرية عالمية Global Village بفضل وسائل الإعلام خاصة الإذاعة. فالراديو يؤثر في معظم الناس تأثيراً حميماً. إنها علاقة الشخص بشخص تفتح عالماً كاملاً من الاتصال الضمني بين المذيع والمستمع، وذلك هو الجانب المباشر للراديو. وهذه سمة كامنة في طبيعة هذه الوسيلة من وسائل الاتصال التي تملك القدرة على تحويل الفرد والمجتمع إلى حجرة واحدة تتردد فيها الأصدا، فالإنسان لا يستغنى عن وسائل الإعلام خاصة "الراديو". منذ أن يستيقظ في الصباح الباكر إلى أن يغمض عينيه في المساء، تتسابق إليه وسائل الإعلام لتنفذ إلى عقله وفكره، ويتسابق هو إليها ليجد عندها الإجابة على سؤاله الأزلي "ما الخبر"؟.

من هذا المنطلق اكتسب "الراديو" أهمية كبيرة واحتل مكاناً بارزاً بين وسائل الإعلام الأخرى. خاصة في الدول النامية. ومرد الاهتمام بالراديو في هذه الدول، يعود إلى غياب الصحافة نسبة لكثير من المشكلات التي تواجهها، وفي مقدمتها انتشار الأمية، الأمر الذي يجعل الصحافة غير ذات تأثير في المجتمعات النامية بصفة خاصة.

فالراديو وسيلة سمعية تخاطب الأذن وليس من الضروري أن يكون مستمع الراديو متعلماً، فهو يخاطب المستمعين كافة متعلمين وأمينين لأنه يتخطى حاجز الأمية، كما يتخطى حاجز الزمان والمكان.

بالطبع فإن الراديو بهذه الخصائص والمزايا حقق مصطلح الجامعة الشعبية. فالرسالة الإذاعية المسموعة يتلقاها الجمهور كافة : الأمي والمتعلم، الشاب والطفل والشيخ والمرأة والرجل. وفي أغلب الأحوال تكون قابلية التصديق لتلك الرسالة واسعة وكبيرة، وذلك لمقدرة الراديو على الإقناع وفقاً لطبيعة وسمات الكلمة المسموعة من حيث الوضوح والبساطة والسهولة والحيوية. فهي كلمة مفهومة ومباشرة.

إن أهمية الراديو وتقدمه على بقية الوسائل في البلدان النامية لم تأت من فراغ، وإنما جاءت بناءً على توافق هذه الوسيلة مع طبيعة الجمهور الذي تخاطبه. إنه أضخم جمهور بالنسبة للوسائل الأخرى، ويمثل قاعدة عريضة تعد بالملايين، ويشمل كل مراحل السن، وينتشر في كل مكان، ويشمل كل الأجناس. وقد يبدو أن المستمع للراديو فرد، ولكن في مجموعه عشرات الملايين.

أما اختيار برامج الحوار موضوعاً لهذه الدراسة، فيأتي لأهمية هذا الشكل من البرامج، ولأنه يعد من أصعب أشكال الإنتاج الإذاعي لاعتماده على المذيع مقدم ومدير الحوار والذي لا بد أن تتوفر فيه جملة من الخصائص، في مقدمتها الثقافة الواسعة ومعرفة طبيعة الوسيلة والجمهور، والمعرفة بالأساليب العلمية للحوار الإذاعي. كما يعتمد هذا الشكل من البرامج على نوعية الضيف الذي يشارك في الحوار ومدى إلمامه بالموضوع ومدى إستعداده للمشاركة ولباقته أمام الميكروفون.

ولهذا فإن تناول هذا الموضوع يساعد كثيراً في إيجاد ثوابت وأسس علمية تحكم هذا الشكل من الإنتاج الإذاعي. كما تساعد على جلاء الغموض والخلط الذي يقع بين أشكال برامج الحوار المختلفة وأنواعها، دون دراية أو معرفة بتقنياتها وأساليبها، ومعرفة أشكال الحوار وأنواعه ومتطلبات كل نوع.

ومن هذا المنطلق جاء اهتمام المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة - إيسيسكو - بهذا الموضوع، بهدف وضع دليل إجرائي حول تقنيات إعداد البرامج الحوارية رهن إشارة المذيعين الشباب في العالم الإسلامي إلى جانب الرفع من المستوى الفني والتقني للبرامج الحوارية في إذاعات الدول الأعضاء وتمكين المذيعين من تقديم برامج حوارية مفيدة للمستمعين.

وتحتوي الدراسة على ثلاثة فصول وهي :

الفصل الأول : البرامج الحوارية ماهيتها وأشكالها.

الفصل الثاني : البرامج الحوارية الإعداد وأساليب إدارة الحوار.

الفصل الثالث : المذيع في برامج الحوار.

نأمل أن تلبي هذه الدراسة رغبات ومتطلبات واحتياجات المحطات الإذاعية في العالم الإسلامي وتلبي حاجة المذيعين الشباب الذين يعملون في مجال البرامج الحوارية.

والله موفق.

الفصل الأول

البرامج الحوارية (ماهيتها وأشكالها)

تمثل "برامج الحوار" بأنواعها وأقسامها العمود الفقري لكثير من البرامج الإذاعية المسموعة والمرئية، وكذلك بالنسبة للصحافة. فالحوار بوصفه شكلاً من أشكال الإنتاج الإذاعي يطغى على نسبة كبيرة من ساعات الإرسال، وبقدر التوفيق الذي يحققه الإذاعي في إعداد وتنفيذ موضوع الحوار، بقدر النجاح الذي يحققه البرنامج الذي يتضمن هذا الحوار.

فالحوار شكل شائع بمختلف أنواعه وأقسامه، فهو يمد الجمهور بالمعلومات الهامة والمتعلقة بالأحداث الجارية ويطرح الآراء ووجهات النظر المتفقة والمتباينة ويعرض لأهم الشخصيات ويعرف بها. فهو عنصر هام من عناصر الإنتاج الإذاعي، يضيف الحيوية على البرامج، ويشد انتباه المستقبلين. ومن المهم جداً في الحوار الإذاعي، أن من يعد مثل هذا النوع من البرامج أو يدير دفة الحوار، يجب أن يعلم أنه إنما ينوب عن المستمع. لذلك لا بد من أن يكون على معرفة تامة بنوعية المستمع ورغباته، ويعرف أيضاً ما هو الجديد الذي يمكن أن يقدمه إلى المستمع من خلال موضوع الحوار.

أما المقصود بكلمة "برامج حوار" فهو ليس (المقابلة) أو اللقاء الإذاعي فحسب، وإنما هناك أنواع لبرامج الحوار وتعتبر (المقابلة) واحدة منها إلى جانب برامج (الندوة والمناقشة). فكثيراً ما يحدث اللبس عند استخدام كلمة الحوار فينصرف الناس إلى أن المقصود هو لقاء إذاعي، أو مقابلة إذاعية دون تحديد لماهية هذه المقابلة، وما موضوعها، وما الهدف منها، المهم أنها حوار إذاعي بين شخص يسأل وآخر يجيب عن التساؤلات.

وهذا اللبس أصبح سائداً لدرجة أن القائم بالإتصال أو المستمع لم يعد يفرق بين المقابلة والندوة أو المناقشة، وبين المقابلة التي تسعى لاستطلاع الرأي، والمقابلة من أجل الحصول على معلومات أو تلك التي تتعرض لجوانب شخصية.

ولهذا نسعى من خلال هذه الدراسة إلى توضيح أنواع وأقسام برامج الحوار، مع إبراز أوجه الاختلاف بينها. نسعى أيضاً إلى إثبات أساليب إعداد وإدارة كل نوع، كما نعرض لمن يضطلع بهذا النوع من البرامج ؟ وماهى الشروط التي يجب توافرها فيه ؟ حتى يؤدي هذا الشكل من أشكال الإنتاج الإذاعي دوره المطلوب بين الأشكال الأخرى.

المبحث الأول : المقابلة

تعد المقابلة شكلاً من أشكال الحوار سواء كان حواراً صحفياً أم إذاعياً مسموعاً أو مرئياً، وقد فرض أسلوب المقابلة Interview نفسه على وسائل الاتصال. فهناك المقابلة الصحفية والإذاعية والتلفزيونية، وأحياناً تكون برامج المقابلات من أنجح البرامج وأحبها إلى المتابع، وأحياناً أخرى تكون عناء وملاً ونقطة ضعف في الصحيفة أو الإذاعة أو التلفزيون.

والسبب الرئيس في ذلك يعود إلى غياب المعيار الموضوعي في التعامل مع هذا اللون من البرامج. فهي تخرج في النهاية إما حديثاً حافلاً بالمجاملات خالياً من الجديد، أو مقابلة استفزازية تضيق الخناق على الضيف ظناً أن ذلك يفيد في إثارة الإعجاب. وكثيراً ما يقرأ المتلقي أو يسمع أو يشاهد مقابلات ويخرج منها مستاءاً من الطريقة التي تجري بها المقابلة. فالمقابلة فن هادئ لا تتحمل التطرف.

وهي باختصار فن السهل الممتنع. فكل من يشتغل في قطاع الإعلام يستطيع أن يجري حواراً. ولكن قلة هي التي تشتهر بقدرتها على إدارة الحديث بكل ما يعنيه ذلك من ذوق وحس وفهم. ودور الإعلامي في المقابلة هو دور الوسيط الذي يفتح قناة بين الجمهور المتلقي والضيف، وليس دوره التركيز على ثقافته أو شخصيته أو حضوره. إذن للمقابلة أسس وقواعد، ولها أشكال وقوالب تميزها عن غيرها من أشكال الحوار الأخرى، وأشكال الإنتاج الإذاعي بصفة عامة. وتختلف أساليب تنفيذها من وسيلة لأخرى. فالمقابلة الصحفية غير المقابلة الإذاعية المسموعة وغير المقابلة الإذاعية المرئية. فكل وسيلة من وسائل الاتصال لها طبيعتها ولها خاصياتها ولها جمهورها.

أولاً : المقابلة الصحفية :

إن الهدف الذي يسعى إليه جميع الصحفيين هو جمع معلومات كاملة ودقيقة وغير منحازة. والصحفي الذي يجري مقابلات جيدة يبحث دائماً عن الجديد : معلومات متعمقة، فكرة أو وجهة نظر تثير الاهتمام. وتكون جديرة بالمتابعة شريطة ألا تكون شائعة.

إن المقابلة الصحفية تعتبر، مثل المحادثة، نوعاً من تبادل المعلومات والآراء والتجارب من شخص لآخر. وما يميزها عن المحادثة أنه اثناء هذه الأخيرة تنتقل

السيطرة على المناقشة من شخص لآخر مرات عديدة. بينما في المقابلة الصحفية، الصحفي هو الذي يتحكم في سير المناقشة ويحدد اتجاه الأسئلة، ويراقب كل شي يقال ويحاول خلق جو ودي يدعو الى الاسترخاء وعدم الشعور بالخطر من جانب المصدر. وفي الواقع فإن داخل عقل الصحفي جهاز يدق طوال المقابلة وهو يتساءل ترى ماذا سيكون سؤالي التالي ؟ وما الذي تدل عليه حركات أيدي المتحدث ؟ وإلى ماذا تشير نبرة صوته ؟ فالذي يجري المقابلة الصحفية عليه أن يصغى للمتحدث ويراقب ويستجيب ويسجل كل ما يجري في وقت واحد.

ثانياً : المقابلة الإذاعية :

تعد المقابلة الإذاعية شكلاً من أشكال برامج الحوار الإذاعي ، ويطلق مصطلح "المقابلة" Interview في الراديو على ذلك الشكل من البرامج الذي يلتقى فيه المذيع مع شخص يجري معه حواراً حول موضوع من الموضوعات التي تهم المستمعين، فيقوم بتوجيه الأسئلة التي تتصل بهذا الموضوع ويتلقى الإجابة عليها.

والمقابلة الإذاعية لا تختلف عن المقابلة الصحفية حيث تسعى إلى إمداد الجمهور المستمع بالمعلومات الهامة والمتعلقة بالأحداث الجارية. فهي عبارة عن قصة مبنية على أسئلة وإجابات وغالباً ماتسجل قبل إذاعتها. إلا أن هناك بعض المقابلات التي تبث على الهواء مباشرةً ويطلق عليها اسم المقابلات الحية.

وهناك من يرى أن المقابلة ليست هدفاً أو غرضاً من أغراض المحادثة Conversation وتشتمل على العديد من خصائص المحادثة مثل :

- الانسيابية أو التدفق الحر Free Flowingness

- تبادل الرأي أو الحوار Exchange

- الحديث الطبيعي Natural Speech

- التلقائية أو العفوية Spontaneity

وهناك من يرى أن المقابلة تختلف عن المحادثة في عدة نواح، إذ أن الشخص الذي يجري المقابلة Interviewer لا يكون عادةً شخصيةً مستقلة أو يكون له مطلق الحرية.

فهو لا يمثل ذاته أو يعبر عن نفسه، بل يمثل الجمهور ويعبر عن فضوله وحبّه للاستطلاع ويسعى لتزويده بالمعلومات. ولهذا فإن المقابلة التي لاتزيد عن كونها

مجرد محادثة، هي مقابلة غير موفقة وليست إلا تبديداً للوقت. فالمقابلة في الأساس يجب أن تخضع للتحكم والسيطرة والإعداد والترتيب المسبق وهو ما لا تخضع له المحادثة عادة.

الفرق بين المقابلة الصحفية والمقابلة الإذاعية :

المقابلة الإذاعية غالباً ما تكون على الهواء مباشرةً أي تنقل حية، وإما مسجلة على شريط داخل الاستديو، أو تجرى في مكان الحدث. ويعتبر المذيع جزءاً من المقابلة بطريقة لا تتاح للصحفي. ففي أغلب الأحيان يستطيع الجمهور أن يستمع إلى الأسئلة التي يوجهها المذيع في المقابلة، بينما قارئ الجريدة نادراً ما يعرف الأسئلة التي أدت إلى القصة التي قرأها، كما أن دور المتحدث في مقابلة مذاعة يختلف أيضاً عن المقابلة المكتوبة. إذ أن بعض الناس يتوقعون إلى الحديث على الهواء، ولكن في بعض الأحيان يكون هناك متحدث يستطيع أن يتكلم بسهولة مع محرري الصحف الذين يحملون مذكراتهم، ويتردد كثيراً في إجراء مقابلة إذاعية، فقد يكون المتحدث من النوع الحساس ويخاف أن يتلثم أمام المايكروفون. إن جميع المقابلات الإذاعية من الممكن إذاعتها على الهواء مباشرةً منسوبة إلى المصدر الذي يتحدث بنفسه أمام الميكروفون، ويستطيع الجميع أن يستمعوا إليها، أي ليس في الإمكان أن يقدم ضيف على الهواء بدون إسم. كما أن المقابلة الإذاعية تضع حواجز أخرى بين المذيع والمتحدث. وهذه الحواجز تتمثل في عدة أشياء من جهاز التسجيل والميكروفون إلى ما يسميه أحد الصحفيين "الكاميرات ذات القلم الذي يزن ألف رطل" ويؤثر ذلك على نفسية الضيف ويشكل جزءاً كبيراً من سبب رهبته من جو المقابلة. ولكن هذه الأجهزة والمعدات لاغنى عنها في المقابلة الإذاعية لأن الإذاعي يعتمد إلى حد كبير في إنتاجه الذي يقدمه على المعدات التي يستخدمها.

ومن الفوارق البارزة كذلك بين المقابلة الصحفية والمقابلة الإذاعية أن المستمع الإذاعي يشعر بأحاسيس وانطباعات المتحدث، كما هي طبيعية.

فالإذاعة المسموعة تقدم صورة فورية للعواطف الشخصية للمتحدث، أو ما يعرف بالاقتراس الحي لما يقوله المتحدث أو يفعله، كما أنها تقدم الفورية من حيث الوصول إلى مكان الحدث، بينما تقدم الصحافة المكتوبة الانطباعات والاستعراض لما يقوله المصدر المتحدث. ومن حيث المحتوى، فإن الإذاعة تضغط المادة المذاعة وفقاً للزمن، بينما الصحافة المكتوبة تتوسع في القصة الصحفية، وفي نفس الوقت تقدم

الإذاعة المعلومة وتترك الإيضاح والشرح للصحيفة، لأن القارئ على عكس المستمع يستطيع مراجعة القصة المكتوبة مرات عديدة، بينما لا تتيح الإذاعة للمستمع وقتاً للتفكير وهضم المادة المذاعة، لأن المواد فيها تتحرك بسرعة وذلك للتقيد بعامل الوقت قياساً إلى الصحافة.

ولكن رغم هذه الفروق هناك خصائص عديدة مشتركة بين المذيع الذي يجري مقابلة إذاعية والصحفي الذي يدير مقابلة صحفية من حيث وحدة الهدف، وترتيب الأسئلة والصفات التي يجب أن يتحلى بها كل منهما كالثقافة وسرعة البديهة، وحسن التصرف وغيرها من الخصائص التي يجب أن تتوافر في الإعلامي.

أنواع المقابلة الإذاعية :

هناك ثلاثة أنواع للمقابلة الإذاعية هي :

النوع الأول : مقابلة المعلومة :

الهدف من هذا النوع من المقابلات، هو الحصول على بيانات ومعلومات معينة حول أحد الموضوعات الهامة، والأحداث الجارية أو الحصول على معلومات حول مؤسسة ما.

أمثلة : مقابلة مع قائد قوات الدفاع المدني حول أسهل وسائل الإطفاء وطرق الرقابة من الحريق، فالهدف من المقابلة إعطاء المستمع معلومات إرشادية تفيده في هذا المجال، وهى من الأهمية بمكان لأنها ترشده وتوجهه الى السبل الكفيلة التي يمكن إتباعها للوقاية من الحريق أو التصرف عند وقوع الخطر حتى وصول رجال الإطفاء الى الموقع، وهذا دون شك يقلل كثيراً من مخاطر الحريق. وكذلك مقابلة مع مدير جامعة حول الكليات التي تضمها الجامعة، وشروط القبول لكل كلية، وذلك لمد الطلاب وأولياء أمورهم بالمعلومات، والإرشادات، والبيانات اللازمة التي تساعد في تنويرهم عند التقدم لمكتب القبول.

وبالرغم من أن الموضوعات التي تتناولها مقابلة المعلومة تصلح جميعها لأن تكون في شكل حديث مباشر، إلا أنه عادة ما يفضل تقديمها في شكل حوار ومقابلة ضماناً لمزيد من الحيوية والإقبال على الاستماع إليها، لأن المقابلة والحوار عموماً بطبيعته أكثر جاذبية من الحديث المباشر، نظراً لاعتماده على أكثر من صوت الى جانب التلقائية التي تظهر فيه فضلاً عن أنه يثير الكثير من الأسئلة التي تدور في ذهن المستمع بشأن الموضوع المطروح للحوار في المقابلة.

وعموماً فإن مقابلة المعلومة تسمح للإذاعي بأن يمد المستمع بمعلومات وحقائق تتعلق بحدث أو مشروع ما، ويجيب هذا النوع من المقابلات على أسئلة (لماذا ؟ ومتى ؟ وكيف ؟) وبأية نتائج.

النوع الثاني : مقابلة الرأي :

يقصد بهذا النوع من المقابلات عرض أفكار بعض الناس وآرائهم في مسألة أو موضوع بعينه. ويعالج الموضوعات التي تحتوي على نقاط متعارضة. ولا يهدف هذا النوع إلى جمع معلومات، بل إلى التعرف على كيفية تفكير الناس حيال المسائل المطروحة في الساحة، ومن ثم التركيز على جمع الآراء والأفكار ووجهات النظر حول موضوع أو موقف يضم متعارضات وعرضها على الرأي العام، فقد يكون الشخص صاحب الرأي عالماً أو فناناً أو أستاذاً جامعياً أو عابراً سبيل.

وغالباً يكون رجل الشارع هو هدف هذا النوع من المقابلات، وذلك لأن آراء الأساتذة والإعلاميين والأعلام معروفة مقدماً في المسائل التي تثيرها الأحداث.

وهذا النوع يعتبره الخبراء من أنجح الأنواع لأنه يحقق نوعاً من الالتحام بالشارع والاقتراب من الجماهير. كما يتطلع لمعرفة رأي الناس عن طريق أجهزة الإعلام ليكون رأيه أو يعززه أو يعدله، غير أن هذا لا يعني أن نهمل أصحاب الرأي في البلاد، حيث إن للمفكرين والمصلحين وزنهم في المجتمع، ويهم المستمع أن يعرف آراءهم في المشاكل والمسائل التي قد يترتب عليها تغيير في النظم المعمول بها أو القيم السائدة. فعادة هناك بعض الموضوعات التي لا يكفي للإذاعة أن تتعرف على رأي المواطن العادي فيها فقط، بل عليها أيضاً أن تتيح الفرصة للمختصين من أهل القانون والفكر والإصلاح والدين والتشريع كي يعرضوا آراءهم وأفكارهم من المنبر العام بكل وضوح وبيان.

وهكذا يبقى هدف هذا النوع من المقابلات هو استطلاع رأي الضيف حول موضوع من الموضوعات التي تهم الرأي العام.

النوع الثالث : مقابلة الشخصية :

يجرى هذا النوع من المقابلات عادةً مع شخصية مشهورة في مجالها وتخصصها ومعروفة لدى الرأي العام، وتهدف المقابلة إلى إحداث الاتصال بين الشخصية المشهورة والمعروفة وجماهير المستقبلين. والمطلوب أن تكون هذه الشخصية التي يتم عرضها بواسطة هذا النوع من المقابلات الإذاعية مثيرة للانتباه بشكل أو بآخر. وكما سبقت الإشارة فهي إما أن تكون معروفة من قبل وبشكل ثابت لدى

الجمهور كرجال السياسة أو الفن أو الرياضة، وإما أن تكون شخصية عادية ولكنها أثارت انتباه الناس بمناسبة حادث معين كالغزو في بطولة رياضية كبرى أو الاشتراك في جناية كبرى، أو تحقيق عمل خارق أو ما إلى ذلك.

ونضيف إلى ما سبق أنه قد تكون الشخصية عادية، لكنها تختزن ذكريات طريفة، أو تتحدث بلباقة شديدة خارقة الذكاء.

إن مقابلة الشخصية تركز على توضيح جوانب الشخصية المختلفة، وتطور جوانب حياتها وأفكارها، وكيف وصلت لمركزها الاجتماعي المرموق.

وهناك رأي يقول : إنه من الممكن أن تكون الشخصية هامة جداً ولكن ليست الأهمية بسبب المركز الاجتماعي وليس بسبب الثروة أو الجاه، وليس بسبب دورها السياسي، لكن لسبب آخر مختلف تماماً يجعل الشخصية هامة طبقاً لمفهوم الإذاعة.

مثال : مزارع في ولاية من الولايات أنتج أكبر محصول وحصل على تقدير الدولة وتم تكريمه، بالفعل هذه شخصية هامة لا بد من الوقوف عندها لأنها اكتسبت الأهمية من خلال الإنتاج والعمل، فالمستمع دون شك يريد معرفة قصة هذا النجاح الكبير وكيف تحقق.

فالهدف الأساسي من محاورة الشخصية المعنية هو سبر غور الشخصية، وتتبع جوانب حياتها المختلفة، ويعد هذا النوع من المقابلات من أنجح الأنواع وأمتعها.

ومن أمثلة مقابلة الشخصية الناجحة جداً البرنامج الذي تقدمه نجوى أبو النجا في إذاعة صوت العرب باسم "الوجه الآخر" فهو مثال لحوار الشخصية الذي يكشف كل جوانب الشخصية المستضافة ومواطن الطرافة فيها، كما أن البرنامج يدقق في اختيار نوع الشخصية ذات الأهمية والتي يشعر أن المستمع في حاجة للتعرف عليها أكثر.

وهكذا فإن أنواع المقابلات الإذاعية الثلاثة : المعلومة، الرأي، والشخصية، قد تتداخل أحياناً فتدخل مقابلة الشخصية مع مقابلة المعلومة، أو قد تتداخل الأنواع الثلاثة مع بعضها البعض، ولكن تظل هناك سمة غالبية على الحديث يصنف وفقاً لها إلى أحد الأنواع الثلاثة السابقة.

المبحث الثاني : الندوة والمناقشة

تعرف برامج الندوات والمناقشات بأنها البرامج التي تلتقي فيها مجموعة من الأشخاص المتخصصين لبحث موضوع معين وتناوله من جوانبه كافة سواء اتفقت

آراء المشاركين ووجهات نظرهم أو اختلفوا فيما بينهم، ولكن نقطة الاتفاق والاختلاف هذه جعلت بعض الباحثين في هذا الموضوع يقرون نوعين من هذه البرامج أطلقوا عليها إسم "برامج الندوات" و"برامج المناقشات" مفرقين بينهما بأن برامج الندوات هي البرامج التي يلتقي فيها أكثر من شخص لمناقشة الجوانب المختلفة لموضوع معين دون أي خلاف أو تعارض في وجهات النظر، أي أن كلا منهم يتناول بالشرح والتفسير جانباً من جوانب الموضوع يكمله الآخر وهكذا.

أما الموضوع الواحد الذي تختلف حوله آراء المشاركين ويحاول كل منهم أن يقنع الآخر بوجهة نظره، فهذا يعرف باسم برنامج "المناقشات".

وهناك قول مأثور يذكر في هذا الصدد : «إذا أردت مناقشة ناجحة فاجمع الخصوم في الفكر معاً ودعهم يتعاركون أمام الكاميرا والميكرفون».

ولقد ثبت أن برامج الندوات والمناقشات من أحسن الوسائل الإذاعية وأكثرها تأثيراً في معالجة الموضوعات الجادة التي تتعدد حولها الآراء ووجهات النظر، لأن الراديو يستطيع تقديم وجهات النظر المختلفة للمستمع، فبرامج المناقشات بهذا الوصف يمكن أن يقال عنها إنها تساعد المستمع على التفكير. ولضمان إثارة اهتمام المستمعين بمتابعة المناقشات يجب أن تكون موضوعاتها حول المسائل التي تشغل بال الرأي العام. والتي تكون في وقتها مثاراً للجدل.

ومن هذا المنطلق هناك مشروعات قضايا في المجتمع تكون موضوع جدل واختلاف في وجهات النظر بين الأفراد والجماعات، فتكون مثل هذه القضايا مادة صالحة لبرامج الندوات والمناقشات. لذلك فإن هذا النوع من البرامج الحوارية يعد من أنجح البرامج التي تحظى باهتمام كبير من جماهير المستمعين، حيث يريد كل فرد معرفة رأي القادة والمسؤولين وقادة الرأي حول هذه القضايا المطروحة للنقاش.

ولهذا فإن مثل هذه البرامج تنشط الحياة الاجتماعية، وتشد الفكر، وتكشف عن الأبعاد الحقيقية للمشاكل المطروحة على الساحة، وتساعد على ممارسة وتعميق مفهوم المشاركة الشعبية، وتفتح الطريق للوصول الى الرأي الصحيح. كما تضع أصحاب القرار أمام مسؤولياتهم، بل وتضع المواطنين أنفسهم أمام مسؤولياتهم تجاه أنفسهم وتجاه الآخرين، فالهدف من برامج الندوات والمناقشات دائماً تثقيفي يحاول شدد تفكير المستمع لا مجرد تسليته، وتمكينه من التعرف على وجهات النظر المختلفة بالنسبة لقضية معينة تشغل بال الجماهير. ولهذا قد لا تنتهي الندوة أو المناقشة إلى حل واحد

أو استنتاج أخير، بل يمكن ترك الموضوع مفتوحاً للمستمعين لكي ينتهوا إلى آرائهم الخاصة على أساس الحقائق والآراء التي تعرض أثناء المناقشة.

وعادة ما تعتمد برامج المناقشات على تبادل الآراء والمعلومات للوصول الى حل لمشكلة معينة مطروحة للمناقشة. ويعتبر موضوع المناقشة هاماً كلما كانت الآراء المطروحة فيها تمس اهتمامات المواطنين أو اهتمامات جماعات أو فئات معينة في المجتمع أو المجتمع ككل. ولهذا تتسم المناقشات بالجدية بشكل عام.

ومن المهم جداً في برامج الندوات والمناقشات أن لا يطغى التجريب أو تعصب لرأي بعينه أو وجهة نظر لذاتها، بل يجب أن تكون المناقشة لوجهات نظر مختلفة لأن الغرض الأساس هو توضيح المسألة المطروحة للنقاش برمتها أمام المستمع، وليس التأثير عليه وأخذه إلى جهة دون أخرى.

ولهذا يتجلى هدف هذا النوع من البرامج في تقديم مناقشة منظمة متوازنة للمستمع، وفي نفس الوقت مثيرة حول موضوع هام بطريقة تكشف عن الوجه الطبيعي للمشكلة التي تعالجها، فالمناقشة التي تفشل في إثارة المستمع تكون لها نتائج عكسية تحطم الغرض المقصود منها لسبب بسيط، وهو انصراف المستمع عن سماعها، ولهذا يجب أن يكون المشتركون فيها ممن يتصفون بالمعرفة واتساع الذهن.

ولقد دلت كثير من الأبحاث التي أجريت حول برامج الندوات والمناقشات على أن هذا الشكل من الحوار الإذاعي لا يجد قبولاً ورواجاً لدى كثير من المستمعين، فهو أقل حظاً لديهم من برامج الترفيه، إلا أنه لوحظ أيضاً أن المهتمين بها من المستمعين يتميزون بأنهم أصحاب نزعات من التفوق وهم أقرب الى الصفة، وثبت كذلك أن المناقشات في الراديو أكثر نجاحاً وتأثيراً من المناقشات التي تنشر في الصحف، وأثبتت الأبحاث أنه لا يتحتم دائماً أن تدور الندوة حول وجهات نظر مختلفة، ولكن من الممكن أن تدور حول موضوعات أدبية أو علمية أو فنية.

ففي طرح مثل هذه الموضوعات عادةً تنعدم الخلافات حول وجهات النظر ويجري النقاش على أنه استعراض لوجهات نظر متعددة الجوانب حول موضوع يجذب المستمع ويسره الإمام به. وبهذه الطريقة يمكن للراديو متابعة مادة لو أنها عولجت بالحديث المباشر لانصرف عنها المستمع.

وفي برامج الندوات والمناقشات عادة ما يطرح الإذاعي سؤالاً على كل شخص مشترك في الحوار وتنقل الإجابات واحدة بعد الأخرى، فقد يكون هناك

موضوع سياسي أو اجتماعي في حاجة إلى إلقاء الضوء عليه، فيدعو الإذاعي عدداً من الأشخاص ذوي الصلة بالموضوع لمناقشته معهم عن طريق طرح سؤال أو مجموعة من الأسئلة ليستخلص منهم وجهة نظرهم بالنسبة لهذا الموضوع وتوقعاتهم وآراءهم في حل المشكلة إن كانت هناك مشكلة، إلا أننا نشير هنا إلى أن هذا النوع من الحوار الدائري يحتاج إلى إعداد مسبق حتى لا تتداخل الأسئلة بين الشخصيات المتحدثة.

علاقة الندوة والمناقشة بالخبر :

قد يبدو لأول وهلة أنه لا توجد ثمة علاقة بين الخبر وهذا النوع من البرامج الإذاعية، كانت ندوة أو مناقشة غير أن ذلك بعيد جداً عن الصواب ، لأن مثل هذه البرامج يمكن أن تستضيف عدداً من الشخصيات الهامة من المسؤولين أو المتخصصين ذوي العلاقة بالأحداث الجارية، ومن خلال هؤلاء يتم شرح وتفسير عدد من الأخبار فضلاً عن إمكانية الحصول على أخبار جديدة تذاق في نفس الوقت ويعرفها الجمهور لأول مرة وتصبح مادة خبرية لوسائل الإعلام الأخرى خاصة الصحف.

على هذا النحو تصبح برامج الندوات والمناقشات برامج وطيدة الصلة بالعمل الإخباري في الراديو ليس في مجال شرح وتفسير الأخبار فحسب بل وفي مجال "صنع" الأخبار واستقائها من مصادرها أيضاً. وفي كلتا الحالتين تؤدي وظيفتها في تحقيق ثلاثة أهداف، وهي :

الهدف الأول : شرح وتفسير الأخبار بما يساعد على تكوين رأي عام ووجهات نظر محددة حيالها.

الهدف الثاني : تقديم المعلومات والحقائق الى الناس بطريقة مبسطة وقريبة إلى نفوسهم تغلب عليها التلقائية والعفوية .

الهدف الثالث : ازدياد ثقة المتلقي وقناعته، نظراً لإحساسه بالمشاركة وبالحصول على الأخبار من مصادرها مباشرة دون وسيط، خاصة إذا كانت هناك تصريحات للمسؤولين وردت على لسانهم أثناء المناقشة.

وهذه الأهداف تؤكد أن الندوة والمناقشة مصادر أساسية وموضوعية وصادقة للخبر وذلك وفقاً للتعريف القائل : «إن الخبر هو كل شيء يحدث» أو أنه أي شيء لم تكن تعلمه بالأمس.

القوالب والأشكال الفنية لبرامج الندوات والمناقشات :

هناك عدد من الأشكال والقوالب الفنية لبرامج المناقشات والندوات، وتختلف هذه الأشكال وفقاً لاعتبارات كثيرة من بينها مكان وجود المشاركين وعددهم، ومدى مشاركة الجمهور في الندوة مشاركة فعلية إلى جانب أسلوب إدارة الندوة.

الشكل الأول : المائدة المستديرة Round Table :

وهو تعبير يشير إلى اجتماع المشاركين في الندوة حول مائدة داخل الأستديو يتبادلون الرأي ووجهات النظر في الموضوع المطروح للمناقشة من خلال أسئلة يوجهها إليهم مدير الندوة.

وتعتبر مناقشة المائدة المستديرة أولى الأشكال التقليدية وأسهلها. وهي في الواقع امتداد للقاء الصحفي الذي يقوم فيه الصحفي بدور أكثر إيجابية من دور قائد المناقشة حيث يعرض ويقدم آراءه على شكل أسئلة ليدفع صاحب اللقاء الى التحدث والتعمق في موضوعه. أما المناقشة فيؤدي قاندها دور المقدم الإذاعي بامتناعه عن المشاركة وإقحام نفسه عليها، واكتفائه بإبداء فكرة أو اتجاه جديد لتوجيهها أو إخراجها من مواقف حرجة تصل إلى درجة التباحث بين المتناقشين، وعادة ما يتم في المناقشة معالجة موضوع واحد بعمق.

الشكل الثاني : المناظرة Debate :

وهي المناقشة الثنائية حول موضوع يمثل طرفان من الأطراف يحمل كل منهما رؤية ووجهة نظر مختلفة. وقد يلتقي الطرفان وجهاً لوجه داخل الأستديو، أو يكون كل منهما في مكتبه أو في بلده. كما أن هناك نوعاً آخر من المناظرة توجه فيه الأسئلة لكلا الطرفين المتناظرين دون أن يعرف أي منهما الآخر أو يعرف إجابته على نفس السؤال، وبالطبع فإن مثل هذه الحالات الأخيرة التي تدور فيها المناظرة خارج الأستديو على النحو الذي تم توضيحه يعتبر من الأشكال المشوقة بالنسبة للجمهور.

وتعد المناظرة أحد الأشكال التي تحتوي بحكم طبيعتها على تشاحنات وتصادمات درامية في الرأي إذ تعرض المناظرة جانبين متعارضين لمشكلة يمثل أحدهما الجانب الإيجابي والآخر الجانب السلبي. ويستخدم المتناقشون أثناء المناظرة كل قواهم الإقناعية ومهاراتهم في عرض وجهة نظرهم لتعريض نظرتهم للمشكلة وتحطيم النظرة المناوئة. وعلى الرغم من إمكانية تعدد الأشكال التنظيمية للمناظرة، إلا أنه لا بد من وجود وجهتي نظر متعارضتين في كل شكل، على أن يمنح كل جانب وقتاً

محدداً لتقديم عرض أولي لوجهة نظره، وتفنيد وجهة النظر المعارضة، وتلخيص وجهة نظره في النهاية، وتستخدم بعض أشكال المناظرة طريقة الاصطدام اللفظي المباشر عند فحص ومناقشة كل جانب لآراء الجانب الآخر.

ومن أمثلة المناظرة ما يقدم في أجهزة الإعلام الأمريكية المسموعة والمرئية من مناظرات بين مرشحي الرئاسة، وكل مرشح يعرض لبرنامج وجهته نظره في مسائل السياسة والاقتصاد، ويحاول أن يقنع برأيه الآخر، ومن خلال من يناظره يحاول إقناع المستمع.

الشكل الثالث : الندوات الجماهيرية :

المقصود بها ذلك الشكل من برامج الندوات والمناقشات التي يحضرها جمهور المستمعين، ومثل هذه الندوات يمكن انعقادها داخل أحد الاستديوهات المناسبة لذلك، أو بإحدى القاعات خارج محطة الإذاعة، أما بالنسبة لمشاركة الجمهور في هذه الندوات فالأمر يأخذ إطارين :

* الإطار الأول : قد يكون حضور الجمهور لمجرد الحضور فقط، ومتابعة الحوار والمناقشات دون مشاركة فعلية بالسؤال أو الاستفسار أو حتى التعليق، وتلك مسألة هامة لأنها تضيف على المناقشات قدراً كبيراً من الحماس ومحاولة "التألق" من جانب المتحدثين في الندوة إحساساً منهم بأنهم يواجهون الجمهور مباشرة.

* الإطار الثاني : اشتراك الجمهور في المناقشات بالفعل، ويتم ذلك عن طريق توجيه الأسئلة أو المشاركة بالتعليق وإبداء الرأي فيما يقال أو إضافة إلى ما قيل بالفعل.

وفكرة هذا النوع من البرامج تتلخص في استضافة مسؤول بالاستديو ويشارك الجمهور في طرح الأسئلة أو التعليق الى جانب الإذاعي مدير الحوار.

الشكل الرابع : المناقشة الجماعية Group Discussion :

تختلف المناقشة الجماعية عن غيرها من أنواع المناقشات في أنها تحاول إيجاد حل للمشكلة المطروحة باستخدام التفكير الجماعي والبحث الموضوعي لجميع المشتركين، ولا يحاول المتناقشون فرض آرائهم، كما أنهم لا يعارضون آراء الآخرين، ولكنهم يحاولون فحص جميع ما عرض من آراء ومواد حول المشكلة واتخاذ القرار الجماعي، وإيجاد أحسن الحلول المقبولة من جميع أعضاء المناقشة، وعلى الرغم من عدم اشتراك مدير المناقشة فيها، إلا أنه يقوم بتوجيهها والمحافظة على موضوعيتها

وضمان الإشتراك الفعلي لجميع أعضائها دون سيطرة أحدهم على المناقشة أو خروجه عن الموضوع.

ومن أمثلة برامج المناقشة الجماعية (أستديو 34) الذي يقدم في القسم العربي بهيئة الإذاعة البريطانية B.B.C، ويستضيف أكثر من شخصية لمناقشة موضوع أو مشكلة تشغل الرأي العام بغية الحصول على حلول للمشكلة على أن يتمتع كل مناقش بحرية كاملة لعرض وطرح أفكاره حول تلك الحلول دون تأثير من إدارة الندوة أو الإذاعة، على أن يبقى مدير الندوة محايداً طيلة الزمن المخصص للبرنامج، ويكتفي فقط بممارسة دور موجه الحوار وتوزيع الفرص بالتساوي.

الشكل الخامس : الندوة الأفقية Symposium :

يشمل هذا الشكل كلاً من الندوة والمناقشة، ويقوم على استضافة بعض الشخصيات التي لديها حلول واقعية قابلة للتطبيق للموضوع المطروح الذي يهم الجماهير. ويتم منح كل مشترك وقتاً محدداً ومتساوياً للإجابة على السؤال المطروح وعرض أفكاره وتحديد آرائه. وفي الغالب يكون السؤال الأول الذي يطرح موحداً لجميع المشاركين في الندوة. وعند الانتهاء من الإجابة عليه، يجب الانتقال الى السؤال الثاني في الندوة. ولا بد أن يكون للموضوع المطروح للمناقشة على الأقل جانبان واضحا، وغالباً ما يشترك في هذا الشكل ثلاثة أشخاص منهم خبيران يعالجان الموضوع من وجهات نظر مخالفة، والثالث شخص عادي عادة ما يشارك عن طريق طرح أسئلة للخبرين لتكملة الموضوع، أو لتوضيحه للجمهور. ويسمح بمشاركة الجمهور داخل الأستديو وطرح الأسئلة على المشاركين في الندوة ومناقشتهم، وذلك بعد انتهاء الجميع من عرض وجهات نظرهم في الموضوع. ويتجلى دور مدير الندوة في عرض الموضوع وإبراز أهميته في البداية، ويقدم المشاركين في الندوة، ثم يطرح الأسئلة عليهم بحياد تام وتوازن، ثم يختم الندوة بتلخيص لمادار موضحاً أهم الآراء والأفكار.

وتعتبر الأشكال الخمسة التي تم عرضها، أشكالاً برامجية حوارية متعارف عليها، وأغلبها مستخدم الآن كنمط من أشكال البرامج الإذاعية وإن اختلف أسلوب الإعداد والتنفيذ، لكن الجوهر العام يبقى واحداً، إلا إنها ليست الوحيدة المتعارف عليها، بل هناك تصنيف آخر لأشكال وأنواع أخرى من برامج الحوار، لكنه في الأغلب يتناسب والإذاعات المحلية (الإذاعات الجهوية)، وهذا التصنيف يحتوي عدداً من الأشكال على النحو التالي :

الشكل الأول : ندوة الحوار المباشر :

في هذا الشكل يكون جمهور الندوة هو المشارك فقط في الحوار والنقاش، بينما يقوم الإذاعي بإدارتها دون حضور ضيوف آخرين.

الشكل الثاني : ندوة الضيف الواحد :

ويشترك فيها ضيف واحد يتم توجيه الأسئلة إليه بعد أن يقوم هو نفسه بالتعريف بالموضوع وعرض وجهة نظره في القضية المطروحة للمناقشة، ثم يتولى الرد على الأسئلة. إلا أننا نرى أنه من الأنسب أن يصنف هذا النوع من أنواع الحوار تحت مظلة المقابلة باعتباره مقابلة إذاعية تدخل في دائرة "مقابلة الرأي" لأن الهدف هو معرفة رأي ووجهة نظر الضيف حول القضية المطروحة للنقاش.

الشكل الثالث : ندوة الفريق الثابت :

يعتمد هذا الشكل من أشكال برامج المناقشات والندوات على وجود فريق ثابت لمناقشة القضايا المطروحة، وهي قضايا عامة لا تحتاج إلى تخصص، ويتكون فريق البرنامج عادةً من أهل الرأي والفكر من الأعلام وقادة الرأي في المجتمع.

ويناسب هذا النوع من البرامج المجتمعات المحلية. ويتكون الفريق من أهل الرأي من الأعلام المحليين، ومن أبناء المجتمع المحلي أو من القادة المحليين والقادة التنفيذيين المعروفين للمواطنين، أو شخصيات شعبية خاصة، ويناقش قضايا المجتمع المحلي الملحة ويصل فيها إلى حلول مرضية على أن يتم اختيار الفريق بعناية ويراعى فيه بقدر الإمكان تعدد وجهات النظر وأن تكون الشخصيات مقنعة للمستمع.

الشكل الرابع : ندوة الجو المعتدل :

يقصد بها الندوات التي يجري فيها النقاش حول موضوعات لا خلاف عليها، أي ليس فيها وجهات النظر، مثال : ندوة يكون موضوعها "شهر رمضان المبارك" فليس هناك خلاف على مبدء الصوم، ولكن لا بد من مشاركين أحدهم طبيب يتحدث عن الصوم من الزاوية الطبية، وأحد الدعاة يتحدث عن أسباب فرض الصوم، وآخر يتحدث عن أحكام الصوم والإفطار.

ويندرج هذا الشكل تحت الندوة الإذاعية كما سبق تعريفها. وهو يمثل بالفعل الجو المعتدل. فهي ندوة هادئة يتم عقدها عادةً لمجرد الشرح والإيضاح. وهنا ينبغي لمدير الندوة أن يتدخل في الوقت المناسب إذا أحس بخروج المشاركين عن الموضوع

الأساس وارتفاع حرارة النقاش، وذلك بإعادة الندوة إلى مسارها الصحيح. ولعل هذا هو الذي أعطى لمقدم الندوات لقب "الملطف" Moderation أي من يقوم بتلطيف الجو بين المشتركين في النقاش بحياد تام، وذلك لامتناع حدة السخونة والعودة بالنقاش إلى الجو المعتدل.

الشكل الخامس : ندوة الحوار الساخن :

هذا الشكل من الندوات على عكس الشكل السابق، تختلف فيه وجهات النظر اختلافاً جوهرياً مثال : موضوع "انتخابات المجالس المحلية" هل يكون بالقائمة النسبية أم بالانتخاب المباشر؟.. فهناك وجهة نظر تؤيد وبشدة الانتخاب المباشر، وهناك أخرى تؤيد بنفس القدر من الشدة الانتخاب بالقائمة النسبية.

ويدخل هذا الشكل مباشرة في شكل المناقشة وفقاً للتعريف الذي سبقت الإشارة إليه. وفي هذا النوع عادة ما يشتد الحوار وتزداد المناقشة حرارة وسخونة وعلى مدير الندوة أن يهدأ من صراعات الأفكار القائمة، كما ينبغي وجود متخصص للاشتراك في مثل هذه القضايا التي يكون من المعروف سلفاً أنها ستثير نقاشاً ساخناً.

الشكل السادس : ندوة الأفكار المستحدثة Innovations :

تضطلع الإذاعة من خلال هذا النوع من البرامج بدور تربوي وتعليمي خاصة عند مناقشة الأفكار المستحدثة في مجالات التعليم، والثقافة، والزراعة، والصحة، والحياة الاجتماعية والموضوعات الأيديولوجية. والمعلومات التي يحصل عليها المشتركون في الحوار أو الحضور في الندوة، تتيح لهم فرصة مناقشة القضايا المطروحة والمعلومات والأفكار التي تنبثق عنها، وهذا بدوره يؤدي إلى تثبيت تلك المعلومات والأفكار وتحويلها إلى فعل إيجابي.

الفصل الثاني

البرامج الحوارية (الإعداد وأساليب إدارة الحوار)

بشكل عام فإن الإذاعي الذي يشرف على إعداد البرامج الحوارية وتنفيذها، يجب أن يضع في اعتباره أن هذه البرامج سواء كانت مقابلة أو ندوة أو مناقشة وأياً كان الوقت الذي تستغرقه، فهي استغلال لوقت شخص أو أشخاص يشاركون في الحوار، واستغلال لوقت الإذاعي. لهذا عليه أن يفكر جيداً قبل أن يبدأ الحوار، فيتأكد من أن طريقته أفضل طريقة للحصول على ما يريد، وأن يقرر من هو أفضل شخص سيجري معه الحوار ولماذا.

وعادةً فإن الإذاعي أو الصحفي يفكر دائماً في من يقابلهم ليكونوا ضيوفاً لحواره. فالناس الذين يمثلون مصادر المعلومات أو الرأي بالنسبة للإذاعي، يصبحون جزءاً من الأخبار لأسباب عديدة منها :

1. لأن وظائفهم متميزة في الهرم الإداري تجعلهم متحدثين هامين بالنسبة لمهنتهم وأمثال هؤلاء : المسؤولون في الوظائف العامة، الرؤساء، والوزراء وغيرهم.
2. أو لأنهم يحققون أموراً هامة : كالمشاهير، والرياضيين المحترفين الذين يحققون الشهرة ويستمتع بهم الجمهور ويدفع الثمن ليراهم وهم يؤدون أعمالهم.
3. أو لأنهم أدينوا في جريمة كبرى. فالمجرم الذي يرتكب سلسلة من الاغتيالات ويعترف بكل ذلك يلقي الاهتمام من الصحافة ووسائل الإعلام ليس لشخصه، ولكن لأن ما فعله مرعب جداً.
4. أو لأنهم يعرفون شيئاً أو شخصاً هاماً، فالصديق الذي يشاهد دائماً في رفقة نجم سينمائي أو رئيس دولة يكتسب شيئاً من الوهج الإعلامي الذي يشع من المشاهير بسبب هذه الصداقة.
5. أو لأنهم شاهدوا شيئاً هاماً يحدث أمامهم. فالشاهد على جريمة أو على أحداث عامة لها مغزى كبير يمكن أن يصبح مصدراً للمعلومات كشاهد عيان يستطيع أن يقدم المزيد من التفاصيل للحدث.
6. أو لأن شيئاً هاماً قد حدث لهم، فالشخص الذي نجا من حادث سقوط طائرة مثلاً، يحظى بنصيب من الاهتمام الإعلامي. لأن الحادث الغريب، يثير الاهتمام لدى المستمع فيرغب في معرفة الشخصية وكيف حدث ذلك.

من خلال الأسباب التي سبقت الإشارة إليها والتي تجعل الإنسان جزءاً من الإعلام، يتضح للإذاعي الشخصية التي يريد التحدث إليها، وإن كان في معظم الأحيان تختلط هذه الأسباب مع بعضها في الحدث. فبعض الناس يمكن أن يكونوا مشاهير، ويصبحون في نفس الوقت شهود عيان على حدث هام. فالإذاعي بمجرد أن يتوصل الى أن شخصاً ما ذا قيمة إخبارية، يصبح أكثر قدرة على تركيز اهتمامه على سبب المقابلة. وأياً كان من سيجري معه المقابلة سواء كان شخصاً عاماً أو خاصاً، لابد وأن يتضح أمامه الغرض من المقابلة والهدف منها، هل جمع حقائق ومعلومات، أم تصريحات، أم جمع نواذر للموضوع.

وهكذا فإن الإذاعي وبمجرد معرفة الهدف والغرض من المقابلة، يبدأ في البحث عن الشخص الذي يحقق له هدف وغرض المقابلة ويجب على تساؤلاته بشكل واف على أن يكون الوصول إليه سهلاً، وأن يكون واثقاً به كمصدر للمعلومة الى جانب معرفة إن كان هذا الشخص مسؤولاً مباشراً عن المعلومة المرادة والمطلوبة. ولكن ليس كل شخص يمكن أن يجري معه حواراً. فهناك بعض الأشخاص يرفضون الحديث الى الإذاعة، فيعتذرون بعدم توفر الوقت لديهم، أو لشعورهم بالخوف من الحوار أو المقابلة، أو لأنهم يخشون التجربة، وإما لعامل الخجل أو الجهل وعدم المعرفة، فيخشون أن يكشف جهلهم.

وفي الوقت نفسه يستطيع الإذاعي الكفاء اللبق أن يقنع مثل هؤلاء الأشخاص بأهمية الحوار والحديث الى الإذاعة، ومن المهم أن يعتقد المصدر أو الشخص المعني أن من سيحاوره، من الذين يمكن الوثوق بهم قبل أن يتحدث إليه.

ومن هذا المنطلق فإن تحديد الهدف أو الغرض من إجراء أي حوار إذاعي واختيار من سيشارك في مناقشة الموضوع المطروح، لابد وأن يتبعه تحديد شكل الحوار، هل هو مقابلة أو ندوة أم مناقشة، وكذلك إن كان مقابلة هل هي للرأي، أو المعلومات، أو للشخصية. وبذلك يستطيع الإذاعي أن يتعامل مع الحوار وفقاً لتقنية وأسلوب كل شكل من أشكاله.

المبحث الأول : أساليب إدارة المقابلة

المقابلة بأنواعها الثلاثة "المعلومة" و"الرأي" و"الشخصية" لها أساليب ممارسة خاصة من حيث الإعداد، والتنفيذ والإنتاج بصفة عامة، وتلك الأساليب تختلف من نوع لآخر وفقاً لأهداف كل نوع.

وتقوم المقابلة بدور هام في مختلف أشكال البرامج الإذاعية، وبقدر نجاح المقابلة وحيويتها، يكون نجاح البرنامج الذي كانت المقابلة جزءاً منه، فالمستمع عادةً يمل الرتبة ويميل الى الحيوية والتنوع.

وكثيراً ما تبدو المقابلة وكأنها شيء في غاية البساطة "شخص يسأل وآخر يجيب" ولكن الواقع غير ذلك.

والمقابلة بكل أنواعها ومختلف أشكالها، تحتاج إلى إعداد دقيق يبدأ بالبحث في موضوع المقابلة بناءً على طبيعة نوع المقابلة التي يريدها. وتزداد فرص نجاح أي مقابلة إذاعية كلما ازدادت معرفة الإذاعي بالموضوع، وليس المطلوب من الإذاعي أن يكون خبيراً في موضوع المقابلة، بل يجب أن تكون لديه معلومات وأفكار حول الموضوع تكفي لوضع أسئلته بكيفية مترابطة ومنطقية تكسبه احترام من يتحدث إليه كضيف في المقابلة ومن يستمع إليه.

وبالطبع ليس صعباً الحصول على معلومات حول أي موضوع. فالمعلومة متاحة في المصادر المكتبية، والوثائق، والمطبوعات اليومية، والدوريات والمكتبات، والمواقع الإلكترونية كما هي متاحة لدى المصادر الشخصية من خلال الأفراد ذوي الصلة بالموضوع المعني.

وبعد مرحلة البحث والحصول على المعلومات والأفكار المتعلقة بالموضوع، يضع الإذاعي قائمة بأسئلة تزيد عددياً عما يريد إلقاءه في المقابلة. وإذا كانت المقابلة تدور حول موضوع، فيجب على كل سؤال مطروح أن يكشف النقاب عن أحد جوانب الموضوع، ومن المفيد جداً تجنب طرح الأسئلة الخارجة عن الموضوع، لأنها مضيعة للوقت وتنفر المستمع، وكل سؤال جيد يقود الضيف الى التحدث وإفشاء المعلومة أو إبداء الرأي. ومن المهم كذلك في المقابلات الإذاعية "الإصغاء جيداً"، لأن الإصغاء للمتحدث والاستماع جيداً لما يقول، يساعد كثيراً الإذاعي في إدارة دفعة الحوار والدخول بأسئلة فرعية مناسبة أو استفسارات مطلوبة أو تعليق مفيد.

وعموماً فإنه من أفضل الأسئلة ذلك السؤال الذي يوضع بطريقة تشعل في المتحدث الرغبة في الإجابة عليه بطريقة مثيرة للاهتمام وحافلة بالمعلومات. ويتطلب ذلك من الإذاعي دائماً البحث عن زاوية مثيرة للسؤال تفتح شهية المتحدث وتوقظ المستمع وتجذبه. ولذلك فإن أفضل الطرق للحصول على جواب جيد مثير للاهتمام، هي توجيه سؤال لا يمكن أن يساء تفسيره، وأن يكون محدداً بطريقة يعرف منها المتحدث الإجابة التي يريدها الإذاعي. فالسؤال هو المفتاح الذي يفتح أبواب

الحصول على المعلومات، فإذا أُلقيت الأسئلة بطريقة غير سليمة، أو إذا كانت أسئلة معقدة أكثر مما ينبغي، فإنه سيكون من العسير الحصول على الإجابات المرجوة. وهناك قواعد أساسية لإلقاء الأسئلة، وقد تختلف هذه القواعد وفقاً لظروف الحدث والموضوع، ولكنها تشترك كلها في الصلة التي تربط أي إنسان بآخر وتجعل الإذاعي يحرص على استمرار التبادل والتجاوب بينه وبين محدثه. ومن أهم هذه القواعد :

القاعدة الأولى : المباشرة والتركيز على النقاط المراد معرفتها.

القاعدة الثانية : إعداد وصياغة السؤال بشكل سليم.

فالسؤال المباشر المركز على نقاط محددة الى جانب صياغته صياغة صحيحة، كل ذلك يساعد على سرعة فهم السؤال، والحصول على الإجابة المطلوبة مباشرة دون غموض، وتلك قواعد في جميع أنواع المقابلات.

أهم طرق أسئلة المقابلة :

تتأثر المقابلات تأثيراً يتراوح في شدته وضعفه من مجرد التأثير العادي وحتى النجاح أو الفشل في عدد من الأمور التي قد لا يلتفت الإذاعي إليها التفاتاً تاماً ولا يضعها موضع الأهمية. ومن هذه الأمور التي قد تبدو للوهلة الأولى بسيطة وغير مؤثرة، ذلك الشكل الذي يجب أن تكون عليه الأسئلة، أو ذلك الإطار الذي توضع فيه. ومن المهم جداً أن يفكر الإذاعي في الطريقة التي تنتقل بها الأسئلة إلى الشخصية ضيف المقابلة، والأسلوب المناسب لطرحها، وما يتصل به من أطر فنية تتيح في النهاية أن تكون الأسئلة بين يدي المصدر وطوع فكر المتحدث ، ومن أهم طرق أسئلة المقابلة :

الطريقة الأولى : طريقة القائمة :

وهي طريقة شائعة الاستخدام خاصة لدى الإذاعيين الذين يخافون أن تتبعثر أفكارهم ، وأن يتشعب الحديث الى الحد الذي يصعب السيطرة عليه، فيدور هنا وهناك دون أن يتجه إلى الهدف المنشود وبطريقة مباشرة، أو أن تخرج الشخصية بالحديث عن الإطار المحدد له، وأن تسرح في موضوعات أخرى بعيدة كل البعد عن الموضوع الأساس للمقابلة.

والمقصود بطريقة القائمة، أن الإذاعي، ومن خلال الإعداد للمقابلة وعلى وجه التحديد خلال مرحلتي البحث في الموضوع ودراسته واختيار المتحدث وصلته بالموضوع، يقوم بوضع الأسئلة وفقاً لجوانب الموضوع المختلفة، ويصوغها الصياغة المناسبة،

ويرتبطها في قائمة من الأسئلة. ولهذه الطريقة خصائصها، ومميزاتها، وفوائدها. فهي تمتاز بالصلاحيات الكاملة من حيث الإلمام بأطراف الموضوع وسبر غوره وتغطيته تغطية شاملة. كما أنها تحصر الموضوع وتضعه في الإطار الصحيح له عن طريق الأسئلة الأساسية والاحتياطية، تسهل متابعة السؤال والتوقف عند كل نقطة من نقاطه أو عبارة من عباراته. إلى جانب ذلك فإنها تساعد الإذاعي على عدم نسيان أي سؤال هام أو نقطة هامة، كما تقوده إلى الإلمام الكامل بكل ما يدور وما تتجه إليه المناقشات.

فالقائمة مرشد للإذاعي يرتب من خلالها الأفكار والمحاور، لكنها ليست جامدة بل قابلة للتعديل والإلغاء، لأن المقابلة الإذاعية فيها شد وجذب، وأخذ ورد، وهجوم ودفاع بين طرفين هما الإذاعي والمتحدث. كما أن حبل الكلام قد يطول، وربما يخرج الإذاعي بجملة أسئلة من خارج القائمة، وتتحول من ثم الآراء والأفكار والمواقف إلى أسئلة جديدة ربما تكون أكثر قوة واهتماماً من جانب المستمع.

والأمر كله يتوقف على كفاءة الإذاعي وقدرته على إجراء الحوار، والسيطرة على المناقشة، ودرجة خبرته وممارسته وقابليته واستعداده ودراسته للموضوع وللشخصية، فالأمر لا تحده القائمة وحدها. ولذلك يصنف الحوار دائماً تحت مصطلح "النص غير الكامل" في أقسام النصوص الإذاعية.

الطريقة الثانية : طريقة "المحاور" أو "نقاط الارتكاز" أو "المعالم" :

المقصود بهذه الطريقة وضع محاور أو نقاط ارتكاز تقوم عليها تلك المحاور ورؤوس الموضوعات التي تجب مناقشتها أثناء المقابلة. ومن ثم يقوم الإذاعي بمناقشة تلك المحاور والنقاط مع المتحدث. وهذه الطريقة تضيف على المقابلة طابع الحيوية والمرونة، وتحقق بعض أشكال المقابلة القريبة من "المقابلة المفتوحة" Open Interview وكذلك "المقابلة المطولة" Prolonged Interview وذلك من خلال عدم التقيد الكامل بالأسئلة على النحو الذي يقوم عليه، وهذه الطريقة أساسها المقابلة المباشرة بين الإذاعي والمتحدث، أي اللقاء وجهاً لوجه. وهذا أمر مطلوب لإحداث الحيوية والقضاء على الرتابة.

الطريقة الثالثة : الطريقة المختلطة أو "الوظيفية" :

ويستخدم هذه الطريقة عدد من مشاهير منفي المقابلات الصحفية والإذاعية ومن بينهم على سبيل المثال لا الحصر الهندي "ك. كارنجيا" والأمريكي "ميري فيشر" إلى جانب عدد من الإذاعيين العرب والأجانب.

وتعتبر هذه الطريقة عالية المرونة، ومتعددة الاستخدامات، ومناسبة لأنواع عديدة من المقابلات. وهي تقوم على قائمة مختلطة تجمع بين الأسئلة الهامة والأساسية التي تركز على نوعية مطلوبة من الإجابات. وقد تكون أسئلة للرأي أو للمعلومة، أو أسئلة للتفسير، أو يخلط الإذاعي بين عدد منها تبعاً لنوعية المقابلة على أن تكون الأسئلة في عبارات وكلمات مختصرة وواضحة، وصياغة جيدة بشكل عام، وذات أهمية مطلقة، ومتدرجة من الأهم فالأقل أهمية، وكذلك الموضوعات والملاحظات بحيث تكون في شكل محاور أو نقاط أو معالم ارتكاز تكتب في كلمات قليلة للغاية بهدف التذكر فقط.

ومن الواضح أن هذه الطريقة تجمع بين مزايا وإيجابيات الطريقتين السابقتين وعلى وجه الخصوص ميزة الجمع بين أكثر الأسئلة أهمية وحصرها والسيطرة المطلوبة على مجريات المقابلة استناداً إلى الأسئلة نفسها، وكذا ميزة إعطاء الإذاعي قدراً لآس به من حرية التصرف التي تتيح المناقشة المفتوحة بكل ما تتطرق إليه من حوار وفكر وابتكار.

الطريقة الرابعة : الأسئلة غير المدونة : "طريقة القائمة الذهنية" :

ويستخدم هذه الطريقة من لديه قدر كبير من الثقة بالنفس، والقدرة على الإمساك بحبل الكلام وتوجيهه إلى حيث يريد، ومن هو متمسك بحرية القول والمناقشة ولديه ذاكرة قوية. ومثل هذه الخصائص ترجع إلى الخبرة والممارسة والتدريب الجيد على المقابلات، والمعرفة بما يريده المستمع.

ومن أبرز مزايا هذه الطريقة ضمان توجيه الأسئلة الطازجة الجديدة والمنعشة التي تؤدي إلى الحصول على إجابات مماثلة. كما أنها تعتبر أكثر الطرق مرونة واستعداداً لتغيير أسلوب المناقشة ونوعيتها، بل موضوعها أيضاً تبعاً لمجريات الأمور، وردود الأفعال، ومدى الاستجابة، ودرجة حماس المتحدث. وباختصار شديد، إن هذه الطريقة من أفضل الطرق لإجراء المقابلة المفتوحة الحية النابضة بالحركة والحياة. فهي تعني استخدام الأسئلة "الذهنية" أو تلك التي تكون مخزنة في أذهان أصحابها وتخرج عند الحاجة ومقتضى الحال.

وعموماً، فإنه لا توجد طريقة واحدة نموذجية لإدارة المقابلة وإنما تختلف الطرق تبعاً لقدرات الإذاعيين وأنواع المقابلات، والظروف السائدة، وطبيعة الأشخاص المتحدثين. فعلى الإذاعي أن يختار من الطرق اللازمة لإعداد أسئلة المقابلة ما يلائمه شخصياً ويناسب نوع المقابلة وطبيعة شخصية كل متحدث.

هيكل المقابلة :

يشمل هيكل المقابلة الإذاعية بمختلف أنواعه الأجزاء الآتية :

الجزء الأول : الترتيبات الأولية :

وتشمل مرحلة البحث من حيث جمع كل الحقائق والمعلومات الممكنة والخاصة بالموضوع المطروح للحوار، والتحدث إلى الشخص المراد مناقشته في جميع الأسئلة والنقاط المعدة للحوار، وذلك لتهيئة الشخص المشارك للدخول في جو الموضوع بشكل عام وليس تفصيلاً حتى لا تتعرض المقابلة لفقدان التلقائية وسخونتها. وفي حالة عدم قدرة الإذاعي على الحصول على معلومات خاصة باللقاء لضيق الوقت، ففي إطار الترتيبات الأولية يستطيع الإذاعي أن يسأل المتحدث عن أهم الجوانب التي يريد إظهارها والتحدث فيها عند إجراء المقابلة. ومن المحتمل أن يجد الإذاعي في اقتراحات صاحب المقابلة أو المتحدث إمكانية تساعده على ترتيب وصياغة الأسئلة، بالإضافة إلى بعض المعلومات التي تمكنه من بناء المقابلة. ومن جهة أخرى فإن سؤال المتحدث عن أهم الجوانب التي يريد التحدث فيها، يجعله يعد نفسه للإجابة في جو يتميز بالاسترخاء والراحة مما يساعد على تلقائية التفاعل بين الإذاعي والمتحدث أثناء التسجيل. وتزداد أهمية هذا الأمر عند إجراء المقابلة مع شخص ليس له خبرة إذاعية، ولم يتعامل من قبل مع الميكروفون. وفي إطار الترتيبات الأولية، من الضروري أن يتأكد الإذاعي من فعالية جهاز تسجيله وأسرطته.

الجزء الثاني : مقدمة المقابلة :

في المقدمة يقوم الإذاعي بتقديم المتحدث ومهنته وصلته بالموضوع المطروح للحوار ومن ثم يعرض بإيجاز لموضوع المقابلة .

الجزء الثالث : جسم المقابلة :

يحتوي جسم المقابلة "الحوار والمناقشة حول جوانب الموضوع المختلفة". ويشمل ذلك أسئلة مباشرة بهدف الحصول على معلومة أو آراء، أو كشف جوانب الشخصية المختلفة. وخلال الحوار، يعطي الإذاعي لضيفه الفرصة ليقول كل ما يعرفه عن الموضوع، ولا يتدخل لمقاطعته إلا إذا لزم الأمر أو أحس خروجه عن الموضوع : وهنا يتحتم على الإذاعي ألا يلقي الأسئلة متتابعة الواحدة تلو الأخرى حتى لا يحدث ارتباك للمتحدث. وللمحافظة على عنصر الاستمرارية، يجب أن يكون كل سؤال مشتقاً من الإجابة على السؤال السابق ومرتبطاً به، مما يتطلب تركيز الانتباه على كل ما يقوله المتحدث

والإصغاء جيداً إليه، ليكون مستعداً لأخذ أي أفكار جديدة يمكن أن تطرأ أثناء المقابلة، وهذا ما سبقت الإشارة إليه وهو الإصغاء الجيد. وفي جسم المقابلة أيضاً، على الإذاعي أن يوجه أسئلة واضحة ومباشرة تؤدي إلى إجابات مباشرة دون غموض، مع مراعاة الوقت المتاح حتى لا يتم إنهاء المقابلة قبل الحصول على كل ما يتعلق بالموضوع من معلومات.

الجزء الرابع : نهاية المقابلة :

في ختام كل مقابلة عادةً ما يذكر الإذاعي بموضوع المقابلة مع تلخيص موجز جداً، ثم يعرف بالمتحدث الذي شارك في المقابلة ويشكره على ما قدم من معلومات وآراء أو كشف لجوانب في شخصيته.

وهكذا تحتوي كل مقابلة إذاعية في هيكلها على الأجزاء الأربعة التي سبقت الإشارة إليها، وطالما الموضوع يتعلق بأساليب إعداد وتنفيذ المقابلة الإذاعية فلا بد من البحث في كيفية إعداد وتنفيذ أنواع المقابلة المختلفة : مقابلة المعلومة، مقابلة الرأي، مقابلة الشخصية.

أولاً : إعداد وتنفيذ مقابلة المعلومة :

إن "مقابلة المعلومة" حوار هدفه الأول إعطاء معلومات وبيانات معينة حول موضوع معين. ولذلك فهذا النوع من المقابلات يجب أن يكون معداً إعداداً كافياً، سواء من طرف الإذاعي أو من طرف الشخص المسؤول المشارك في المقابلة. ويكون هذا الإعداد إما بكتابة النص الكامل للمقابلة في شكل أسئلة وأجوبة، وإما أن تكون الأسئلة وحدها مكتوبة. ويعد المسؤول من ناحيته كتابة المعلومات والبيانات والأرقام والإحصائيات، وكل ما يريد أن يستعين به أثناء المقابلة من معلومات. وهناك أسباب أدت إلى ضرورة هذا الأسلوب من الإعداد لهذا النوع من المقابلات.

السبب الأول : هو أن الإذاعي يعد الأسئلة مكتوبة من جانبه لأنه غير صاحب اختصاص في الموضوع الذي يتم تناوله، وهو غالباً ما يكون موضوعاً يقتضي خبرة خاصة. لذلك يُعد الإذاعي الأسئلة لكي يضمن عدم الوقوع في أخطاء فنية في طريقة توجيه الأسئلة إذا وجهها بشكل تلقائي ودون إعداد على الورق، ثم إنه في النهاية يريد قدراً من المعلومات معيناً ومرتباً بطريقة خاصة، وهذا لا يتأتى إلا إذا رتبت الأسئلة مثل هذا الترتيب الخاص.

السبب الثاني : إن المسؤول المتحدث يعد الإجابات مقدماً من جانبه، لأن هذه الموضوعات المطروحة لا تحتمل الارتجال الكامل، وتحتاج في الغالب إلى تعبيرات

علمية وأرقام قد تغيب عن الذاكرة وعلى الأخص أثناء مواجهة الميكروفون، هذا إلى جانب ما يتطلبه هذا النوع من المقابلات من تركيز لضمان تقديم ما يراد من معلومات في أقل وقت ممكن.

ومن الضروري في مقابلة المعلوم، أن ينبه الضيف على إلقاء النص المكتوب بلغة مبسطة، حتى تبدو إجابته وكأنها غير معدة من قبل.

وهنا يتحتم على الإذاعي أن يكتب النص باللغة التي تستعمل في الحديث العادي، فلا يكتب الحوار باللغة العربية الفصحى حتى يتمكن المسؤول من طرح المعلومات بتلقائية.

ولكي تنجح مقابلة المعلوم يجب أن يكون الموضوع مناسباً للجمهور المستهدف ويقع في دائرة اهتمامه وتدور في ذهنه تساؤلات مختلفة حوله. كما يجب على الإذاعي الذي يدير المقابلة، أن يكون ملماً بالموضوع ولديه معلومات كافية قبل الاتصال بالمتحدث المعني الذي ستجرى معه المقابلة. وليس من حق الإذاعي في مثل هذا النوع من المقابلات أن يدلي بآراء علمية أو يتناول أشياء تخصصية إذ يترك ذلك دائماً للضيف الذي ينبغي أن يكون متخصصاً وقادراً على التحدث في الموضوع المطروح.

ثانياً : إعداد وتنفيذ مقابلة الرأي :

مقابلة الرأي وكما سبقت الإشارة، يقصد بها الحوار الذي يهدف الى عرض آراء ووجهات نظر بعض الناس في مسألة بعينها كراي المواطن مثلاً : في مشكلة الغلاء، أو ارتفاع المهور، أو رأي ربة منزل حول مشكلة الأسعار وحلها.

في مثل هذا النوع من المقابلات يواجه الإذاعي عادةً بأشخاص لا تجربة لهم في مواجهة الميكروفون، ومن شأن ذلك أن يربكهم ويقيّد ألسنتهم ولا يتيح للتفكير المرتجل فرصة الانطلاق، فيكون من واجب الإذاعي هنا أن يعبر بمحدثه هذه اللحظة الحرجة، بعدم إلقاء سلسلة من التعليمات في عدم الخوف وعدم الارتباك، فمن شأن هذه النصائح أن تزيد من رهبة الموقف. ولكن يكون عبور اللحظة الحرجة بالقاء بعض الأسئلة الشخصية في بداية الحديث وقبل التسجيل. فمن شأن ذلك أن يخلق جواً من الألفة بين الإذاعي ومحدثه، ثم يعقب ذلك الإشارة باختصار إلى النقاط التي سيثيرها معه في المقابلة لكي يعرف الإذاعي الاتجاه العام لتفكير محدثه، وأوجه القوة والضعف فيه، لكي يستطيع مواجهتها أثناء التسجيل وحتى لا يفاجأ المتحدث بأسئلة لم يعد لها ذهنياً من قبل.

ومن الضروري التنبيه إلى أن هذا لا يعني أن يجري الإذاعي تجربة كاملة مع المتحدث قبل التسجيل، لأنه إن فعل ذلك فلن يحصل منه بعد ذلك على شيء إذ يكون قد أفرغ مافي جعبته، وفقد حماسه الطبيعي في التعبير عن وجهة نظره، وتأتي المقابلة بعد ذلك لحرارة فيها وقد فقدت عنصر المبادرة والتي تجتذب انتباه المستمع.

وفي مقابلة الرأي يجب أن يكون الحوار ارتجالياً دون الاستعانة بأي نص سواء من جانب الإذاعي أو جانب المتحدث. على أن هذا لا يمنع من أن يرتب الإذاعي في ذهنه الأسئلة بطريقة درامية التركيب، أي يكون لها بداية ووسط ونهاية، فبعد ما يمهّد بالسؤال ذي الطابع الشخصي، يتعين أن يكون الاستهلال بارعاً، فيوجه سؤالاً جذاباً يثير الانتباه، ويحفز الأذهان للمتابعة والمشاركة، ثم إن الختام هو الآخر ينبغي أن يكون خلافاً فيسأل الإذاعي السؤال الذي تكون الإجابة عليه هي القمة والأوج. ويتعين على القائم بهذا النوع من المقابلات أن يكون ملماً إلاماً تاماً بالموضوع الذي يسأل فيه، لأن أي خلل أو ارتباك في أسئلته قد يوحى للمستمع بأن الإذاعي يجهل الموضوع، بعكس الأخطاء التي قد يقع فيها الضيف المتحدث. فالإذاعي هو ممثل جهاز الراديو في نظر المستمع، وهو جهاز يفترض فيه العلم بكل شيء والإلمام بكل التفاصيل. لذلك على الإذاعي النزول إلى الشارع لمعرفة رأي الناس، وليس لتلقي معلومات منهم، فمثل هذا النوع من المقابلات يرمي إلى معرفة الآراء من أجل إشراك المستمع في معرفة آراء ووجهات نظر الآخرين حول مسألة مهمة مطروحة في الساحة.

ولذلك فإن مقابلة الرأي تتطلب إعداداً معيناً وأسلوباً خاصاً بتوجيه الأسئلة. فصيغة الأسئلة الموجهة إلى المتحدث ليست بالأمر السهل. فعليها يتوقف انطلاق المقابلة أو تعثرها. فإذا جاء سؤال بطريقة لا تحتمل الإجابة عليه إلا "نعم" أو "لا"، أغلق باب الحوار والمناقشة وحكم على المقابلة بالتوقف. لأن صياغة الأسئلة بهذه الطريقة (نعم أو لا) تجعل الجمهور يظل طوال الوقت يستمع إلى الإذاعي وإلى الأسئلة، وليس هذا بالطبع هو المقصود من البرنامج أو المقابلة، إنما المقصود هو أن يستمع الناس إلى الضيف وآرائه وأفكاره. وينبغي ألا تكون الأسئلة مصاغة في شكل إيحائي مفروض، أي توحى برأي معين بحيث لا يجد الضيف أمامه من سبيل سوى الموافقة على هذا الرأي واتباعه. يجب أن تمنح الفرصة لصاحب الرأي للتعبير عن رأيه بصراحة وبدون إحاء حتى لا تختفي الحكمة من مقابلة الرأي. فالإذاعي الجيد هو الذي لا يحتكر الحديث ولا يفرض رأيه على أحد، بل يكون محايداً وفي نفس الوقت يحسن التعبير والإلقاء، ويجيد انتقاء الألفاظ والعبارات، ويعرف كيف يصغى إلى محدثه ويظهر له الاهتمام لمعرفة ما يقول ومن ثم معرفة رأيه.

ثالثاً : إعداد وتنفيذ المقابلة الشخصية :

تهدف مقابلة الشخصية إلى تقديم شخصية ذات قيمة معينة للجمهور بحيث تثير الانتباه بشكل أو بآخر. وعموماً يجب على معد مقابلة الشخصية أن يعرف كيفية اختيار الشخص المناسب. وعندما يتم ذلك يجب أن يبرز في بداية المقابلة سبب إجراء الحوار مع هذه الشخصية التي وقع الاختيار عليها. وبعد ذلك يجب التأكد إذا كان هذا الشخص هو المناسب للحدث أمام الميكروفون، وذلك يتحدد من خلال مجموعة عوامل تشمل :

العامل الأول : سهولة الوصول إلى الشخصية، وتحديد موعد التسجيل المناسب معها.

العامل الثاني : اختيار الشخصية التي تستطيع التعبير عن رأيها أو وجهة نظرها بسهولة ووضوح، ولديها معلومات عن الموضوع المحدد للحوار.

العامل الثالث : اختيار الشخصية التي تجيد التحدث أمام الميكروفون بوضوح دون تردد أو خوف.

العامل الرابع : اختيار الشخصية المحببة إلى الجمهور المستمع.

أما طبيعة مقابلة الشخصية فهي تلقائية دون نص مكتوب، لأن المطلوب هو معرفة الشخصيات على طبيعتها وكما تتعامل في الحياة. والقراءة من نص مكتوب من شأنها أن تطمس هذه الصورة وتصبغ المقابلة بصبغة غير طبيعية لاتحمل أي طرافة أو إثارة. ولابأس من جلسة تمهيدية بين الإذاعي والشخصية قبل التسجيل يتبين منها جوانب الموضوع خاصة الطرافة في الشخصية، ولمس الجوانب التي تلمع فيها أكثر من غيرها ويتم خلال هذه الجلسة الإشارة السريعة إلى الموضوعات التي ستطرح للحوار دون إعداد كامل حتى لاتفقد جدتها بعد هذه الجلسة.

وبالطبع فإن الإذاعي في مثل هذا النوع من المقابلات عادةً ما يعتمد إلى ترتيب أسئلته إما في ذهنه، وإما بكلمات قليلة مكتوبة لمجرد التذكر، وبذلك يتحقق عنصر التشويق أثناء المقابلة، وتتحقق المتابعة من لدن المستمع. ومن المهم في أسئلة مقابلة الشخصية أن تبرز جوانب الشخصية المختلفة، أو على الأقل الجوانب الطريفة فيها، كما يجب في هذه الحالة الابتعاد عن المناقشات الموضوعية في المسائل التي قد يختلف فيها الرأي بين الإذاعي والمتحدث، لأن المستمع في مقابلة الشخصية يريد أن يستمع إلى الشخصية ويعرف جوانب من حياتها وتفكيرها وطريقة حديثها أكثر من أن يتبين حقيقة موضوع بذاته.

وفي مقابلة الشخصية، يجب ألا تطغى شخصية الإذاعي على شخصية المتحدث لأن المستمع يريد فقط أن يستمع الى شخصية الضيف وليس شخصية الإذاعي. كما يجب أن يتسم الحوار بالعفوية والتلقائية مع الابتعاد عن نقاط الإختلاف في الرأي، لأن الهدف هو عرض نموذج إنساني بخصائصه الشخصية الجذابة الممتعة. وهذا الأمر يتطلب أن يكون الإذاعي على دراية بخلفية الشخصية وسيرتها الماضية عبر عدد من محطات الحياة، والذي لا يتأتى إلا بوضع الخطوط الرئيسة للأسئلة والنقاط التي تكشف الجوانب المتعددة للشخصية التي يدور معها الحوار، لأن ذلك يساعد كثيراً في الطرح المنطقي للأسئلة والمحاوِر المختلفة.

وهكذا فإن الإذاعي الذي يجري مقابلة الشخصية يسعى دائماً إلى كشف النقاب عن طبيعة وخلق وطرز الشخصية التي تدور معها المقابلة ومن المحتمل أن تؤدي نتيجة ذلك الى قصة أطول وأخف وأقل تقييداً بعنصر الزمن.

ويعتمد هذا النوع من المقابلات على شخصية المتحدث، وما تمتاز به من براعة ولباقة وقدرة على التعبير عن نفسها، وما تتمتع به من تنوع وجاذبية وتأثير في المستمع.

ولكي تنجح مقابلة الشخصية لابد من الدقة في اختيار الشخصية دون مجاملة لأحد، بمعنى أن تكون الشخصية هامة بالفعل بالنسبة لجمهور المستمعين أي شخصية موضع حديث الناس. كما يجب أن يكون أداء الإذاعي الذي يدير المقابلة ملائماً للموضوع المطروح للحوار مع الحرص على توجيه أسئلة مناسبة لكل حالة، مع تجنب الأسئلة التي تصيب الشخصية بالحرَج، الى جانب الحذر من الأسئلة السطحية أو البديهية التي لاتضيف جديداً.

وعموماً فإن الإذاعي الناجح هو من يطرح الأسئلة التي يرى أنها تختمر في عقول المستمعين إزاء هذه الشخصية بالذات. لأن دور الإعلامي الإذاعي هو دور الوسيط الذي يفتح قناة بين المستمع والضيوف، وهذا يحتم عليه أن يطرح أسئلة يعرف هو إجابتها مسبقاً، ولكن يجب طرحها ليعرفها المستمع وأن تكون صياغتها سهلة مبسطة يفهمها الجمهور العام على اختلاف مستوياته.

تنفيذ المقابلة الإذاعية في الأستديو :

قبل تنفيذ مختلف أنواع المقابلات الإذاعية لابد من إجراء حوار مبدئي مع المتحدث قبل التسجيل. فقد يشعر الضيف بالرهبة والخوف من الأستديو والميكروفون

مما يجب معه طمأنته وإشعاره بالألفة، وذلك بإجراء حوار مبدئي ودي يشعر معه الضيف بالاطمئنان. ويجب أن يبتعد الإذاعي أثناء المقابلة المبدئية عن موضوع الحوار الأصلي حتى لا يسترسل الضيف في إعطاء معلومات أو إبداء رأي أو يدخل في تفاصيل شخصية ويتجاهل كل ذلك أثناء التسجيل وترد عبارة «كما سبق وأن قلت لك».

وهكذا يفيد الحوار والجلوس المبدئي مع الضيف في إعداد الضيف ذهنياً ونفسياً للتسجيل وتحديد النقاط الرئيسية لموضوع المقابلة، ومعرفة إسم الضيف ولقبه، والنطق الصحيح للإسم واللقب.

التسجيل داخل الاستديو :

بعد جلوس الضيف أو الضيوف في مواقعهم أمام الميكروفون وجلوس الإذاعي الذي يدير المقابلة، تبدأ المقابلة بمقدمة بسيطة يعرض فيها الإذاعي الموضوع وأهميته، ويقدم فيها الضيف ومؤهلاته وخلفياته، وتحقق هذه المقدمة ثلاث وظائف رئيسية :

الوظيفة الأولى : زيادة اهتمام المستمع بالبرنامج.

الوظيفة الثانية : تقدم فقرة إعلامية موجزة للضيف قبل أن يبدأ الكلام.

الوظيفة الثالثة : تمتص التوتر والقلق وتجعل الضيف يشعر بالراحة.

إلقاء الأسئلة :

يبدأ الإذاعي بعد المقدمة والترحيب بالضيف في إلقاء الأسئلة مراعيًا إعطاء اهتمام كبير بالضيف وحديثه من خلال توجيه أسئلة استفسارية أو إيضاحية، ثم البدء بالأسئلة السهلة حتى يتأقلم الضيف مع موضوع المقابلة. يلي ذلك ترتيب الأسئلة ترتيباً متسلسلاً منطقياً، والتوقف عند المصطلحات والألفاظ غير الواضحة، وطلب توضيحها من الضيف وشرحها مع مراعاة خلق الشعور لدى الضيف بأهمية ما يقول حتى يساعده ذلك على الاستفاضة في الحديث. أما مقاطعة الضيف إذا خرج عن موضوع الحوار فيجب أن تكون بأدب لإعادته مرة أخرى الى الموضوع من خلال سؤال آخر أو تذكيره بما قاله. وفي نهاية المقابلة يعطي الإذاعي ملخصاً سريعاً للموضوع مما يعطي إشارة بالانتهاء. ويظل الإذاعي محتفظاً بهدوئه إلى نهاية الحديث.

ملاحظات عامة حول المقابلة الإذاعية :

هناك بعض الملاحظات العامة على جميع أنواع المقابلة الإذاعية. وأهم هذه الملاحظات :

الملاحظة الأولى : في كل أنواع المقابلة مهما كانت يجب ألا تلقى الأسئلة سواء كانت معدة من قبل أو تلقائية بطريقة متتابعة غير مرتبطة بما يلقي من إجابات. فإذا انتهى المتحدث من الإجابة على سؤال معين لا ينتقل الإذاعي فجأة الى السؤال التالي بغير أن يمهد له بربط الإجابة التي قبلت عن السؤال الأول وهكذا. وإلا بدأ الأمر وكأنه امتحان مدرسي وليس حواراً ونقاشاً في مقابلة وجهاً لوجه. فالناس في أحاديثهم العادية لا ينتقلون فجأة من موضوع إلى موضوع، بل يأتي الموضوع التالي دائماً مرتبطاً بشكل أو بآخر بالموضوع الأول.

الملاحظة الثانية : يجب على الإذاعي خاصة في المقابلة المرتجلة أن يبتعد عن الألفاظ التي يكررها هو عادة في أحاديثه العادية، وهو ما يسمى باللزوم. فإذا كان هو بطبيعته يستخدم ويكرر عبارة معينة كعبارة "طبعاً - جميل - يا سلام" إلى غير ذلك، فعليه أن ينتبه إلى ذلك العيب أثناء تسجيل المقابلة أو إذاعتها، فهو عيب لا يغفره المستمع.

الملاحظة الثالثة : على الإذاعي ألا يسخر من أحد متحدثيه مهما كان الكلام الذي قاله ساذجاً أو خطأ أو مبالغاً فيه. فضيف الإذاعي هو ضيف المستمع، والسخرية منه سخرية بالمستمع نفسه الذي يمكن أن يخضع لنفس الظروف، مع تجنب رفع الكلفة مع الضيف.

الملاحظة الرابعة : عند تسجيل أي مقابلة إذاعية يجب عدم الاعتماد على "المونتاج" أثناء تسجيل الحوار والمقابلة. فالإذاعي الناجح يلغي فكرة المونتاج من ذهنه تماماً أثناء إدارة المقابلة ولا يلجأ إليها إلا مضطراً لحذف عبارة مخلة أو ما إلى ذلك، وإلا فمن الممكن أن يسود الإهمال والاستهتار بالمقابلة وينعدم فيها عنصر التسلسل وتفتقر إلى الواقعية.

كيفية ختام المقابلة :

في ختام أي نوع من أنواع المقابلة الإذاعية لابد من إعطاء ملخص سريع لموضوع المقابلة وما ورد فيها من أفكار ومعلومات، ويجب عدم إنهاء المقابلة فجأة بشكل يشعر المستمع بانقطاع تسلسل الأفكار والمعلومات. ومن المهم كذلك التمهيد للمتحدث بقرب إنتهاء المقابلة. ويأتي إنتهاء المقابلة بشكر الضيف الذي أفاد البرنامج بمشاركته ومعلوماته أو آرائه ووجهة نظره.

المبحث الثاني : أساليب إدارة الندوة والمناقشة

تتناول الندوة جوانب متعددة لموضوع ما، يقوم المشاركون فيها بتغطية هذه الجوانب كل حسب تخصصه واهتماماته دون خلاف أو تعارض في الرأي أو وجهات النظر، بينما المناقشة فيها خلاف وتعارض في الآراء، وكل مشارك يحاول إقناع الآخر بصحة رأيه أو وجهة نظره.

فالندوات والمناقشات شكل إذاعي يهدف الى تبادل ونشر الآراء بين المستقبلين ودفعهم الى التفكير فيها سواء أكانت تلك الآراء هامة كما في المناقشات الجادة، أو من أجل التسلية كما في المناقشات الخفيفة. وهى كشكل برامجي تعطي الفرصة للمستمع لإظهار آرائه فوراً أو مباشرة، بينما الأشكال الإذاعية الأخرى من أخبار، وتعليق، ودراما وغيرها، توصل الخبر أو الرأي الى المتلقي دون إعطائه إمكانية إظهار آرائه.

وعموماً فإن الندوة أو المناقشة قد لا تنتهي إلى حل واحد أو استنتاج أخير، بل ربما توصل إلى حلول فعلية أو ضمنية للمسائل أو المشاكل موضوع النقاش. ويمكن ترك الموضوع مفتوحاً للمستمعين.

ويتوقف نجاح برامج المناقشات والندوات على عدة عناصر أهمها : موضوع الندوة أو المناقشة، ومقدم البرنامج أو مدير الحوار، والضيوف المشاركون إلى جانب أسلوب وطريقة تناول الموضوع، وإلقاء الأسئلة، وتمكن المعد من فن الحوار وطريقة ترتيب الأسئلة من جهة، ودرجة تغطيتها للموضوع من جهة أخرى، والجوانب الخاصة بالضيوف المشاركين وشخصياتهم.

ويعتبر الإعداد الجيد للندوة أو المناقشة من أهم عوامل نجاحها خاصة المناقشة التي يجب أن يكون موضوعها جديداً، وأن يهم أكبر عدد ممكن من المستمعين ويتسع للاختلافات في وجهات النظر وكذلك الآراء، ويتوقف على اختيار الموضوع المناسب اختيار الشخصية المشاركة في المناقشة. وبعد اختيار موضوع المناقشة يجب إجراء بحث شامل عن الموضوع وخلفياته، وجمع كل ما يتعلق بالموضوع من حقائق ومعلومات من المراجع والصحف وغيرها من الوسائل.

ويجب على مدير المناقشة أن تتوافر لديه معلومات أيضاً عن اختلاف وجهات النظر حول الموضوع المطروح للنقاش، كما يجب عليه إعداد المحاور الرئيسة التي سيطرحها للمناقشة من خلال جمعه للمعلومات، ولا يكون ذلك بمثابة نص مكتوب، وإنما مجرد ملاحظات تذكره بالخطوط الرئيسة للموضوع. ومن ثم يجب على مدير

الندوة أو المناقشة قبل بدء التسجيل إعطاء فكرة للمشاركين عن الوقت المحدد للمناقشة وتوزيع الأدوار فيها ويستلزم الإعداد لمثل هذه البرامج، ضرورة توزيع خطته مسبقاً على المشتركين حتى يمكنهم إعداد أنفسهم وأفكارهم ومشاركتهم بما يتماشى مع الخطة والشكل العام للبرنامج، والبحث عن المعلومات المتخصصة وإعدادها للإدلاء بها أثناء المناقشة.

ولا يمكن كتابة نصوص كاملة للندوة والمناقشة لعدم توافر المعرفة المسبقة والكاملة لاتجاهات وتعليقات المشتركين فيها على موضوع المناقشة، ولا النقاط التي قد تتولد أثناءها. ولا تعنى هذه الصعاب عدم الإعداد لبرنامج الندوة والمناقشة، لأن ذلك سوف يقود بالضرورة الى نتائج سيئة ويدفع مدير الحوار الى توجيه أسئلة الى المشتركين فيها دون معرفة الإتجاه الذي ستتخذه أو التحكم فيه. ولتفادي مثل هذه النتائج السلبية ومن ثمة الاحتفاظ بالتلقائية، لابد من التخطيط المسبق لاتجاهات الندوة أو المناقشة والخطوط العريضة لهما، والشكل العام وتنظيم وتحديد جوانب الموضوع التي ستتناولها المناقشة. وإضافة إلى ذلك فلا بد من إعداد مقدمة وخاتمة للحوار، وعبارات الوصل والانتقال لربط جوانب المناقشة وأجزائها.

ولا يجب المبالغة في الإعداد لأن من شأن ذلك أن يضيفي علي البرنامج عنصر الملل، كما أن الإهمال قد يؤدي إلي عدم إمكانية معالجة عناصر الموضوع المطروح على الوجه المطلوب. وهكذا فإن التخطيط والإعداد المتوازن لمثل هذا النوع من برامج الحوار أمر ضروري وحيوي لتحاشي تكرار المعلومات ومواد المضمون التي يدلي بها المتناقشون الذين يعرضون آراءهم بطريقة معينة يتضح منها تلقائياً تضارب في الآراء، وعرض وجهات النظر المختلفة من أجل الوصول إلى بعض النتائج النهائية. ومن شأن التعارض في الآراء أثناء المناقشة أن يزيد من اهتمام المستقبل بالاستماع خاصة عندما ينتج عنه تأكيد وإظهار نقاط المناقشة الرئيسة، في حين تؤدي المعارضة والمناقشة في النقاط الفرعية الى مضايقة المستمع وفقدان اهتمامه بالبرنامج. ويجب أثناء المناقشة عدم التردد في إظهار الرأي، الأمر الذي يضيفي الحيوية والتلقائية على المناقشة وزيادة سرعة أدائها. وعند المقاطعة يجب التأكد من أن المتحدث قد انتهى من التعبير عن رأيه أو على الأقل من فكرته.

وعندما يحدد لأحد المتناقشين معالجة موضوع فرعي، فلا يعنى ذلك ضرورة احتكاره للحدث فيه. وأثناء مناقشة هذا الموضوع يتحتم عليه عدم ترك فترات صمت أو سكون حتى لا يتأثر عنصر الحيوية والتلقائية، وهو عنصر هام في برامج المناقشات

وتظهر معالمه في الوقفات العادية أثناء التحدث ، وفي الضحك والفكاهة غير المتعمدة وعدم الاسترسال في التحدث. ومن أبرز ما يساعد مدير الندوة والمناقشة على الاحتفاظ بالتلقائية معرفته الكاملة لاتجاهات المشاركين ليتمكن من توجيه الأسئلة الهادفة إليهم عند الحاجة لمعرفة بعض آرائهم حول الموضوع، والسماح لهم بأبداء آرائهم الشخصية والعمل على إشراكهم الفعلي في المناقشة مع مراعاة توازن توزيع العناصر الزماني بينهم، طبقاً للنقاط التي سيعالجونها، وتشجيع المترددين منهم على التحدث. ومن شأن الإعداد المسبق للندوة تحقيق طبيعتها، ومناقشة جميع نقاط وعناصر الموضوع بتوازن، إلا إذا كان البرنامج يهدف في الأصل إلى إبراز وجهة نظر معينة الأمر الذي يجب الاتفاق عليه مسبقاً لتحديد نوعية البرنامج إذا كان يهدف إلى عرض متعارضات، وتأمين حيوية البرنامج، أو إظهار جزء منها، أو تحاشيها كلية، وهذا بالطبع يحتم وضع الأسئلة في شكل مثير للبحث والتفكير بحيث لا يتم الإجابة عنها بمجرد "نعم أو لا" أو بعبارات مختصرة عن حقائق معروفة.

التخطيط لبرامج الندوات والمناقشات :

يحتاج هذا الشكل من أشكال البرامج الذي يدخل في دائرة برامج الحوار الإذاعي، إلى إعداد وتخطيط لإنجاحه. ويعتمد التخطيط على ثلاثة أسس هامة هي :

1. اختيار الموضوع الذي تدور حوله المناقشة.
 2. اختيار الأشخاص المؤهلين لمناقشة الموضوع.
 3. اختيار مدير الندوة أو المناقشة.
- وفيما يلي نتعرض لهذه الأسس الثلاثة بشيء من التفصيل.

أولاً : اختيار الموضوع :

لعل أهم ما ينبغي العناية به عند اختيار موضوع الندوة هو إدراك مدى أهمية الموضوع لجمهور المستمعين ومدى اهتمامهم به. وكلما اتسعت قاعدة الاهتمام وتزايد عدد المستمعين، كلما كان نجاح البرنامج ممكناً. ويشترط في موضوع المناقشة أو الندوة أن يكون مرتبطاً بشكل ما بالوقت الذي تقدم فيه المناقشة، وليس معنى ذلك أن يكون الموضوع بالضرورة مرتبطاً بالأحداث الجارية. أما إثارة موضوعات للمناقشة تتجاوزها الزمن وأصبحت لا تخطر على بال الناس، فلا تجدي إلا في مجالات البحث العلمي وحدها وهذا لا يعني أن الأخبار والقضايا السياسية هي وحدها، التي تصلح

لأن تكون مجالاً للندوات فقط، فالموضوعات والقضايا الاقتصادية والاجتماعية والعلمية والإنسانية تعد هي الأخرى مجالات هامة لهذا الشكل من البرامج ما دامت تحظى باهتمام كبير من قبل الجمهور.

أما الأخبار التي يتحتم أن تكون موضوعات لندوات ومناقشات فهي الأخبار التي تحتاج إلى شرح وتفسير، والتي تتعلق بأحداث أو قضايا مصيرية، أو تلك التي لا تحظى بتأييد الرأي العام لعدم وضوح أثرها ونتائجها ودلالاتها بالنسبة للجمهور. لهذا يجب أن يوضع في الحسبان عند اختيار الموضوع إمكانية مناقشته من زوايا مختلفة، واحتمال تعدد الآراء فيه، أو اختلاف وجهات النظر حوله، وبتعبير آخر، ينبغي أن يكون الموضوع "قابلاً للمناقشة" وهذه القابلية هي التي تمكن من المفاضلة بين موضوع وآخر عندما تتساوى أهمية كل منهما.

ثانياً : اختيار المشاركين في الندوة أو المناقشة :

تحتم الندوة أو المناقشة بحكم شكلها أن يشترك فيها إثنان على الأقل بجانب مدير الندوة أو المناقشة. وقد يزيد عددهم في بعض الأحيان ليصل إلى ثلاثة أو أربعة أشخاص. ولكن يجب ألا يتم هذا العدد حتى تتاح الفرصة لجميع المشاركين للتعبير عن وجهات نظرهم، وحتى لا يرتبك الجمهور بسبب العدد الكبير من الأصوات والآراء المتباينة خاصة إذا كان العدد المشارك لا يتناسب والزمن المحدد للموضوع فلا يتمكن أي مشارك من إيراد وجهة نظره أو الدفاع عنها أو حتى تناول الموضوع من زاوية خاصة وإيفائها حقها من النقاش.

أما اختيار المشاركين في الندوة أو المناقشة فيتم بناءً على أسس. وعلى المعد لهذا الشكل من البرامج اتباع تلك الأسس بالرغم من أنها موضع خلاف، فهناك من يرى ضرورة اختيار المشاركين على أساس الخبرة والمعرفة بالموضوع الذي تدور حوله المناقشة بصرف النظر عن الشهرة ومدى جاذبيتهم للمستمعين. فالمراد هو الوصول إلى الحقيقة وحدها. وأصحاب هذا الرأي يؤكدون على أن يكون المشاركون من بين المتخصصين في الموضوع أو القضية المثارة للجدل والمناقشة، وذلك لأن خبرة هؤلاء وما لديهم من علم ومعلومات حول الموضوع المطروح للمناقشة تؤهلهم للحديث فيه وتوصيل الحقائق إلى الناس، وهذا هو الهدف الأساسي للبرنامج والمطلب الأساسي للجمهور أيضاً.

أما أصحاب الرأي الآخر فإنهم يقدمون اعتبار "الشهرة" على اعتبار "الخبرة". وعلى هذا الأساس يحبذون اختيار أعضاء الندوة أو المناقشة من بين أصحاب الأسماء الشهيرة وإن كانت درايتهم بالموضوع أقل من المتخصصين.

إلا أنه يمكن تجاوز هذه المسألة لأن أمر الاختيار يتوقف في الأساس على ظروف الموضوع المختار ومضمونه ووقت إذاعته والمستمع المستهدف منه والغاية المنشودة. والأصل في الاختيار هو ألا يكون على أساس الخبرة وحدها، وعلى حساب مقدرة الإقناع والدفاع عن وجهة النظر، أو على حساب الصوت. كما أن اختيار المشاركين في المناقشة على أساس الشهرة والجاذبية الخاصة يجب ألا يكون على حساب وجود علاقة بين الشخصيات والموضوع، وإلا انتهت المناقشة إلى نتائج سطحية تسيء إلى المعد وإلى المتحدث نفسه. هناك رأي وسط وله مبرراته : وهو أنه بالإمكان أن نجد من بين أصحاب التخصص أشخاصاً يحظون أيضاً بالشهرة، وبذلك يمكن التوفيق بين وجهتي النظر فيتم اختيار المشاركين في الندوة أو المناقشة من مشاهير المتخصصين في الموضوع المطروح للمناقشة ، وإن كان ذلك وحده لا يكفي لأن الأمر مرهون بعدة شروط أخرى متعلقة بالقدرات والاستعدادات الشخصية ، والذاتية للمشاركة ومنها :

1. رغبته لمواجهة الجماهير واستعداده للتحديث إليها والتعامل مع أجهزة الإعلام.

2. قدرة الشخص على التعبير وشرح آرائه ووجهات نظره، وتلك مسألة لا علاقة لها بالنبوغ أو العبقرية في مجال التخصص، إنما هي استعداد يتعلق بالقدرات الذاتية والشخصية ويختلف من شخص إلى آخر.

ثالثاً : اختيار مدير الندوة :

مدير الندوة هو الشخص الذي يتولى تقديم الموضوع وطرحه للمناقشة، وتقديم المشاركين في الندوة، وتنظيم مناقشاتهم بشكل يؤدي إلى استيفاء الموضوع وتغطية جوانبه كافة. وهو المسؤول كذلك عن إعطاء المشاركين فرصاً متساوية لبدء وجهات نظرهم. ويتولى إيضاح وتفسير ما قد يأتي على لسان المشاركين من عبارات أو مصطلحات لا يفهمها إلا المتخصصون فقط. كما أن عليه أن ينوب عن الجمهور المتلقي في توجيه الأسئلة التي قد تطرأ على تفكيرهم، أو تنبثق من أحاديث المشاركين في الندوة.

ويتوقف نجاح أي ندوة أو مناقشة على شخصية من يديرها، فقد يؤدي بطريقته في إدارتها إلى إحالتها إلى شيء ميت جامد لحياء فيه رغم التوفيق في اختيار الموضوع واختيار المشتركين فيها، كما قد يؤدي إلى أن تصبح الندوة قطعة من الفوضى، تتشابك فيها الأصوات، وتضيع معالم الموضوع، وتنتهي المناقشة إلى لاشيء غير إضاعة وقت المستمع، وإصابته بالضجر والغضب على منظمي البرنامج. ومن

المهم جداً في مدير الندوة ألا ينحاز لرأي طرف دون آخر، أي يجب أن يكون محايداً ولطيفاً ومهذباً في علاقته بالمشاركين، وفي نفس الوقت لا ينقصه الحزم لكي يقود المناقشة وفقاً للخطة التي وضعت لها.

من كل ما تقدم يجب ألا يترك اختيار مدير الندوة أو المناقشة لمحض الصدفة. ولقد ثار الخلاف أيضاً حول اختيار مدير الندوة، كما ثار الخلاف من قبل حول اختيار المشاركين فيها. فهناك من يرى أن يكون مدير الندوة واحداً من الخبراء المتخصصين في الموضوع المثار، ويبررون هذا الرأي وهذا الاتجاه بأن المسؤولين الملقاة على عاتقه توجب أن يكون ملماً بالموضوع بنفس مستوى بقية المشاركين في المناقشة على الأقل، لكي يكون قادراً على متابعته وإدارة المناقشة حوله. والأهم من ذلك إقناع المتخصصين المشاركين في الندوة خاصة إذا كانوا من كبار العلماء مثلاً. أما أصحاب الرأي الآخر وهم من الإذاعيين، فإنهم يرفضون هذا الرأي إلا في الحالات المتخصصة جداً، إذ يعتقدون بأن الخبير والمتخصص الذي ليس له صلة بالإذاعة أو الفن الإذاعي لن يكون محايداً في موقفه عند إدارته للندوة، بل أن تخصصه سيحتم عليه الانحياز لوجهة نظر على حساب أخرى ويناصر متحدثاً على حساب آخر، لأنه صاحب وجهة نظر مهما كان الموضوع، ويجد نفسه مضطراً بحكم تكوينه الإنساني إلى التدخل في الموضوع لتأييد وجهة نظر بعينها سواء بطريق مباشر أو غير مباشر.

ويضيف أصحاب هذا الرأي إلى ذلك أن مدير الندوة ما دام خبيراً في الموضوع فإنه لا يلقي بالاً للمستمع المستهدف، ومن ثم لا يجيب على ما يدور في ذهنه من تساؤلات أو استفسارات، ولا يشرح الغامض الذي يرد على أسئلة المتحدثين، وبالتالي يضيع الموضوع كله من وجهة نظر المستمع العادي ويعجز عن متابعته، بل إن المناقشة قد تنتهي إلى أن تصبح مناقشة أكاديمية لا علاقة لها بالجمهور.

لذلك من الضروري أن يكون مدير الندوة "إذاعياً" متخصصاً في العمل الإذاعي وصاحب خبرة في هذا المجال.

تنفيذ الندوات والمناقشات :

بعدما تنتهي مرحلة التخطيط للندوات والمناقشات، ويتم اختيار الموضوع والمتحدثين فيه، ومدير الندوة، تبدأ مرحلة تنفيذ التخطيط العام. فالندوات والمناقشات في الراديو تعتمد على فريق متكامل، يتكون أساساً من المعد أو الكاتب لهذا الشكل من البرامج، والمشاركين المختارين للمناقشة، ومدير الندوة إلى جانب عناصر فنية من

مهندس التسجيل، علاوةً على المخرج الذي يتولى التنفيذ إما بالتسجيل في الاستديو أو على الهواء مباشرةً.

والخطوة الأولى في عملية التنفيذ تبدأ بمقابلة ودية هادئة بين مدير الندوة والمشاركين فيها، يناقش فيها الموضوع مناقشة مبدئية، ثم يتم الاتفاق بين الجميع على النقاط الفرعية التي تستبعد، وعلى هيكل الموضوع الأصلي. وفي الغالب يتولى مدير الندوة ترتيب محاور الموضوع، ويحدد الوقت الذي يمنح لكل محور. وفي هذه الجلسة المبدئية التي تسبق التسجيل أو البث، يمكن أن يحدد كل عضو مشارك جانباً يختاره للحديث فيه، فيصبح مدير الندوة بذلك على إمام بطبيعة الموضوع وجوانبه، وموقف المتحدثين فيه، وفي هذا اللقاء التمهيدي، يتفق المشاركون ومدير الندوة على مجموعة "الرموز" أي الإشارات التي سيتم استخدامها أثناء التسجيل أو الإذاعة على الهواء، وهي الإشارات الخاصة بالتفاهم بينهم، ومنها ما يشير إلى طلب الإسراع أو الإبطاء في الحديث، أو رفع مستوى الصوت أو طلب الانتهاء من الحديث أو طلب الكلمة.

ويرى البعض أن تتحول مثل هذه الجلسة التمهيدية إلى ما يشبه التجربة. حيث يتحدث مدير الندوة إلى المشاركين، ويعرف اتجاه تناول كل منهم للموضوع، ويقف على آرائهم ووجهات نظرهم، ومدى إضافتهم لموضوع الندوة أو المناقشة، مع الوضع في الاعتبار ألا يكون التناول المبدئي التمهيدي عميقاً بالدرجة التي تفقد الندوة الكثير من الجاذبية، وأن يفقد المشاركون حماسهم، وعند التنفيذ يحسون وكأنما هم يكررون أنفسهم، وتكون نتيجة ذلك أن يخيم على الندوة طابع الخمول والفتور.

وتبدأ مرحلة التنفيذ بالدخول إلى الاستديو وفق الخطة التي رسمت في المقابلة التمهيدية. ويتولى مخرج التنفيذ تحديد أماكن جلوس المشاركين وإجراء التجارب الصوتية أمام الميكروفون لكل مشترك، ويتفق مع المشاركين على الإرشادات والتعليمات وكيفية وصولها إليه أثناء التسجيل أو الإذاعة الحية، وفي مرحلة التنفيذ يبدأ دور مدير الندوة أو المناقشة.

وبالطبع فإن مدير الندوة أو المناقشة ينبغي أن يجلس في مكان يتيح له مشاهدة المخرج في غرفة المراقبة لتلقي تعليماته، ومتابعة ساعة الاستديو ليتمكن من إدارة المناقشة في حدود الوقت المخصص لكل واحد من المشاركين فيها، ومن ثم يبدأ مدير الندوة في التنفيذ بمقدمة هي مدخل الحوار والنقاش تشير إلى الموضوع، وأسماء المشاركين فيه، وصفاتهم الوظيفية، وعلاقتهم بالموضوع إن وجدت علاقة غير مجرد التخصص. ثم على مدير الندوة وأثناء التنفيذ أن ينادي المشاركين بأسمائهم على

الأقل في الجزء الأول من الندوة حتى يقترب الصوت مع الإسم في ذهن المستمع، وإلا ضاعت معالم المناقشة، وعليه أن ينتهز كل فرصة مناسبة في الجزء الأول من الندوة أيضاً لكي يكرر عنوان الموضوع ليضمن متابعتها من جانب المستمع الذي فاتته الاستماع منذ بداية الندوة.

وعلى مدير الندوة أو المناقشة أن يضمن مشاركة كل المتحدثين فيها على قدم المساواة تقريباً، فإذا صادف متحدثاً خجولاً عليه أن يجره الى الكلام بتوجيه أسئلة مباشرة إليه. وإذا صادف متحدثاً يميل الى احتكار الكلام فعليه أيضاً أن يتدخل بطريقة لبقة لتحويل الكلمة منه إلى غيره من المتحدثين. وعلى مدير الندوة أن يمنع المشتركين من التورط في مناقشة المشكلات الفرعية التي تجد أثناء النقاش وتبعث على إغفال الموضوع الأصلي، وعليه أن يعيدهم دائماً الى الخطوط العريضة المحددة.

وبالطبع أثناء المناقشة يمكن تدوين بعض الحقائق والإحصائيات، وأقوال الغير واستخدام ما تم تدوينه عندما تحين الفرصة، علماً بأن نجاح الندوة أو المناقشة يرتبط بإدراك وفهم كل مشترك فيها لدوره، وعلى كل مشترك أن يبذل جهده ليشعر المستمعين بأنهم حاضرون معه، وأن يشعر بوجودهم، فهو يوجه حديثه الى المشاركين معه، وللجمهور أيضاً بحيث تصبح المناقشة ودية تنتقل إلى حجرة المستمع. إن لا قيمة لأي مادة تذايع ما لم يحس المستمع بأنه مشارك فيها. فالإذاعة تتأثر بجماهيرها كما تؤثر فيهم عن طريق بث أهدافها فيما تقدمه لهم من مواد.

ومن المهم في إدارة الندوة أو المناقشة أن يرتب مديرها فرص الحديث وكيفية الانتقال من نقطة الى أخرى، ومن متحدث إلى آخر، إلى أن يصلوا إلى ختام الندوة أو المناقشة وقد خرجوا بنقاط محددة وآراء معينة، ووجهات نظر تدعو الى مزيد من النقاش في ندوات أخرى، أو حلقات جديدة، وقد يتوصلوا في النهاية إلى قرارات وحلول لبعض المسائل والمشاكل يتفقون على كيفية تنفيذها.

وهكذا يتضح أن مدير الندوة يمثل ربان السفينة التي يقودها إلى بر الأمان متخطياً بها كل العقبات وما يعترضها من مشاكل، لذلك تتأكد أهمية أن يكون مدير الندوة والمناقشة إذاعياً متخصصاً متمكناً من الوسيلة وطبيعتها، أي ملماً بمتطلبات الراديو وأساليب استخدامه، ويستوعب كذلك الجمهور المتلقي ويفهم سيكولوجيته ومتطلباته ورغباته، ويحاول الإجابة على كل ما يدور في ذهنه من استفسار أو تساؤل، وذلك عن طريق طرح الأسئلة للمشاركين والمناقشين على أن يكون ملماً بموضوع

النقاش إماماً تاماً، وبالمشتركين واتجاهات تفكيرهم وآرائهم. فالإذاعي يمثل الوسيط بين الجمهور والمصدر، لذلك يجب أن يضع في اعتباره الإطار المرجعي للجمهور المستهدف في كافة النواحي كاللغة، والمستوى التعليمي، والاهتمامات، والعادات والمعتقدات الراسخة، والحاجيات والتوقعات. لذلك فإن أي موضوع يتم اختياره للندوة أو المناقشة، لابد وأن يراعى فيه مدى أهميته للجمهور، وفي نفس الوقت مقدرة المشاركين في إيصال المراد منه للجمهور بوضوح ودون غموض، لأن فشل الرسالة الإعلامية في اختراق الإطار المرجعي للجمهور والتأثير عليه يرجع في الأغلب الى أمرين :

الأول : تشويش المعنى الناجم عن عدم القدرة على صياغة الرسالة المناسبة، واستعمال الحجج المنطقية المؤثرة فيها.

الثاني : عدم التعرف على خصائص شخصية الجمهور المتلقي وإطاره المرجعي بصورة جيدة.

ومن هنا فإن الإذاعي الذي يدير أي مناقشة يجب أن يتعرف جيداً على "التضاريس" النفسية " والتيارات" الاجتماعية للجمهور المستهدف. ومن هذا المنطلق من الضروري أن يكون مدير الندوة أو المناقشة إذاعياً لأنه أدري من غيره بالإطار المرجعي للمستمع وبطبيعة الوسيلة، وبالموضوع المطروح للنقاش، والهدف الذي يراد من وراء هذا الطرح، ومدى الفائدة التي تعود للمستمع والمجتمع، لأنه عادةً ما تطرح الموضوعات على أساس درجة اهتمام المواطنين بها وإحساسهم بأن الموضوع المطروح يمس حاضرهم ومستقبلهم.

وهكذا فإن الندوة الناجحة هي التي تؤدي في النهاية إلى اتخاذ قرار ما، يؤدي بدوره إلى فعل ما. وشعار كل ندوة ناجحة هو: استمع، ناقش، اعمل.

الفصل الثالث

المذيع في برامج الحوار

إذا كان هدف الراديو هو التأثير على المستمع وجلبه للاستماع إلى إنتاجه بأشكاله كافة، من البحث عن من يتولى تقديم الإنتاج وتوصيله إلى المستمع، وهم المذيعون مقدمو البرامج، لذلك فإن جل من يقدم ويعرض الإنتاج المسموع يخضع لشروط يأتي في مقدمتها فهم طبيعة الوسيلة، وفهم طبيعة الجمهور المستمع، والإلمام بأحواله كافة. ولا يكفي المذيع وهو يقدم برنامجاً ما الاهتمام بمظهره، بل يجب عليه الاهتمام باللغة من حيث وضوحها وتأثيرها، ولا يكفي أن يكون جهوراً ونبرته عالية قوية، بل يجب عليه أن يراعي القواعد التالية :

■ إدراك أن هناك شيئاً مهماً يريد قوله.

- مطلوب منه تقديم هذا الكلام بأسلوب مقنع وصادق.
- التحدث بوضوح وبساطة كي يفهم كل من يستمع إليه.

المبحث الأول : مواصفات المذيع في برامج الحوار وخصائصه

يقوم المذيع مقدم الإنتاج الإذاعي بدور المرسل ولذلك فإنه منوط به التأثير في المستمع، ولن يتأتى له ذلك إلا إذا كان ملماً بطبيعة الوسيلة التي يستخدمها، وطبيعة وخواص الجمهور الذي يخاطبه، وبذلك يستطيع الاستحواذ على المستمع وربطه بالإنتاج المذاع، ولذلك يتحتم توافر خصائص ومواصفات بعينها في المذيع حتى يؤدي دوره بالمستوى المطلوب.

ويمكن تحديد تعريف المذيع بأنه الشخص الذي يحترف نقل وتقديم المعلومات بصوته إلى الجماهير بواسطة الراديو وبطريقة تخضع لمواصفات معينة، وهذا التعريف على هذا النحو يشتمل على العناصر الآتية :

- إنه عمل يقوم على نقل وتقديم المعلومات صوتياً.
- الاحتراف، بمعنى أن يكون هذا العمل هو الحرفة والوظيفة التي يؤديها الشخص، وعلى ذلك فإن الطبيب الذي يقدم برنامجاً لا يمكن أن نسميه مذياعاً، مادام لا يحترف هذه المهنة رغم أنه يقوم بالإذاعة والنشر أثناء تقديم برنامجه.
- أن يتم هذا العمل من خلال الراديو.
- أن تخضع عملية نقل المعلومات صوتياً لمواصفات معينة هي التي تفرق عمل

المذيع Announcer وكل من الخطيب أو الممثل أو الواعظ.

إن المذيع في الراديو هو حلقة الربط والإيضاح التي تربط بين الإذاعة والجمهور وهو المقدم Presenter والناقل أي القائم بالاتصال Communicator والشارح والمفسر Inter Prenter، مستخدماً الكلمة المنطوقة والمذاعة مباشرة إلى الجمهور بسرهما وجاذبيتها المعروفة.

ونتيجةً للتطور الهائل الذي شهدته وسائل الاتصال في مجال تنوع أشكال البرامج وتعددتها خاصةً "الراديو" تنوعت كذلك المصطلحات والمسميات التي تصف عمل المذيع. فهناك المذيع قارئ النشرة News Caster، ومذيع الربط Anchorman وهو المذيع الرئيسي الذي يتولى مهمة الربط بين الفقرات ويمهد لها بينما يقوم مذيعون آخرون بتقديم تفاصيل تلك الفقرات. وهناك أيضاً المذيع الذي يقرأ التعليق Narrator خاصةً التعليق المصاحب للبرامج التسجيلية. فهو يقوم بدور الراوي والمعلق. كما أن هناك المذيع المعلق الذي يقدم التعليقات السياسية والتحليل الإخباري Commentator. ونجد كذلك المذيع الذي يقوم بإجراء برامج الحوار "المقابلات، الندوات، والمناقشات" Interviewer. وهناك المذيع مقدم الأغاني والبرامج الموسيقية والذي يطلق عليه إسم Diskjocke. وهناك المذيع مقدم البرامج الرياضية Sport Caster.

وهكذا فإن خصوصية عمل المذيع تحتم دراسة خصائصه بشكل عام، ومن ثم نركز على المذيع مقدم برامج الحوار.

هناك عدد من الخصائص الأساسية التي لابد من توافرها في الشخص الذي يعمل مذيعاً في الراديو. وهذه الخصائص أو الأساسيات أو المؤهلات الذاتية والخاصة تعتبرها محطات الإذاعة بمثابة قواعد، وأسس، ومعايير للصلاحية لممارسة مهنة الكلام والتحدث إلى جمهور غير مرئي. وعلى أساس توافر هذه الخصائص يجري الاختيار من بين الآلاف الذين يتقدمون إلى العمل ويحلمون به.

وبعض من تلك الخصائص لا يمكن للإنسان أن يتعلمها وإن كان يمكن تنميتها وتطويرها من خلال التدريب والممارسة. فالقدرة على الكلام بطريقة صحيحة وجيدة شيء آخر غير الصوت بطبيعة الحال. فالقدرة على الكلام الجيد مسألة يمكن اكتسابها بالتعليم والتدريب إذا كان الشخص قادراً على نطق الحروف وإخراجها بطريقة صحيحة وسليمة، ولكن الإنسان أي إنسان لا يمكن أن يتعلم كيف يغير صوته.

وهناك عدد آخر من الخصائص والصفات التي لا يمكن تعلمها بأي حال من الأحوال، كالذكاء وسرعة البديهة وحسن التصرف، والقدرة على الارتجال ومواجهة الجمهور، وكلها من الخصائص الجوهرية للمذيع.

وبناءً على ذلك هناك عدد من الخصائص ينبغي توافرها في الشخص الذي يتقدم للعمل كمذيع وهي :

أولاً : المستوى التعليمي :

المقصود بذلك أن يكون هذا الشخص قد حصل على قسط معقول من التعليم، وهناك محطات إذاعية تشترط الحصول على مؤهل جامعي كحد أدنى للمستوى التعليمي، بينما هناك محطات أخرى لا تشترط ذلك، وترى أن الثقافة الواسعة والخبرة بالحياة أهم من وجود مؤهل أكاديمي، ومنطقها في ذلك من القول بأن الإمام الجيد بمختلف الموضوعات في شتى المجالات، يعتبر أكثر فائدة من التعليم التخصصي الضيق.

ثانياً : المستوى الثقافي :

هذه الخاصية تختلف عن سابقتها بطبيعة الحال، لأن الثقافة شيء يختلف عن التعليم والمقصود بالمستوى الثقافي للمذيع معارفه، وخبراته العامة ودرايته بالحياة والناس، وإدراكه الكامل للأحداث التي تجري من حوله. فبطبيعة عمل المذيع تتطلب منه أن يكون ذا ثقافة موسوعية أي شاملة لمعارف متنوعة ومتعددة في شتى المجالات، وتلك الثقافة تجعله شخصاً ذا قيمة حقيقية جدير بالاحترام والثقة من قبل المستمع، فالشخصية قليلة الثقافة والتي لا تتمتع بعمق وحضور ذهني ملموس، تفقد القبول لدى المستمع، وكذلك الثقة والاحترام، فعادة ما يثق المستمع فقط في الشخص الذي يعرف حقيقة ما يتحدث عنه، وليس مجرد "بغاء" يردد كلمات من نص مكتوب.

وموضوع الثقافة يجب أن يكون ذا جانبين :

- الجانب الأول : الثقافة العامة بمعناها الواسع الشامل.

- الجانب الثاني : الثقافة المتخصصة أي الإمام بطريقة منتظمة بعلوم الإعلام السمعي والوقوف دائماً عند الجديد والمتطور في مجال الوسيلة والإنتاج الإذاعي، لأن المواكبة تجعل المذيع متطوراً ومبتكراً، وهذا بدوره يساعد على نجاح المذيع في مجال العمل. وإلى جانب ذلك لا بد أن يكون المذيع متمكناً من اللغة التي ينطق بها في إذاعته إلى جانب الاهتمام باللغات الأجنبية.

ثالثاً : الصوت وطريقة الحديث :

من الطبيعي أن يكون الصوت الجيد جزءاً من المؤهلات الأساسية لشخص يحترف الاتصال بالجمهور عن طريق الكلام. ولذلك يجب أن يمتلك المذيع صوتاً جيداً يؤدي وظيفته على النحو الأكمل وقدرة على الكلام بطريقة سليمة.

والمقصود بالصوت الجيد هو الصوت القوي الواضح الذي ترتاح إليه الأذن والذي يخلو من العيوب أثناء عملية "النطق". وهذه العملية الأخيرة تتوقف على مهارة المتحدث نفسه من حيث نطق الكلام وسلامة مخارج الألفاظ. ومرد هذا الأمر عادةً إلى أسلوب المذيع وطريقة أدائه وتنويع صوته وفقاً لطبيعة الكلام من خلال الدرجات الصوتية المناسبة، ويتم ذلك في سياق طرائق توصيل المعلومات سواء من خلال النص، أو عن طريق الإرتجال أو من خلال مفكرة.

ويمكن أن نضيف إلى عنصر الصوت عنصر الأسلوب. حيث إن أسلوب التخاطب مع المستمع جزء من طريقة الحديث والتي سبقت الإشارة إليها، فلذلك فإن الأسلوب لابد وأن يتناسب مع المادة التي يؤديها المذيع، وأن تتناسب المادة بدورها مع المستوى الثقافي للجمهور. ووفقاً للفترة التي يتم فيها البث. فطبيعة المستمع في فترات الصباح الباكر غيرها في المساء أو السهرة.

رابعاً : الذكاء وسرعة البديهة :

يعرف الذكاء بأنه القدرة على التعامل مع المشاكل والمواقف الجديدة والمفاجآت الطارئة، وهو ما يعرف عادةً بسرعة البديهة أو القدرة على حسن التصرف.

وهكذا فإن عمل المذيع مهنة تتطلب المهارة وتحتاج الى قدرات وكفاءات ذهنية معينة، لأن مثل هذا العمل لا يخلو من المفاجآت التي تتطلب من المذيع قدراً من حسن التصرف. ففي كثير من الأحيان يكون على المذيع أن يستخدم روح المبادرة التي تتطلب درجة عالية من الفطنة لكي ينقل رسالة عاجلة في عبارات بالغة الإيجاز. وقد يكلف فجأة ودون سابق إعداد بنقل إذاعة خارجية من موقع ما، ولا يكون أمامه إلا أن يلبي ذلك وكثيراً ما يحدث أن يفاجأ المذيع بضيف البرنامج الذي سيجري معه "مقابلة" قد اعتذر عن التسجيل في آخر لحظة، وفي كل الحالات يكون على المذيع وحده أن يتصرف ويتخذ القرار وينقذ الموقف.

خامساً : القدرة على التخيل :

الخيال مطلب أساسي لعمل المذيع في الراديو لأنه يدخل في إطار الإبداع. فالخيال هو الطريق إلى الابتكار. والشخص الذي لا يملك القدرة على التخيل لا يصلح لهذه المهنة لأنه سيكون عاجزاً عن التعبير التلقائي ويكون عاجزاً عن الارتجال ومواجهة الجمهور سواء داخل الاستديو أو خارجه. فالخيال لازم لابتكار برامج جديدة، وللأداء الذي يؤثر في الجمهور. كما أنه لازم للتنوع في نصوص البرامج وموادها التي يخططها ويكتبها المذيع.

وعلى المذيع أن يتخيل المستمعين عندما يكون وحده داخل الاستديو أمام الميكروفون، فإذا لم يفعل ذلك ولم يشعر بالفعل أنه يتحدث إلى شخص معين، فإن حديثه وطريقة أدائه ستبدو فاترة ولا تعني شيئاً ولا تخص أحداً. وينتج عن ذلك أن يفقد المذيع خاصية التواصل مع المستمع وهي خاصية أساسية في العمل الإذاعي.

وهكذا فإن هذه الخصائص الواجب توافرها في المذيع تترك بصماتها على شخصيته، فلذلك تلعب الخبرة الواسعة، والثقافة الشاملة، والصلة بالناس وحبه إلى جانب الإخلاص في العمل والتركيز، دوراً كبيراً في نجاح المذيع في عمله. فالمذيع الناجح هو الذي يقوم بدور إيجابي في عمله، وهذا يتوقف على ما يقول والأثر الذي يتركه حديثه عند المستمع وهو يقدم المواد والبرامج. وإلى جانب كل ما سبق، هناك جملة من الصفات يجب أن يتصف بها المذيع :

- أن تتوافر لديه الموهبة.
- أن تتوافر لديه الخبرة المهنية.
- أن تتوافر لديه القدرة على التكيف مع الجماهير حسب مستوياتهم الثقافية والفكرية والاجتماعية.
- معايشة الواقع، وأن يتحسس مشكلات مجتمعه، وأن يتفاعل مع هذا المجتمع من أجل معالجة هذه المشكلات بهدف خلق التوافق والانسجام مع الشعب.
- أن تتوافر لديه القدرة على إيجاد الأصدقاء في مختلف المجالات.
- لا بد أن يكون متسامحاً صبوراً محباً لعمله شغوفاً به، وأن يكون مؤمناً برساليته والمبدء والعقيدة يدافع عنها ويعمل من أجلها، وفوق هذا وذاك لا بد من أن يكون موضوعياً ويراعي الدقة.

وهكذا، يتضح أن المذيع الجيد هو الذي تتوافر فيه كل تلك الخصائص والصفات وإلى جانب ذلك، هو الشخص الذي يتفهم شعور المستمع أثناء أداء عمله بحيث يكيف نفسه وطرائق إلقاءه مع شعوره، وهو من يتميز بأسلوب إلقاء إذاعي حسن باستخدام نغمة المحادثة المباشرة، بحيث يؤدي التوكيد فيها على الكلمات ومخارج الحروف إلى اتصال مخلص ومباشر مع المستمع بدرجة تصل في تأثيرها إلى درجة التخاطب وجهاً لوجه.

واجبات المذيع :

تختلف واجبات المذيع باختلاف المحطة الإذاعية وأسلوب العمل فيها وهي ما يعرف "باللوائح". ويتحتم على المذيع اتباع هذه اللوائح، أما واجبات المذيع فتتلخص فيما يلي :

أولاً : المهام التي يضطلع بها، وتتلخص في الآتي :

- تنفيذ البرنامج اليومي للمحطة الإذاعية على الهواء مباشرة.
- قراءة النشرات الإخبارية وتقديم الفترات الإخبارية وقراءة التعليقات.
- تنفيذ الإذاعات الخارجية.
- المقابلات والندوات والمناقشات.

وفي مجال تقديم البرامج، مطلوب من المذيع التحضير الجيد للمادة، وتقليب وجهات النظر فيها، والبحث والتنقيب عنها في مختلف المصادر قبل التقديم، خاصة المقابلات والندوات والمناقشات التي تتعلق بأمر هامة يكون المستمع حريصاً على تلقيها وراغباً في متابعتها، ولن يتأتى ذلك إلا إذا احتوى البرنامج على زاد حقيقي ومعلومات دقيقة وحقائق وآراء وجهات نظر وتحليلات سليمة.

وفيما يتعلق بتقديم برامج الحوار، فإن على المذيع أن يضع في اعتباره عند تقديم الموضوعات المألوفة والمعروفة والتي يهتم بها الجمهور، تقديم الحجج الرئيسية في بداية الموضوع حتى يثير المتلقي ويحثه على المتابعة وحتى لا يشعر بالملل.

لذلك فإن من صميم واجبات المذيع الإلمام بفن تقديم البرامج بمختلف أشكالها.

ثانياً : جانب المسؤولية :

إلى جانب المهام التي تدخل في إطار عمل المذيع اليومي، هناك جانب آخر لهذه الواجبات وهو المسؤوليات التي تحكم أدائه لمهامه، أي أن المسؤولية هنا تكون بمثابة

الإطار العام الذي يتم العمل في نطاقه، ويمكن القول بأن هذه المسؤوليات تتحدد في الآتي :

* مسؤولية المذيع نحو جمهوره : والتي تحتم على المذيع وتفرض عليه أن يكون معلماً Communicative «أي يؤدي واجبه ودوره في إعلام الناس وإخبارهم» وأن يكون موضوعياً وصادقاً وأميناً ودقيقاً.

* مسؤولية المذيع تجاه المحطة التي يعمل بها : هي مسؤولية تجاه المجتمع بالضرورة إذ لا يمكن تجزئتها أو فصل أحد جانبيها عن الآخر، وفي هذه الحالة فإن المذيع ملزم بأن يجسد أهداف المحطة التي يمثلها، ويعبر عن سياستها، فضلاً عن ضرورة التزامه بالضوابط الأخلاقية التي تحكم العمل الإذاعي عادةً والتي تتفق مع طبيعة "الراديو" باعتباره وسيلة تدخل كل بيت وتتحدث إلى كل أفراد الأسرة أطفالاً ورجالاً ونساءً، فضلاً عن أنها وسيلة تخاطب جمهوراً عاماً يمثل مختلف الاتجاهات والآراء والمستويات الثقافية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية، إلى جانب ماتفرضه الاعتبارات الإنسانية التي تتعلق بأحاسيس ومشاعر هذا الجمهور.

ومن هذا المنطلق فإن مقدم البرنامج ليس حراً أو متحرراً من كل قيد، بل هو ملزم بمراعاة الاعتبارات التي سبقت الإشارة إليها والتي هي بمثابة "مواثيق شرف" كما هي نوع من الدساتير الأخلاقية أو اللوائح والتي تتضمن عادةً مجموعة من الأسس والقواعد التي يجب أن يلتزم بها المذيعون مقدمو البرامج، ومنها عدم تقديم مواد تتعلق بالجريمة والجنس، أو المواد التي من شأنها إشاعة الذعر والفوضى بين الناس، إلى جانب الامتناع عن الخوض في الأسرار الذاتية والخاصة بالأفراد، وعدم تناولها بأي صورة من الصور، بالإضافة إلى ضرورة مراعاة الحياد عند تناول المسائل أو القضايا الخلافية بين الناس، لأن الإذاعة جهاز قومي موجه للناس جميعاً ومن ثم لا ينبغي الانحياز إلى وجهة نظر سائدة في مجتمع ما على حساب فكرة مناقضة يعتنقها آخرون، وكذلك الحال في كل المسائل السياسية والاجتماعية.

تلك هي أهم واجبات ومسؤوليات المذيع نحو المستمعين، ونحو المحطة الإذاعية ونحو المجتمع، وكلها تكمل بعضها البعض، وذلك لأن الهدف الرئيس للمذيع هو أن يوصل وينقل معلومات، وأفكاراً وأحاسيس ومشاعر إلى الآخرين بأقصى ما يستطيع من التأثير والفاعلية. وإذا كان ذلك هو دور المذيع كقائم بالاتصال، فإن نجاحه أو إخفاقه في هذه المهمة يتوقف أولاً وأخيراً على إمكانياته الذاتية والشخصية، وذلك لأن الرابطة التي تربط بين المذيع وجمهوره مسألة يمكن تشخيصها أو وصفها ولا يمكن

تعلمها أو دراستها. فهذه "الرابعة" أو الارتباط هو ذلك الشيء الذي يجعل المستمع يثق في مذيع دون آخر، ويفضل برنامجاً معيناً في محطة معينة في نفس الوقت الذي يوجد فيه برنامج آخر مماثل في محطات أخرى. هذا "الشيء" هو الذي يوجد الارتباط بين المذيع وجمهور المستمعين. وهو ما لا يمكن تسميته أو تعريفه على نحو دقيق محدد إلا أنه يمكن القول بأنه العلاقة أو الرابطة التي تربط بين المذيع وجمهوره، ومرد ذلك دون شك هو عوامل الثقة في شخصية المذيع.

ومن هنا يتضح أن الاتصال الناجح أو الفعال لا يمكن أن يتحقق للمذيع إلا إذا كانت له شخصية فريدة ومتميزة تتضح وتتجلى من خلال أسلوبه في عرض وتقديم برامج وهو السبيل الذي يحقق عن طريقه المذيع قدراً من النجاح في حياته العملية وذلك عن طريق تميزه بشخصية مستقلة وفريدة، وأن يبتعد كلية عن تقليد أو محاكاة أساليب الآخرين في التقديم.

المذيع والإقناع :

من الخصائص التي سبقت الإشارة إليها خاصية الصوت، وطريقة الحديث بالنسبة للمذيع. وهذه الخاصية هي التي جعلت اسم المذيع يقترب دائماً "بفن الإلقاء" والمتمثل في الصوت المريح الممتع، والنطق السليم والواضح النبرات، والقدرة على إيصال المعنى بإخلاص وإقناع المستمع بما يقدمه المذيع. ورغم أن المذيع هو العنصر الأساس في العمل الإذاعي الذي يقوم بكل شيء إلا أن هناك مجالات للتخصص في التقديم، كأن يكون هناك مذيع مختص بتقديم الأخبار، وآخر مختص بإجراء برامج الحوار وغير ذلك. ويحتم ذلك على المذيع أن يكون إلقاءه جيداً ومتعدد الألوان بسبب تعدد المواد التي يتعامل معها، واختلاف المناسبات التي يتحدث فيها إلى المستمع، والهدف الأساس الذي يسعى إليه المذيع في النهاية هو إقناع المستمع بجدوى وأهمية المضمون الذي يقدمه له.

وهكذا فإن طريق المذيع إلى الإقناع هو حسن الأداء، ومعرفته التامة لامكانات صوته وإلمامه التام بقواعد فن الإلقاء. فالأداء هو التعبير السليم وهو المرحلة النهائية في عملية الإنتاج الإذاعي، وعليه يتوقف مصير العمل من حيث النجاح أو الفشل، وبالتالي مدى إقناع المستمع بمضمون المادة المقدمة إليه، علماً بأن الأداء يختلف عن الأداء في إجراء المقابلة أو إدارة الندوة. فالأداء الإذاعي هو بعث الروح، وإشاعة الحياة في نص مكتوب، أو موضوع يجري حوله النقاش في أي شكل أشكال برامج الحوار.

ويرتبط بفن الإلقاء حسن التكيف مع تنوع البرامج، أي الملاءمة في الأداء مع كل شكل من أشكال الإنتاج الإذاعي إن كان حديثاً مباشراً أو مقابلة أو ندوة، أو مناقشة. فكلها لا تؤدي بأسلوب واحد. فعلى سبيل المثال برامج "الندوات" و"المناقشات" تحتاج إلى معرفة بأصول العشرة وحسن السؤال ووقته، والتوجه إلى الضيف بأسمه أو مركزه الوظيفي، والحكمة في توجيه الضيف إلى متابعة الحديث المطلوب وأسلوب الانتقال من شخص إلى آخر من المشاركين في الندوة أو المناقشة، ولا شك أن كل أشكال الإنتاج الإذاعي تتطلب من المذيع الأداء الذي يناسب الموضوع، والمقصود هنا هو أن المذيع ينبغي ألا يبقى متشبثاً بأسلوب واحد في كل أنواع البرامج، بل يجب أن يتكيف مع كل مادة وكل برنامج بناءً على طبيعته، ويعطي كل مضمون حقه من التنوع في الأداء، ويلعب الصوت الحسن الصافي المريح دوراً بارزاً في التأثير على إيصال الرسالة، وجذب المستمع وتجديد انتباهه. والمذيع قادر بقوة صوته وجماله على تحسين المادة المقدمة والتشويق بأدائه المناسب. ولا عجب بعد ذلك أن يكون هناك مذيع مفضل لدى جمهور كبير لحلاوة صوته وحسن أدائه ووقعه الجميل في النفس.

ومن هذا المنطلق نخلص إلى أن المذيع مقدم البرامج مع اختلاف أشكالها يجب أن لا يكون متكلفاً في صوته، وأن يقويه في مواطن القوة، وأن يترفق في مواطن الرفق بالدرجة التي توقظ المشاعر وتدخل البهجة إلى القلوب، والراحة إلى النفوس. هذه الصفات والخصائص، تؤكد على أنه من الضروري أن يكون كل من يتصدى للعمل الإذاعي خاصةً من يدير المقابلة وكل أشكال برامج الحوار، ومذيعاً تتوافر فيه كل الصفات والخصائص السابقة حتى يؤدي العمل بالطريقة المطلوبة، ومن ثم يحالفه النجاح في عمله.

المبحث الثاني : المذيع وفن تقديم برامج الحوار

بالنظر إلى أشكال برامج الحوار جميعها، يتضح أن المذيع عنصر محوري فيها كافة. فهو يمثل القاسم المشترك فيها جميعاً، مثله مثل ربان السفينة، من حيث طرح الأسئلة والمحاوَر على الضيوف، وإدارة دفة النقاش، ونقل الحديث من شخص إلى آخر بكل حياد وموضوعية. ولكي يؤدي المذيع هذا الدور بنجاح فلا بد من خصائص وصفات يجب الوقوف عندها بشكل خاص في شخص المذيع مقدم برامج الحوار، وفي كيفية تعامله مع عناصر برامج الحوار المتمثلة في الآتي :

■ مذيع.. يجري المقابلة أو يدير الندوة أو المناقشة.

■ ضيف أو ضيوف.. تجري معهم المقابلة أو تدار الندوة.

■ موضوع هام.

■ المستمع.

للمذيع مقدم برامج الحوار خصائص وصفات خاصة مطلوب توافرها فيه أكثر من غيره ممن يتصدون لأشكال الإنتاج الإذاعي الأخرى. كما أن للمذيع المقدم علاقة بكل عنصر من عناصر برامج الحوار التي سبقت الإشارة إليها، باعتباره الشخص الذي يتعامل معها ويتأثر بها ويؤثر فيها سلباً أو إيجاباً.

فمن الضروري أن يعرف المذيع كيف يتعامل مع الضيف قبل وأثناء الحوار. أما علاقة المذيع بالموضوع، فتتوقف على حسن اختياره للموضوع المناسب للشخص المناسب أو العكس، وكذا الحال بالنسبة للأسئلة أو المحاور التي تحقق الهدف المراد من الحوار، ومن ثم فإنه مطلوب من المذيع كذلك أن يضع المستمع في اعتباره في كل الأحوال لأنه يمثل العنصر المستهدف من كل هذا العمل.

لذلك يأتي التركيز في هذا المبحث على المذيع مقدم برامج الحوار، وكيفية تعامله مع كل عنصر من عناصر الحوار سواء في المقابلة أو الندوة أو المناقشة، ولكن قبل الدخول في تفاصيل علاقة المذيع بكل عنصر من العناصر، لابد من الوقوف عند بعض الخصائص الواجب توافرها في المذيع مقدم الحوار، والتي تميزه عن غيره من المذيعين مقدمي الأشكال الأخرى من الإنتاج الإذاعي.

خصائص المذيع مقدم برامج الحوار :

هناك العديد من الخصائص التي ينبغي أن تتوفر في شخص المذيع عند القيام بإجراء أي شكل من أشكال برامج الحوار، ويأتي في مقدمة هذه الخصائص خاصية "الفضول" أو "حب الاستطلاع" Curiosity وهي الخاصية التي يروق للبعض أن يطلق عليها تعبير "العيون اليقظة" Fresh Eyes إشارة إلى الحماس والرغبة في معرفة كل ما يمكن معرفته عن الموضوع أو الحدث. والبحث عن هذه المعرفة في كل مكان ولدى كل شخص يمكن أن يفيد في ذلك. وهناك أيضاً من يرى أن "الصبر" Patience هو الخاصية الرئيسة بالنسبة للمذيع الذي يجري المقابلة أو يدير الندوة والمناقشة. أما الاعتبار الهام الآخر الذي ينبغي مراعاته بالنسبة للمذيع الذي يتعامل مع برامج الحوار فهو "الانحياز" Bias وذلك عندما يجري مقابلة مع شخص ما، أو يدير مناقشة مع أشخاص، ربما يكون لهؤلاء، أو لأي منهم ميل طبيعي للموافقة حول موضوع يثير الخلاف أو

الجدل أو شدة الأهمية، فيسلم المذيع بما يقولونه أو يقوله أحدهم دون أن يسأل معلقاً لماذا يوافق على كذا أو يتفق مع كذا. ومثل هذا الأمر لا يعد مشكلة عندما يكون الموضوع عادياً أو معروفاً، ففي هذه الحالة لا تحتاج الموافقة إلى إقامة دليل أو إبداء أسباب.

وينبغي التركيز على أن المذيع المحترف حتى إذا كان موافقاً على ما جاء على لسان الضيف الذي يحاوره، فإن المسؤولية تحتم عليه أن يمضي إلى أسئلة أبعد من ذلك ليستخرج أية أدلة أو حقائق تقود الضيف إلى النتائج المطلوبة، وقد يكشف سبر أغوار الموضوع عن أنه ينطوي على حقائق مزعجة، أو يكشف عن أن النتيجة لا تستند إلى أدلة أو براهين تدعمها وتؤكد، وفي هذه الحالة يكون على المذيع أن يوضح للجمهور أنها مجرد آراء لم يقم عليها ما يؤكد، من أدلة وبراهين.

وثمة اعتبار آخر يتعلق بتحديد المعاني تحديداً دقيقاً وتجنب التجريد. ففي كل لغة توجد عدة كلمات تحمل نفس المعنى، ويمكن استخدام العديد من المصطلحات العامة والغامضة بدلاً من المصطلحات الدقيقة المحددة. فعلى المذيع أن يبعد ضيوفه عن التجريد والعبارات العامة غير المحددة المعني كلما كان ذلك مناسباً وممكناً.

ومن هنا يمكن تحديد الصفات والخصائص الأساسية للمذيع في برامج الحوار على النحو التالي :

1. المرونة : وتعني قدرة المذيع واستعداده لإجراء كافة أنواع وأشكال برامج الحوار، في شتى الموضوعات، مع مختلف الأشخاص، في كافة الأحوال والمناسبات والظروف والقدرة على الانتقال من موضوع إلى آخر في المقابلة أو الندوة أو المناقشة تبعاً للظروف التي تتطلب ذلك.

2. القدرة على الإنصات الجيد : واستيعاب ما يقوله الضيف، وهو ما يمكنه من توجيه السؤال المناسب في الوقت المناسب، وبالطبع فإن عملية الإصغاء الجيد تساعد دون شك المذيع في طرح أفكار ونقاط جديدة، وقد تمكنه من الخروج عن قائمة الأسئلة التي أعدها مسبقاً مما يساعده على متابعة التطورات غير المتوقعة من خلال عملية الإنصات الجيد.

وفي كثير من الأحيان فإن المذيع الجيد لا يتعصب لقائمة الأسئلة، ويستطيع أثناء طرحه للأسئلة أن يغير ويبدل فيها تبعاً لتطورات الموقف، وقد تختلف الأسئلة من مقابلة إلى أخرى، وإن كان الموضوع المتناول واحداً. وكل ذلك مرده إلى الإصغاء الجيد من قبل المذيع للمتحدث والذي غالباً ما يكون المذيع قد حل شخصيته من قبل، وعرف كيف يتحدث وكيف يشعر وكيف يتصرف مع الأسئلة.

3. **الفضول وحب الاستطلاع :** ويعني البحث والتدقيق في شخصية الضيف وحديثه للكشف عن كل ما يهم المستمع، وتمكينه من الحصول على المعلومات من الخبير أو المصدر في أي موضوع يتم تناوله، إلى جانب الحصول على أكبر قدر من التفاصيل حول الموضوع، خاصة المعلومات التي يمكن للمستمع الحصول عليها من مصدر آخر. ولا ينبغي أن تركز المقابلة على المعلومات المعروفة والمتداولة. إلا أن المذيع بفضوله وحبه للاستطلاع، يستطيع أن يركز على الجوانب الجديدة في الموضوع المطروح للنقاش، وهذا بالتأكيد يزود المستمع بخبرة معقولة وفيها الجديد الذي يجعله بعد المقابلة يصبح صاحب معرفة أكثر اتساعاً من ذي قبل.

4. **الإصرار والمثابرة :** لأن العثور على الموضوع المناسب والشخص المناسب للمحاورة سواء كانت مقابلة أو ندوة أو مناقشة في موضوع معين، يحتاج من المذيع إلى كثير من الاجتهاد والصبر والبحث الدائم. لذلك فإن المذيع مطالب بالإصرار والمثابرة لكي يتمكن من تحديد الأسئلة التي تفيده في البرنامج بناءً على بحثه في الموضوع وتحديد النقاط التي يريد تناولها بدقة، إلى جانب تحديد المصادر التي سيجري معها الحوار.

5. **القدرة على ضبط الأعصاب :** بحكم عمله، يلتقي مذيع برامج الحوار، إن كان مديراً لمقابلة أو ندوة أو مناقشة، بالعديد من الشخصيات من مختلف الاهتمامات والثقافات والأمزجة. وقد يكون من بين هؤلاء الضيوف بعض الشخصيات الاستفزازية أو "العدوانية" وفي حالة كهذه، على المذيع أن يتحلى بالقدرة على ضبط الأعصاب وعدم الاستجابة للاستفزاز على النحو الذي يحيل البرنامج إلى معركة شخصية. وعلى المذيع أن يعرف أن المستمع يتعاطف عادة مع الضيف ويرى فيه نفسه، ومن ثم يشعر بأن أي إهانة موجهة إلى الضيف كأنها موجهة إليه.

فالقدرة على ضبط الأعصاب تدخل في دائرة المرونة، وعلى المذيع وفقاً لطبيعة عمله أن يكون مرناً في كل الظروف والأحوال.

6. **أن يكون مضيافاً :** فالمعروف أن المذيع الذي يجري حواراً يمثل المحطة التي يعمل بها، ويكون بمثابة "صاحب البيت". وعلى هذا يطلق على الشخص الذي يجري معه الحوار صفة "الضيف" ومن هنا يجب عليه أن يعامل الضيف على هذا الأساس ويقدم له ما يستحقه من تقدير وحفاوة وأن يشعره بأنه يقدم خدمة جليلة للمحطة والجمهور المستمع.

ومن سمات الضيافة الاهتمام بالضيف بدون تصنع، والإصغاء إليه، واحترام آرائه حتى ولو لم تتفق مع المذيع، وأن يظهر المذيع للضيف أنه فعلاً راغب فيما يقوله من حديث ومن آراء.

فالضيف إذا لم يحظ بالحفاوة المطلوبة وحسن المعاملة من قبل المذيع، فلن يكون مرتاحاً للحوار، ولن يقدم ما لديه من معلومات أو آراء. لأنه ومنذ البداية يكون قد حدد موقفاً من المذيع ومن الموضوع ومن المقابلة نفسها، وهذه أولى لبنات الفشل التي ستواجه المذيع. ولا يعني ذلك أن يكون المذيع شخصية "منطقتة" أو بلا حضور بل ينبغي أن يكون له وجود محسوس وواضح أثناء "الحوار"، ويتحقق ذلك من خلال تعليقاته الذكية، والأسئلة المناسبة في الوقت المناسب، وما لديه من خلفيات ومعلومات عن الضيف والموضوع، وقدرته على استثمار ذلك بطريقة مهذبة ورقيقة.

إلى جانب ما سبقت الإشارة إليه من خصائص ومواصفات، فبالضرورة أن يتوافر في المذيع بصفة عامة، ومقدم برامج الحوار بصفة خاصة، النطق السليم، والصوت المقبول، واللغة السليمة والأداء المعبر، والثقافة الجيدة. وفي مجال المقابلات والندوات لابد من الحيوية والحضور، وعدم التصنع والتكلف، والانتباه وعدم التردد، واحترام الضيف، والمستمع، علماً بأن لغة الحوار يمكن أن تتراوح بين الفصحى، والفصحى المبسطة، بحسب طبيعة ضيف المقابلة، بين رجل عادي بسيط مثلاً، وبين عالم مفكر أو مثقف كبير.

والمذيع المتمرس صاحب الخبرة قيمة كبيرة في مجاله، وأحياناً في "مقابلة الشخصية" قد يكون المذيع مشهوراً بالقدر نفسه الذي تشتهر به الشخصية المستضافة، بل قد يكون أوسع ثقافة واطلاعاً، لكن دوره يحتم عليه أن يكون أقصر قامته من العمالقة، مما يجعله يتواضع أمام ضيفه، وأن يكون مثال المضيف المهذب. ومن الضروري أن يتميز مذيع برامج الحوار بوضوح اللغة بعيداً عن الإنشاء وسلامة التعبير، وحسن الإصغاء، مع الحرص على عدم المقاطعة، وإتاحة الفرصة للضيف أن يتحدث في الموضوع المختار دون أن يجر بساط الحديث إليه.

المذيع وضيف الحوار :

ضيف الحوار هو الشخص الذي يحاوره المذيع في المقابلة ليحصل منه على معلومات أساسية، أو رأي حول موضوع المقابلة، أو الذي يناقشة المذيع ضمن آخرين في ندوة حول موضوع متعدد الجوانب أو متعارض في وجهات النظر. فالضيف هو من يشترك في مقابلة أو ندوة، ويحاوره مذيع بهدف الحصول على معلومة، أو رأي أو وجهة

نظر، أو كشف جوانب شخصية. وهناك عدد من القواعد تحدد كيفية تعامل المذيع مع ضيف البرنامج :

أولاً : معرفة الضيف :

المقصود بذلك هو الإلمام بكل ما من شأنه مساعدة المذيع على فهم ومعرفة شخصية الضيف الذي يتحاور معه، ويدخل في هذا النطاق إسم الضيف، وتخصصه، وعلاقته بالموضوع المطروح، ومساهماته السابقة في هذا الموضوع، فضلاً عن أفكاره واتجاهاته وإنجازاته في مجال تخصصه.

وبناءً على ذلك يستطيع المذيع أن يحدد اتجاهات التفكير بالنسبة للضيف وأن يحاوره من واقع المعرفة الجيدة به، أما كيفية الحصول على معلومات عن الضيف خاصة إن كان ضيفاً في مقابلة الشخصية، فيمكن الرجوع في ذلك إلى مؤلفاته أو أعماله "إن وجدت" كما يمكن الرجوع إلى ما سبق أن كتب عنه، والمقالات الصحفية أو الإذاعية التي سبق أن أجريت معه، هذا إلى جانب الرجوع إلى المصادر المتخصصة في مثل هذه الأمور، مثل دوائر المعارف، والقواميس، والدوريات التي تعنى بالأشخاص المرموقين وتورد مختلف المعلومات عنهم.

وهكذا فإن معظم المحطات الإذاعية تحرص على أن يكون لديها مكتبة متخصصة للمعلومات تضم معلومات هامة عن الشخصيات البارزة من المتخصصين في شتى المجالات، فضلاً عن أن بعض هذه المكتبات أو "أقسام المعلومات" في بعض البلدان تستخدم الحاسب الآلي، وترتبط بأحد بنوك المعلومات، ومن ثم تيسر للمذيعين وغيرهم من العاملين في المحطة الحصول على أي نوع من المعلومات في أقصر مدة ممكنة، وبالتأكيد أن هذا الأمر من الأهمية بمكان، ويتوقف عليه نجاح كثير من البرامج الإذاعية.

ثانياً : مساعدة الضيف على التخلص من الإحساس بالتوتر :

وهذه مسألة على قدر كبير من الأهمية خاصة مع الأشخاص الذين ليس لهم سابق تجربة في التعامل مع الإذاعة وأجهزتها، فمثل هؤلاء تنتابهم حالة من التوتر والخوف نتيجة لإحساسهم بأنهم سيتحدثون من الإذاعة وعبر الميكروفون لجمهور غفير من المستمعين. ويضاعف من هذا التوتر رؤيتهم للأجهزة داخل الاستديو والاستعدادات التي تجري قبل البدء في الحوار إن كان حياً على الهواء، أو مسجلاً. وهنا يتعين على المذيع أن يعمل على تخليص الضيف من هذا الإحساس والخروج به من هذه الحالة،

وهذا يتوقف الى حد كبير على لباقة المذيع وما لديه من معلومات تفيده في معرفة شخصية الضيف وطبيعته، لأن ذلك يساعده كثيراً في العثور على موضوعات شخصية تهم الضيف ليتحدث فيها معه، فقد يسأله عن أطفاله، أو يتحدث معه عن حالة الجو، أو ارتفاع الأسعار وغير ذلك من الموضوعات العامة. ولا بأس من أن يقوم المذيع باصطحاب الضيف إلى الاستديو وتقديمه إلى العاملين في غرفة المراقبة إذا رأى أن ذلك ملائماً، وكذلك من الممكن أن يستعرض المذيع مع الضيف جوانب الموضوع الذي سيدور حوله الحوار.

ومن ذلك يتضح أن مثل هذه الحفاوة من شأنها أن تشعر الضيف بالألفة وتجعله أكثر انفتاحاً وقدرة على العطاء، وإن كان من الصعب تحقيق ذلك عند تنفيذ المقابلات في موقع الحدث وبسرعة، ومن ثم يصعب أن تشعر الضيف بالقدر الكافي من الألفة والحفاوة التي تزيل عنه الإحساس بالتوتر. وعموماً فإن الأشخاص الذين اكتسبوا الخبرة وتكرر تعاملهم مع الإذاعة في مثل هذه البرامج، فإن الأمر لا يحتاج من المذيع مجهوداً، أما بالنسبة للآخرين الذين يلجون استوديو الإذاعة لأول مرة، فإنه ينبغي أن يساعدهم المذيع وأن يشرح لهم في دقائق قليلة كيف سيجري الحوار معهم وما هو المطلوب منهم، وأن يعبر بهم تلك اللحظات الحرجة بلباقة وحسن تصرف.

ثالثاً : الإنصات الجيد لما يقوله الضيف :

من الأهمية بمكان أن يصغى المذيع جيداً وينصت باهتمام لكل ما يقوله الضيف وأن يتجاوب مع ما يقوله، وهنا لا ينبغي أن يتظاهر المذيع بالاهتمام، لأنه إذا لم يكن اهتماماً حقيقياً، فمعنى ذلك أن المذيع لم يستمع جيداً لما قاله الضيف، أو أنه لا يصلح لأن يجري مقابلة أو يدير حواراً.

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

* المذيع : متى تزوجت ؟

- الضيف : منذ شهر واحد.

* المذيع : وكم طفلاً أنجبت ؟

- الضيف : "ضاحكاً" هل سمعت ما قلت، لقد تزوجت منذ شهر واحد شهر واحد فقط !!!

رابعاً : الضيف هو الأصل والأساس في البرنامج :

على المذيع أن يتذكر دائماً أن الضيف هو النجم، ويتطلب ذلك أن يتعامل معه المذيع على أنه هو الأصل والأساس في الحوار، وأن الجمهور يريد أن يستمع إلى ما يقوله هذا الضيف، ويقف على جوانب الموضوع من خلاله، إلى جانب أن الضيف دائماً هو الخبير، فيجب أن يعامل على هذا الأساس، بالرغم من أن المذيع قد يجد نفسه في بعض المرات خبيراً في موضوع مطروح للمناقشة. ولكن المطلوب هو أن يحتفظ المذيع بآرائه لنفسه ويظل مسيطراً على الحوار ومتحكماً في إدارته، خصوصاً إذا واجه ضيوفاً من ذوي الخبرة، أو من السياسيين الذين بإمكانهم الانحراف بالحوار واستغلاله لأغراض شخصية.

وعلى المذيع في مثل هذه الحالة أن يطرح الأسئلة بتسلسل بحيث لا يمنح الضيف أدنى فرصة للخروج عن الموضوع أو الإساءة - على أي نحو - إلى المستمع أو محاولة الإعلان أو الدعاية عن سلعة تجارية أو مصلحة تدر عليه ربحاً شخصياً.

خامساً : مقاطعة الضيف :

لأمانع من أن يقاطع المذيع الضيف عندما يبدأ في التكرار، أو إذا اتجه إلى الإطالة، أو خرج عن الموضوع المطروح للحوار. ولكن لا ينبغي بأي حال من الأحوال مقاطعة الضيف دون لزوم، أو عندما يكون بصدد الكشف عن شيء هام، أو إزاحة الغموض عن أمر من الأمور المتعلقة بموضوع المناقشة، أو مقاطعته ليستعرض المذيع ثقافته وخبرته في الموضوع وتلك هي أم الكبائر.

ومن خلال كل ماتقدم فإن تعامل المذيع مع الضيف واجب وضرورة حتمية لنجاح أي برنامج حوار، فلا بد من احترامه وتقديره، وإتاحة الفرصة له ليقول كل ما له صلة بموضوع المحاور، ولكن يجب ألا يكون كل ذلك على حساب تقنيات وأساليب إدارة الحوار. وفي هذا الصدد فإن على المذيع ألا يتحدث مع الضيف عن تفاصيل الموضوع قبل إجراء الحوار، وذلك لكي لا يفقد الضيف حماسه، وتدفقه، وحيويته، وعفويته أثناء إجراء الحوار، لأنه يشعر أثناء التسجيل أو البث الحي على الهواء وكأنه يكرر نفسه بالرغم من أن ما قاله كان مجرد دردشة مع المذيع خارج نطاق التسجيل. فحتى يتفادى المذيع هذا الإحساس المضر بالحوار، عليه أن يتجنب الحديث مع الضيف في التفاصيل قبل تسجيل الحوار.

ومن الأهمية بمكان ألا يعرض المذيع على الضيف الأسئلة تفصيلاً قبل إدارة الحوار ويكتفي بالإشارة إلى خطوط عريضة، وإن كان بعض الضيوف يشترطون أو

يطلبون أن تقدم لهم الأسئلة للاطلاع عليها. ولا شك أن الاستجابة لمثل هذا الطلب تأتي على حساب جودة الحوار، ذلك لأن الضيف يكون قد أعد نفسه للإجابة ورتبها، الأمر الذي يفقد المقابلة عفويتها، وتلقائيتها، وحرارتها، وجاذبيتها، وتأتي فاترة غير مستساغة، وإن كان الأمر يختلف إلى حد كبير في مقابلة المعلومة التي يحبذ فيها إعداد الأسئلة وإعداد الإجابات لخصوصية هذا النوع من المقابلات كما سبقت الإشارة إلى ذلك، وهنا ينبغي على المذيع أن يرفض بلباقة عرض الأسئلة مقدماً، على الضيف إلا إذا كانت هذه الشخصية هامة جداً، وضرورية جداً، ويخشى المذيع أن يفقد إجراء مقابلة معها إذا ما رفض عرض الأسئلة مقدماً. ومن ناحية أخرى ينبغي كذلك ألا يستخدم الضيف أوراقاً يقرأ منها إجاباته. في هذه الحالة وإذا لزم الأمر، فليقتصر ذلك على مجرد مذكرة بالأرقام والإحصائيات التي يصعب حفظها في حالة مقابلة المعلومة، وهذا يعرف بالارتجال عن طريق مفكرة.

وفي إطار الحديث عن علاقة المذيع بضيف الحوار، فلا بد من إعطاء الخلفية العلمية للضيف مثل تعليمه، شهاداته، خبراته، كتاباته وأبحاثه، خاصة في مقابلة الشخصية ثم الإعلان عن عمله ومنصبه وغير ذلك مما يندرج في سيرته الذاتية، مع ضرورة توضيح الجانب الإنساني للضيف، ومن المهم كذلك أن يذكر المذيع تخصص الضيف في بداية الحوار، لأن اختيار الضيف يخضع في الأساس لاعتبار هام هو درايته وتخصصه في الموضوع الذي يجري حوله الحوار، وعلى هذا فإن من حق المستمع أن يعرف لماذا اختير هذا الضيف، وما هي الخبرات التي تؤهله للحديث في موضوع بعينه، وعلاقته بالموضوع في بداية الحوار، على أن يكرر اسم الضيف وتخصصه أثناء الحوار أكثر من مرة، وتلك مسألة ضرورية خاصة بالنسبة للمستمع الذي قد يكون فاتته الاستماع إلى البرنامج منذ بدايته ويهمه أن يعرف من هو المتحدث، وما علاقته بموضوع المقابلة، وهنا ينبغي على المذيع الإشارة بين حين وآخر وبطريقة غير مباشرة إلى اسم الضيف وتخصصه. ولذلك فإن من أساسيات إجراء الحوار والتي يجب على المذيع أن يكون مدركاً لها هو الحرص على الحصول على الإجابة، وذلك لأن بعض الضيوف في بعض الأحيان يحاولون التخلص من السؤال فيدلون بإجابة ما لمجرد التخلص، وهنا يكون على المذيع أن يمضي في محاصرة الضيف للحصول على الإجابة. وأن يتجنب المذيع التعليقات التي لا معنى لها على غرار: "نعم.. نعم"، "عظيم جداً"، "رائع"، "آ.. آ.. آ.. الخ. وأحياناً قد يلجأ الضيف إلى استخدام الكلمات "الضخمة" أو يبدو متكلفاً، فعلى المذيع في هذا المقام أن يوجهه إلى تفسير وشرح الكلمات ليلفت نظره بشكل غير مباشر إلى أن أسلوبه غير مناسب في الحديث ولا يتوافق مع المستمع.

ومن النقاط المهمة التي ينبغي أن يلتفت إليها المذيع ويضعها في الاعتبار في برامج الحوار، ألا يماري المذيع الضيف أو يضعف أمامه ، ولا ينبغي أن يردد عبارات مثل : «المستمع يهمله كثيراً أن يعرف عنكم أو منكم»، أو «أخذنا من وقتكم الثمين».. الخ. خاصة وأن هناك من الضيوف من هو عدواني واستفزازي وعنيد. وفي ختام الحوار عادةً ما يشكر المذيع الضيف، وليكن ذلك بحرارة وباختصار، ثم يمضي بعد ذلك إلى الختام.

المذيع وموضوع الحوار :

تدور المناقشة في برامج الحوار الإذاعي بين المذيع والضيف حول موضوع من الموضوعات التي يريد المذيع أن يكشف للمستمع عن أبعاده وجوانبه وما يريده المستمع ويهمله أن يعرفه عن الموضوع، ومن هنا فإن موضوع الحوار قد يكون سياسياً، أو اجتماعياً أو اقتصادياً أو دينياً أو رياضياً، أو غير ذلك، كما قد يهدف إلى الإعلام "الإخبار" أو التوجيه أو التثقيف أو الترفيه أو الوقوف على آراء الضيوف وأفكارهم واتجاهاتهم حول الموضوع أو القضية محل النقاش.

ونظراً لأن المقصود هنا هو علاقة المذيع بالموضوع، فإن هذه العلاقة تتحدد في أربع نقاط تحدد مسؤوليات المذيع والتزاماته نحو الموضوع وهي :

النقطة الأولى : أهمية الموضوع ومدى الاهتمام به :

إن التأكد من أهمية موضوع الحوار أمر أساسي، إذ أنه كلما كان الموضوع مهماً ويتعرض لقضية تشغل بال الناس، أو تضيف إليهم جديداً، أو تقدم لهم شيئاً فريداً، كلما ساعد ذلك على اهتمام المستمع به خاصة إذا كان ضيف الحوار من ذوي الشهرة ومن المتخصصين في الموضوع، أو الذين يرتبطون به ارتباطاً مباشراً، أو يقوم عليهم الموضوع أساساً، أي أن يكون الضيف نفسه هو موضوع المقابلة كما هو الحال في حوار الشخصية مثلاً.

إن الاهتمام الفعلي بالموضوع أيّاً كانت أهدافه وطبيعته، يساعد كثيراً على نجاح الحوار، ويجعل المذيع يعبر عن اهتمامه واقتناعه به، ويستطيع أن ينقله للمستمع من خلال الضيوف المشاركين في الحوار على نحو فعال ومؤثر.

النقطة الثانية : جمع المعلومات الضرورية حول الموضوع :

كلما بحث المذيع وقرأ كثيراً حول موضوع الحوار، وجمع المعلومات الضرورية عنه كلما ساعده ذلك على محاوره الضيف أو الضيوف بشكل جيد، وتوجيه الأسئلة

المناسبة، وتوضيح المصطلحات المتخصصة التي قد ترد على لسان الضيف وكأنها كلمات عادية، وأيضاً لكي يشعر الضيف بأنه مع مذيع يفهم ما يقال حول الموضوع، وهذا دون شك يبعث الثقة في المذيع ويجعل الضيف ينطلق في الحديث بصراحة ودون قيود وباهتمام.

النقطة الثالثة : تحديد موضوعات الحوار :

إذا كان الحوار من النوع الذي يتحمل إثارة أكثر من موضوع مع الضيف حتى ولو كان ذلك في إطار الفكرة الواحدة، فيكون من الأفضل تحديد هذه الموضوعات بدقة من قبل المذيع والاقتصار على الضروري والمهم منها على ضوء الوقت المخصص للمقابلة، وذلك ضماناً لاستيفاء الجوانب الرئيسة في كل موضوع ومناقشته بكيفية عميقة، بدلاً من تناول موضوعات متعددة ومناقشتها بطريقة سطحية. ويجب أن ينصب النقاش حول الخطوط العريضة للموضوع المطروح، بدلاً من موضوعات متعددة دون تعمق في الطرح. والواقع أن اختيار وتحديد موضوع الحوار أمر بالغ الأهمية. وقد ظهر من الأبحاث التي أجريت في هذا المجال أن متابعة المستمعين لأي موضوع تتوقف إلى حد كبير على التوفيق في اختيار الموضوع الحي الشيق، وتحديد خطوطه العريضة. وفي هيئة الإذاعة البريطانية BBC يتم اختيار موضوعات الحوار والأحاديث بناءً على مقترحات المستمعين التي تصل إليهم أو بناءً على فكرة أحد مخرجي برامج الحوار، أو بدعوة بعض مشاهير الكتاب والعلماء للتحدث عن خبراتهم.

هناك بعض الموضوعات Topics التي لا تحتاج إلى بيان أهميتها، أو الإشارة إليها، فيكفي أن يقول المذيع إن موضوع المقابلة يدور حول الدواء الذي اكتشف أخيراً لعلاج مرض السرطان، ليتحول الكثيرون إلى آذان صاغية تتابع الحوار، غير أن هناك موضوعات أخرى لا تتوافر لها مثل هذه الخاصية في وضوح أهميتها. والمستمع بل والجمهور عامة يهتم عادةً بكل ما يؤثر فيه تأثيراً مباشراً، ومن هنا فإن الاهتمام بالمحاور يتضاعف إذا ما كشف المذيع عن ارتباط الموضوع بجمهور المستمعين، ويمكنه أن يفعل ذلك ببساطة بأن يسأل الضيف منذ البداية بما يجعله يشير إلى أهمية الموضوع.

إن أهمية الموضوع تتحدد وفقاً لمضمونه ومدى ارتباطه بمشاكل المواطن وهمومه وليس بالضرورة أن يكون مثار جدل أو خلاف. فإذا كان مثلاً الموضوع ومضمونه يتعلق بالعلوم الطبيعية، فيمكن تناوله في شكل حوار مباشر دون اختلاف

في وجهات النظر. فماذا عسى أن يناقش المذيع طبيباً أجرى جراحة ما، أو عالماً توصل إلى نتيجة ما، بأكثر من أسئلة طابعها الاستفسار؟

أما الإنسانيات والآداب والفنون فتخرج من طابع الحوار إلى المحاوراة أي الندوة والمناقشة، إذ أنها تخضع لوجهات نظر متباينة، وتعكس تجارب تدخل فيها المعاناة الشخصية أو الجماعية مما يفتح المجال لتناول الموضوع من زوايا متعددة. والمثال على ما سبق يتمثل في أن الحديث عن مذهب فلسفي معين، إنما يقتضي من المذيع مقدم البرنامج إستعراض الدعائم المحورية لغيره من المذاهب، في محاولة لتنوير المستمع بعلاقة الآراء الفلسفية ببعضها. وإذا عمد المذيع في مقابلة الشخصية لمناقشة فنان في اتجاهاته الفنية، فإن ذلك يتطلب التعريف بالاتجاهات المقابلة لما يمثلها هو بفنه.

وهكذا فإن المذيع يلعب دوراً كبيراً في برامج الحوار من خلال علاقته بالموضوع فهماً وإدراكاً واستيعاباً. وكلما كان المذيع على قدر عال من الفهم لموضوعه، كلما كان ذلك مدعاة لنجاحه في قيادة المناقشة، وإدارتها وتوجيهها للوصول بها إلى الغايات التي يهدف إليها.

المذيع وإعداد وتوجيه الأسئلة :

إن إعداد وتوجيه الأسئلة في المقابلة أو الندوة، أو المناقشة، ينبغي أن يكون فنائماً بذاته، وهذا يتطلب من المذيع أن يوجه السؤال المناسب إلى الشخص المناسب، وبالطريقة المناسبة، وفي الوقت المناسب. ففي بعض الحالات يبدو السؤال جيداً وبالرغم من ذلك تأتي الإجابة عليه غاية في الرداءة. وقد تكون هناك قصة أو واقعة مهمة وجيدة، ومع ذلك يمكن أن تحكى بطريقة سيئة. ويرجع السبب في ذلك إلى صعوبة توجيه السؤال فقد يأتي غامضاً أو بعيداً عن الموضوع أو كما يقولون «ليس كل سؤال يستحق أن يجاب عليه».

ولهذا فإن وظيفة الأسئلة في المقابلة أو أي شكل من أشكال برامج الحوار هي دفع الضيف الذي يحاوره المذيع ليدلي بخبراته، ومعلوماته، وآرائه، وأفكاره، وكل ما يبحث عنه المذيع، ويريد لجمهوره أن يعرفه، وتلك مهمة ليست بالسهلة أو اليسيرة، وذلك لأن أصعب شيء في فن الحوار هو أن يعرف المذيع كيف يحصل على الإجابة الصحيحة.

وأهم أجزاء المناقشة السؤال، وهو مفتاح الحصول على المعلومات، فإذا أُلقيت الأسئلة بطريقة غير سليمة، أو إذا كانت أسئلة معقدة أكثر مما ينبغي فإنه سيكون من العسير الحصول على الإجابات المطلوبة.

ويتضح مما سبق أن إعداد وتوجيه السؤال هو أساس نجاح البرنامج الحوارى، وهو مفتاح الحصول على الإجابات المرادة، ولذلك لابد من تناول القواعد الأساسية التي ينبغي للمذيع الذي يدير الحوار Interviewer أن يلتزم بها فيما يتعلق بأعداد وتوجيه الأسئلة وهي :

1. على المذيع أن يضع تخطيطاً مبدئياً للأسئلة التي يرى أنها أساسية على ضوء معلوماته عن الضيف وعن الموضوع المطروح للحوار، على أن يتم ذلك قبل وقت من إجراء الحوار بطبيعة الحال.

2. ينبغي أن يعرف المذيع ما هو السؤال الذي يجب أن يوجه ؟ وما هي الفكرة التي يبحث عنها ؟

3. من المهم أن تكون الأسئلة في حدود تخصص الضيف وتجاربه.

4. أن يتجنب المذيع الأسئلة الطويلة المتداخلة المعاني، لأنها تجعل الموضوع غير مفهوم، ويلتبس الأمر على الضيف فلا يعرف ما الذي يريده المذيع على وجه التحديد، فيضطر لأن يسأل المذيع عما يريد والشيء الطبيعي أن يقوم هو بالشرح وليس المذيع. وفي حالات أخرى قد يتحدث في موضوع آخر غير الذي قصده المذيع بالسؤال.

5. على المذيع أن يتجنب الأسئلة المركبة Complex التي تتكون من أكثر من سؤال عن أكثر من شيء في وقت واحد ، لأن الضيف غالباً ما يجيب على أحدها فقط ثم ينسى الآخر، وقد يصعب عليه التركيز في أكثر من موضوع في وقت واحد، والأمر أصعب بالنسبة للمستمع لأنه يؤدي إلى تشتيت ذهنه، وهذا ما يعرف بالسؤال الازدواجي، أي إلقاء سؤالين في شكل سؤال واحد مما يسبب مصاعب كثيرة.

6. ليس من المفيد طرح الأسئلة التي تكون الإجابة عليها بكلمة "نعم" أو "لا" فقط ولا يجوز للمذيع كذلك أن يسأل الضيف عن شيء يكون قد أجاب عليه أثناء إجابته على أسئلة سابقة، وهنا تتأكد أهمية الإصغاء للضيف.

وهكذا فإن إعداد الأسئلة وطريقة توجيهها تمثل عنصراً مهماً بالنسبة للمذيع وهو دون شك جزء من الحوار، وعن طريق الإنصات الجيد للضيف أثناء المناقشة يستطيع أن يأخذ من إجابات الضيف ما يصنع أسئلة جديدة غير التي أعدها من قبل.

مثال :

- مذيع : متى تعلن نتيجة الامتحانات بالجامعة ؟
- الضيف : من المتوقع أن تعلن النتائج في منتصف شهر نوفمبر، أما إذا استخدم الحاسب الآلي فسوف تعلن بعد أسبوع واحد فقط.
- المذيع : ولماذا لا يستخدم الحاسب الآلي ؟
- فالسؤال الأخير للمذيع تولد عن إجابة الضيف السابقة.

7. على المذيع الذي يدير حواراً في مقابلة أياً كان نوعها، ألا يكتفي بمجرد توجيه السؤال وانتظار الجواب فقط، بل ينبغي أن تكون له تعليقاته على ما يقال من إجابات في كل موضع يحتمل ذلك، وأن يبرز النقاط المهمة في إجابة الضيف ويؤكد عليه، على ألا يكون ذلك مجرد ترديدها كما قيلت. وهنا يبرز مدى تفاعل المذيع مع الضيف، وانسجامه مع ما يقول، ومدى حسن إنصات المذيع للضيف كقاعدة أساسية.

8. ومن القواعد الأساسية التي يجب الانتباه إليها عند إعداد الأسئلة وتوجيهها : الحذر من الأسئلة الإيحائية أو الإسقاطية التي توحى للضيف بإجابة معينة، أو تفضل رأياً معيناً. وذلك لأن ما يهم المستمع هو أن يقف على رأي الضيف أولاً، ولكن لا مانع من أن يسمع تعليقا من المذيع إذا كان يحتمل ذلك، ومن المهم كذلك ألا يتعجل المذيع في توجيه الأسئلة لمجرد أن الضيف قد توقف عن الكلام، لأن الصمت من جانب المذيع في هذه الحالة يوحي للضيف بأنه يتوقع المزيد فيمضي الضيف من ثم إلى سرد معلومات أكثر تفصيلاً.

9. لا ينبغي أن تأتي الإجابة على السؤال متضمنة في نفس السؤال مثلاً :

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

وهنا بالطبع لم يترك المذيع للضيف مجالاً لأن يتحدث عن سبب معارضته للاتفاقية، لأن السؤال مغلق فلم يتسع للإجابة إلا بكلمة "نعم" فكان الجواب الوحيد هو "نعم" ولم يحصل بذلك على أي معلومات تفيد.

وعلى المذيع دائماً أن يلجأ الى طرح الأسئلة المفتوحة لكي يجعل الضيف يقدم المزيد من المعلومات، والسؤال المفتوح يبدأ عادةً بـ "كيف" أو "لماذا"،

وهذا يسمح للضيف أن يفكر وأن يقدم رأياً أو وصفاً فداًئماً الأسئلة المفتوحة تدعو الضيف إلى تقديم إجابات أكثر اكتمالاً، كما أن السؤال المفتوح يدعو الضيف إلى التعاون والمشاركة مع المذيع ويجعل الضيف يقدم المعلومات بسهولة أكثر.

المذيع وتنفيذ الحوار في الاستديو :

من فوائد المقابلات والندوات في الاستديو، سواء كانت على الهواء، أو تم تسجيلها على شريط لإذاعتها فيما بعد، وجود وقت كاف للإعداد لها، والمذيع هنا يكون عادةً أكثر استعداداً وأفضل إماماً بالموضوع الذي سوف يسأل فيه. كما أن الضيف الذي ستنم معه المقابلة قد يحدد له موعد مبكر، ما يكون المذيع قد قام بإجراء البحث المطلوب، وجمع المعلومات الخاصة بالموضوع، ومن ثم فإن المتحدثين الذين يحضرون إلى الاستديو لديهم وقت كاف لتوقع الأسئلة المحتملة توجيهها إليهم. ولهذا فإن هؤلاء الضيوف سيكونون أقل تلقائية عند الحديث معهم. كما أن المشاهير اعتادوا المقابلات لدرجة أن المذيع يكافح من أجل انتزاع الميكروفون منهم لكي يوجه سؤاله التالي.

ولذلك هناك بضع خطوات لابد من اتباعها وهي :

أولاً : التهيئة للحوار :

يتهيأ المذيع وفي جميع أشكال برامج الحوار لاستقبال ضيوفه في مبنى الإذاعة ومن ثم داخل الاستديو، ولذلك لابد من الاستعداد للحظات اللقاء بالضيوف، وإن كانت تلك أمور تبدو للوهلة الأولى بسيطة، إلا أن أهميتها تكمن في المساعدة على مضاعفة فرص النجاح للحوار أياً كان شكله، ولذلك على المذيع وهو يقف عند حافة إجراء المقابلة أو إدارة الندوة أو المناقشة، وعلى مقربة شديدة من عملية التنفيذ، أن يلتفت إلى الآتي :

1. التهيئة النفسية : والمطلوب هنا من المذيع أن يكون على درجة عالية من الاستعداد النفسي، خاصةً بالنسبة للمقابلات الهامة التي تجري مع القادة وكبار رجال السياسة والحكم، فيجب أن يكون على ثقة كاملة، وأن يداخله إحساس تام وشعور صادق بقدرته على تنفيذ مثل هذه المقابلة الهامة، وأن يعرف تماماً أنه جدير بتنفيذها، وأنه يستطيع أن يقودها في سهولة ويسر ودون انفعالات أو تشنجات، وأن يكون على ثقة تامة في قدرة الأسئلة التي

وضعها على أي شكل من الأشكال في ذهنه، على تغطية جميع جوانب الموضوع الرئيسية والفرعية والاحتياطية.

2. **التهيئة المظهرية :** للمظهر الذي يبدو عليه المذيع وما يتصل بشكله وهندامه وملابسه ونظافتها، إلى جانب تناسقها مع الوقت المحدد لإجراء المقابلة، ردود وأثار عند عدد كبير من المتحدثين، خاصة أصحاب المناصب الكبرى، ورجال السياسة والدبلوماسية والفن، وبالطبع فإن المظهر عنوان لشخصية المذيع ويعكس احترام الناس للمحطة الإذاعية من خلال شخص المذيع والعكس إن كان المظهر يبدو غير لائق أو محترم. وعادة ما يستقبل الإنسان ضيوفه في مظهر حسن ولائق، وهذا شكل من أشكال الاحترام التي تجعل الضيف يحترم المذيع ويتق فيه ومن ثم ينسجم معه.

3. **تهيئة الضيف :** والمقصود بذلك إعداد الضيف وتهيئته داخل الاستديو حتى يكون مرتاحاً أمام الميكروفون. وعادة فإن الأشخاص الذين اعتادوا على جو الاستديو يحتاجون إلى تهيئة أقل من الذين يدخلون الاستديو لأول مرة.

4. **الجلسة التمهيدية :** رغم أنه كثيراً ما ينصح بأن يأخذ المذيع المسؤولين العاملين على غرة إلا أن الضيوف غير المدربين يحتاجون إلى قدر من التهيئة قبل تنفيذ الحوار. فلا بد من جلسة تمهيدية بين المذيع وهؤلاء الضيوف يرتب خلالها المذيع للمقابلة داخل الاستديو وقبل البرنامج مباشرة يبحث خلالها بوجه عام ما سيتم تناوله ولكن دون ذكر أسئلة محددة. ويجب ألا يدع المذيع الضيف يروي نادرة ممتعة قبل بداية البرنامج حتى لا تموت المقابلة في مهدها قبل بدء التنفيذ.

ثانياً : تنفيذ الحوار :

هناك عدة خطوات يمر بها التنفيذ لأي شكل من أشكال برامج الحوار داخل الاستديو، ويعتبر المذيع العنصر الأساس فيها، وتتمثل هذه الخطوات في الآتي :

الخطوة الأولى : المقدمة :

تهدف المقدمة في الحوار الإذاعي سواء للمقابلة أو الندوة أو المناقشة، إلى إعلام المستمع بموضوع المقابلة أو الندوة وأهميته، ثم بالضيف أو الضيوف الذين ستجري معهم المقابلة، ومن ثم تخصصاتهم وخبراتهم التي تؤهلهم للحديث في الموضوع، أو سبب اختيار الموضوع وعلاقة الضيف به، ثم إشارة سريعة إلى أهم الجوانب التي سيتطرق

إليها الحوار مع الضيف. ولأبأس من الإشارة الى مكان المقابلة إذا كانت تجرى خارج الأستديو. وليس هناك ترتيب ثابت لهذه العناصر التي ينبغي أن تشملها المقدمة. فقد يرى المذيع أن يبدأ المقدمة بالإشارة إلى المناسبة أو النتائج التي ترتبت على موضوع ما، وذلك كله متروك لتقدير المذيع وحساسيته. ولا يمكن القول بأن هناك "قابلاً" أو "نموذجاً" ثابتاً أو محدداً للمقدمة. فقد يرى المذيع أحياناً أن تكون المقدمة تفصيلية تشمل نقاطاً أو فقرات من الموضوع ومعلومات مفصلة الى حد ما عن الضيف، بينما في أحوال أخرى يكون ذلك غير مناسب على الإطلاق خاصة إذا كان الضيف شخصية لا تحتاج إلى تعريف، أو كان الموضوع عاماً وشاملاً أو كان الضيف نفسه هو الموضوع.

ولعل أدق نموذج للمقدمة المختصرة، هو تلك المقدمة للمقابلة التي أجراها المذيع والمعلق الأمريكي الشهير "والتر كرونكايت" Walter Coronkite من شبكة C.B.S الأمريكية مع رئيس الولايات المتحدة الأمريكية الأسبق "لندن جونسون" Lyndon Johnson وهي مقدمة لم تتضمن سوى كلمات بسيطة جداً هي :

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

في هذه المقدمة لم يكن المذيع في حاجة لأن يقول شيئاً عن الضيف سوى إسمه لأنه شخص يعرفه كل من يتابع المقابلة بطبيعة الحال، وكذلك لم يشر المذيع إلى موضوع معين يجرى حوله الحوار، واكتفى بالإشارة الى أن تلك المقابلة التي أجريت أخيراً أو آخر مقابلة مع الرئيس السادس والثلاثين للولايات المتحدة، ومعنى ذلك أن كل ما يمكن أن يثار مع الرئيس من موضوعات تهم المواطنين ستكون هي موضوع المقابلة. غير أن مثل هذه المقدمة لا يمكن أن تكون قاعدة بطبيعة الحال. فهناك مقابلات أخرى أجريت مع رؤساء آخرين للولايات المتحدة أيضاً ولكنها جاءت على نحو آخر مختلف، ومنها مقدمة المقابلة التي أجراها المذيع الأمريكي المعروف "مايك والاس" Mike Wallace من شبكة C.B.S الأمريكية مع الرئيس الأمريكي الأسبق ريتشارد نيكسون Richard Nixon وكانت مقدمة المقابلة تقول : والاس : عندما وجه ريتشارد نيكسون بيانه إلى الأمة ظهر يوم الأربعاء الماضي ذكر حكاية الفتاة الصغيرة في ولاية أوهايو والتي قاطعته متوسلة : «اجعلنا نعود إلى بعضنا مرة أخرى».

وأثناء محادثة هادئة جرت منذ أسابيع قليلة مضت تحدث السيد نيكسون عن «عودتنا الى بعضنا البعض». لقد تحدث عن أنه يشعر بالتعاطف والانتساب إلى هذه الأقلية من الأمريكيين البيض والسود الذين أنكرت حقوقهم في بلادهم.

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

إن اختيار أسلوب وطريقة المقدمة يتوقف على المذيع نفسه، وعلى نوعية عناصر المقابلة، ونوع المقابلة نفسها. فإن كانت مقابلة الرأي فحتماً أن الموضوع المطروح لمعرفة الآراء هام ويمثل درجة من إحساس الجمهور نحوه، وهذا يحتم أن يشار إليه في المقدمة وهكذا. وعموماً فإن صفات المقدمة الوضوح، والإيجاز، والجاذبية، والإقناع والإغراء بالمتابعة.

الخطوة الثانية : الانتباه للضيف :

بعد أن قدم المذيع لحواره وبدأت المحاور والمناقشة، فعليه أن ينتبه إلى الضيف وإلى ما يقوله وما سيقوله، لأن الضيف تُشتت أفكاره إذا كان يجيب على كل سؤال والمذيع مشغول بتقليب أوراقه. فمطلوب من المذيع الإصغاء والانتباه للضيف، بحيث تتقابل عيناه مع عين الضيف، وأن يكون صاحباً ويقظاً لأجاباته مع الاحتفاظ بذاكرة صغيرة لكتابة النقاط المراد تذكرها، وللمساعدة في تلخيص المقابلة أو الندوة عند نهايتها.

الخطوة الثالثة : البداية بالأسئلة السهلة :

من المستحسن أن يبدأ المذيع حواره بالأسئلة السهلة والتمهيدية قبل الدخول إلى أسئلة لب الموضوع، لأن ذلك من شأنه أن يساعد الضيف على الاسترخاء حتى يعتاد على مناخ الاستديو وجو الحوار، وأن تكون الأسئلة مختصرة في تتابع منطقي على أن يكون المذيع جديلاً ولا يصادق المتحدث أكثر من اللازم، وأن يعمد إلى توضيح كل ما هو غامض وغير مفهوم للمستمع في حينه، ولا يدع نقطة تمر دون توضيح أو شرح أو تفسير، فالبدائية عادة بالأسهل ويتدرج منطقياً إلى أن يقود المذيع ضيفه إلى لب الحوار وذروته.

الخطوة الرابعة : مقاطعة الضيف :

إن الخطر الذي يواجه أي حوار إذاعي حي على الهواء مباشرةً هو ذلك الضيف الشرثار الذي لا يكف عن الكلام بمجرد أن يفتح فمه، ولا يستطيع المذيع أن يوقفه، ومن

ثم تكون المقابلة طويلة مملة وأسئلة محدودة للغاية، وبالتأكيد فإن مثل هذا الضيف تجوز مقاطعته بكل وضوح حتى يتحول النقاش وتتاح الفرصة لطرح محاور المقابلة، ويستطيع المذيع أن يخفف من تدخله الصريح للمقاطعة بقوله مثلاً : «حسناً إننا ندرک ونفهم آراءك حول هذا الموضوع فهي واضحة تماماً ولكن ما نريد معرفته هو...».

وهكذا فإن المقاطعة أثناء الحوار تجوز في مثل هذه الحالات، ولكنها لا تجوز في مواضع يكون فيها الضيف يسير في مسار الحوار الصحيح، أو ليقحم المذيع نفسه في الحوار استعراضاً لشخصيته.

الخطوة الخامسة : خاتمة الحوار :

عادةً ما تكون الخاتمة بمثابة تذكير للمستمع بالخلاصة، أو النتائج، أو التأكيد على ما هو مطلوب من الحوار حول الموضوع المعني، ويكون ذلك في جملتين أو ثلاث جمل على الأكثر، وذلك لأن الجمهور يريد تلخيصاً لما سمعه. وهذا التلخيص، إشارة إلى أن المذيع ينهي البرنامج، فإذا كان المذيع يحتفظ بملاحظات سواء في المقابلة أو الندوة أو المناقشة، فعليه تلخيص تلك الملاحظات، وإذا كان على المذيع أن يقطع الضيف بسبب الوقت وحلول موعد الانتهاء فليكن لطيفاً على الأقل، ومن ثم يشكر جميع ضيوف البرنامج قبل أن يدخل شعار الختام.

وهكذا نخلص إلى أن المذيع مقدم الحوار عنصر مهم جداً ليس فقط في تقديم الموضوع وإدارة الحوار ولكن لما هو أبعد من ذلك، وهو أن يستخلص مما قدمه المتخصص أو صاحب الفكرة، أو صاحب الرأي، قيماً اجتماعية وأخلاقية وحضارية شاملة، وتلخيص كل ما هو مهم وورد على لسان الضيوف، على أن يزينها بألفاظه وأسلوبه في قالب مقنع ومؤثر يشد انتباه المستمع ويحقق الهدف والغاية من الحوار أيضاً كان شكله وموضوعه.

المصادر والمراجع

1. القرآن الكريم.
2. إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بال جماهير، القاهرة، الأنجلو المصرية، 1969م.
3. إبراهيم إمام، دراسات في الفن الصحفي، القاهرة، الأنجلو المصرية، 1972م.
4. إبراهيم وهبي، الخبر الإذاعي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1958م.
5. الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، ج 5، ط 1، فصل الذال، باب العين، مصر، المطبعة الخيرية، 1306هـ.
6. الجاحظ، البيان والتبيين، تحقيق وشرح عبد السلام محمد هارون، ج 1، بيروت، دار الجيل، 150-255.
7. أحمد بدر، الإعلام الدولي، القاهرة، مكتبة غريب، 1977م.
8. بأن باصل، فن التلفزيون، ترجمة تماضر توفيق، القاهرة، الدار القومية للطباعة، 1965م.
9. جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1975م.
10. يوسف مرزوق، المدخل إلى حرفية الفن الإذاعي، القاهرة، الأنجلو المصرية، 1975م.
11. يوسف مرزوق، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1988م.
12. يوسف مرزوق، مدخل إلى علم الاتصال، القاهرة، الأنجلو المصرية، 1986م.
13. كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، جدة، دار الشروق، 1987م.
14. كرم شلبي، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، جدة، دار الشروق، 1986م.
15. كرم شلبي، الخبر الإذاعي، "فنونه وخصائصه في الراديو والتلفزيون"، جدة، دار الشروق، 1985م.
16. كينجون، كاوجيل، رالف ليفي، الإذاعة بالراديو والتلفزيون، ترجمة نبيل بدر، القاهرة، الدار المصرية للتأليف والترجمة، دون تاريخ.

17. جون مارتين، أنجروفر، دور الإعلام في العالم الثالث، "نظم الإعلام المقارنة"، ترجمة على درويش، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1991م.
18. كارولين، ديانا لويس، التغطية الإخبارية للتلفزيون، ترجمة محمود شكري العدوي، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 1990م.
19. محمود فهمي، الفن الإذاعي والتلفزيوني، القاهرة، الأنجلو المصرية، 1982م.
20. محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي، 1992م.
21. محمود أدهم، المقابلات الإعلامية، القاهرة، دار الثقافة للطباعة والنشر، 1984م.
22. محمد خير رمضان، صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون، الرياض، 1985م.
23. مارشال ماك لوهان، كيف نفهم وسائل الاتصال، ترجمة خليل صابات وآخرين، القاهرة، دار النهضة العربية، 1975م.
24. سوزان يوسف، هبة الله بهجت، إنتاج البرامج الإذاعية للراديو والتلفزيون، القاهرة، مكتبة الشباب، 1993م.
25. سعد لبيب، دراسات في الفنون الإذاعية، بغداد، وزارة الإعلام، 1973م.
26. سعد لبيب، كرم شلبي، الصحافة الإذاعية، بغداد، وزارة الإعلام، 1972م.
27. عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة، ج 2، التخطيط للبرامج الإذاعية راديو وتلفزيون، القاهرة، الأنجلو المصرية، 1983م.
28. عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة، ج 3، الصحافة الإذاعية، إنتاج البرامج الإذاعية، راديو وتلفزيون، القاهرة، الأنجلو المصرية، 1983م.
29. عبد الوارث عسر، فن الإلقاء، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب، 1976م.
30. عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، القاهرة، دار الفكر العربي، 1987م.
31. عز الدين فراج، فن الحديث، القاهرة، دار الفكر العربي، 1982م.
32. فوزية فهمي، الفن الإذاعي، القاهرة، دار المعارف، 1978م.
33. فوزية فهمي، التلفزيون فن، القاهرة، دار المعارف، 1981م.

الدوريات :

1. إبراهيم إمام، "الحوار بين الإعلام والإقناع"، مجلة الفيصل، العدد 188، الرياض، دار الفيصل الثقافية، أغسطس 1992م.
2. وليد الحديثي، "مذيعو البرامج ومقدموها"، مجلة البحوث الإذاعية والتلفزيونية، العدد 25، بغداد، أبريل 1986م.
3. يوسف مرزوق، "الإنتاج الإذاعي بين الإبداع الفني وحرفية المهنة"، مجلة الفن الإذاعي، العدد 71، القاهرة، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، أبريل 1976م.
4. كمال بشر، "تأليف الكلام"، مجلة الفن الإذاعي، العدد 47، القاهرة، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، أكتوبر 1969م.
5. محمد معوض، "الإنتاج الإذاعي بين النظرية والتطبيق"، مجلة الفن الإذاعي، العدد 94، القاهرة، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مارس 1984م.
6. محمد فتحي، "التحاور والمحاورة"، مجلة الفن الإذاعي، العدد 87، القاهرة، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، أبريل 1980م.
7. مانفريد بوتر شينكا، "كتابة النصوص الإذاعية"، مجلة الإذاعات العربية، العدد 72، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، يناير 1972م.
8. مسفر بن عبد الله البشر، "أسس الحوار وأركانه"، مجلة الفيصل، العدد 188، الرياض، دار الفيصل الثقافية، أغسطس 1992م.
9. سعد لبيب، "برامج الندوات والمناقشات"، مجلة الفن الإذاعي، العدد 8، القاهرة، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، يوليو 1985م.
10. عبد الصمد دسوقي، "المذيع والقراءة السليمة"، مجلة الفن الإذاعي، العدد 72، القاهرة، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، يوليو 1976م.
11. عبد الحميد الحديدي، "المذيع في الإذاعة والتلفزيون"، مجلة الفن الإذاعي، العدد 71، القاهرة، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، أبريل 1976م.
12. عبد الله الحامد، "الحوار لماذا؟ وكيف؟"، مجلة الفيصل، العدد 188، الرياض، دار الفيصل الثقافية، أغسطس 1992م.
13. عفاف المولد، "مقدم البرامج"، مجلة الفن الإذاعي، العدد 64، القاهرة، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، يوليو 1974م.

14. عفاف المولد، "اختيار الكلمة وصياغة الموضوع"، مجلة الإذاعات العربية، العدد 38، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، يناير 1975م.
15. فوزية فهم، "جمهور الإذاعة"، مجلة الفن الإذاعي، العدد 76، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، يوليو 1977م.
16. نواف عدوان، "بعض المصطلحات الإعلامية"، مجلة البحوث الإذاعية، العدد 24، بغداد، المركز العربي للبحوث، ديسمبر 1988م.
17. صلاح عويس، "فن الراديو"، مجلة الفن الإذاعي، العدد 38، القاهرة، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، يناير 1967م.
18. طه مقلد، "الحوار في الدراما الإذاعية"، مجلة الفن الإذاعي، العدد 38، القاهرة، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، يناير 1967م.