

محاضرة رقم 07

تابع للمحاضرة رقم (06)

اعداد وإنتاج المواد المسموعة في مجال العلاقات العامة

أنواع المواد السمعية:

تتكون الأجهزة السمعية من الراديو والميكروفون الغرامافون والتسجيلات:

الإذاعة: Broadcasting: يمكن القول إن الإذاعة (من خلال انتشار الراديو) تعد أوسع وسائل الاتصال الجماهيري انتشاراً حالياً. فالإنسان يستمع إلى الراديو أو المذياع ويستفيد من برامجه المختلفة في أي مكان في العالم دون عائق أو حاجز: في البيت، في السيارة في المكتب، في الطائرة، في البحر الخ. ويعد اكتشاف العالم ما ركوني للراديو عام 1906 نقطة تحول رئيسية في وسائل الاتصال الجماهيري.

بعد ذلك أنشئت محطات الإرسال الإذاعي بشكل متسارع حتى أصبح من الصعب أن تجد دولة في العالم تخلو من للإذاعة. وقد كان جهاز الراديو في البداية كبير الحجم وبسيطاً ويفتقر إلى دقة الاستقبال، ولكنه تطور بشكل كبير واستطاعت التكنولوجيا أن تخلصه من كل عيوبه وسلبياته ليصبح صغيراً وقادراً على الاستقبال بوضوح ورخيصاً. وبعد ظهور الترانزيستور ثورة مهمة في مجال الراديو والإذاعة.

ويمكننا القول أيضا فيما يخص الإذاعة بأنها وسيلة اتصال جماهيرية مسموعة تخاطب حاسة السمع، تعزز الخيال لدى المتلقي إيجابيا بمضمون الرسالة الإعلامية المستهدفة بما تقدمه من أنواع برمجية تعتمد في اعدادها واخراجها على مجموعة من المكونات ويتبع فيها العديد من الخطوات.

لها العديد من الخصائص نذكر منها:

- تخاطب حاسة السمع.
- تلقينها لا يتطلب التواجد في نفس المكان.
- فهم الرسالة يعتمد على خيال المتلقي.
- لا يتطلب المستمع أن يكون له مستوى تعليمي.

وتعود أسباب جماهيرية الراديو إلى ما يلي:

- انتشاره الواسع بسبب انخفاض سعره.
- اتساع نطاق الإرسال الإذاعي مقارنة بالإرسال التلفزيوني.
- يستطيع الإنسان أن يصغي للراديو وهو يعمل أي شيء آخر.
- تعدد برامجه ما بين الثقافة والعلم والموسيقى والغناء.

ويمكن للإذاعة أن تقوم بتأدية الوظائف التالية:

- المساهمة في نشر العلوم والثقافة بين أفراد المجتمع.
- معالجة المشكلات الاجتماعية.
- رفع مستوى الذوق الفني عند الأفراد والمجتمعات.
- إطلاع أفراد المجتمع على ما حققته الحضارة الإنسانية من إبداعات واكتشافات ومعارف.
- إيصال الأخبار المحلية والعالمية لأفراد المجتمع وتنوير الرأي العام.
- تعريف العالم الخارجي بالتطورات والاتجاهات الفكرية والسياسية والاقتصادية الوطنية والمحلية.

خطوات اعداد وإنتاج البرامج الازاعية للعلاقات العامة:

1/ وضع الفكرة البرمجية: أي الرسالة المراد وصولها للجمهور وتحمل في طياتها هدف من خلال أنشطة وبرامج العلاقات العامة.

من شروط نجاحها:

- مدى فهم المكلف بالعلاقات العامة للهدف المراد تحقيقه.
- معرفة الاشكال المناسبة للأفكار (حصة، اعلان، فيلم...الخ).
- معرفة خصائص الجمهور المستهدف.

شروط اختيار الفكرة الازاعية:

- مناسبة مع الوسيلة (الإذاعة).
- صلاحيتها للتعبير عن الموضوع في حد ذاته.
- وملائمتها للمجتمع والمحيط بسياقاته الاجتماعية السوسيوثقافية، العادات والتقاليد.
- تكون محددة الأهداف والغايات.

2/ اجراء البحث: من خلال جمع المعلومات المتعلقة بفكرة البرنامج لتسهيل عملية تحويلها الى مادة إذاعية، حيث أن عملية البحث تخدم جانبيين اثنين هما:

- جانب المضمون: أي فكرة البرنامج.
- جانب خاص بالموضوعات الفنية والاذاعية.

3/ وضع السيناريو المبدئي: وهو وضع تصور مبدئي للكيفية التي ستقدم بها المادة الإعلامية المسموعة، كالخطوات التي ستمر بها هذه المادة بالتفصيل، كونه يساعد في تنظيم برنامج العلاقات العامة المسموع (يحدد مكونات وعناصر البرامج القالب المناسب، تنفيذ الصوت، المؤثرات الصوتية).

4/ وضع خطة الإنتاج: وهي خطوة هامة ما يتطلب نوع من الدقة في التخطيط كونها تمثل الإخراج النهائي للعمل الإذاعي.

مكونات خطة الإنتاج:

- تحديد متطلبات العمل في المادة الاذاعية (تعيين الأشخاص، الأماكن، النص، المؤثرات)
- تحديد طبيعة المادة الاذاعية (برنامج اخباري، ثقافي، منوعات...الخ)
- تحديد آلية وطريقة تنفيذ العمل (مباشر او مسجل).
- وضع تصور شامل لخطوات الإنتاج.