تحديات الكتابة الإذاعية في ظل تطورات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

د. حسن عبد الله يحيى دجرة
قسم الإذاعة والتليفزيون
جامعة الحديدة – اليمن
البريد الالكتروني: h91973@gmail.com

الملخص:

لم تفقد الإذاعة بريقها ومكانتها لدى جمهورها من المستمعين على الرغم مما تعرضت له من منافسات شديدة مع وسائل الإعلام الأخرى فما إن تتغلب الإذاعة على خصم إلا وظهر آخر.

ولقد شهدت الإذاعة تحولات فنية وتقنية وفكرية أتاحت لها فرصة البقاء في قلوب مستمعيها.

وفي ظل التطورات الكبيرة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، أضحت مسئولية الكاتب الإذاعي كبيرة جداً في إعداد نصوص إذاعية قادرة على جذب المستمعين، ويجب على الكاتب للإذاعة توظيف خصائص التقنيات الحديثة باعتبارها عنصراً ايجابياً يساعده على عمق الاعداد من خلال الاستعانة بمصادر المعلومات المختلفة والتنوع في اختيار الضيوف والخبراء في كافة المجالات, كما يسهل له التواصل مع جمهور المستمعين وخلق قنوات تفاعلية معهم.

Abstract:

The broadcasting has not lost its importance among its audience of listeners. It came under heavy competition with other media.

Broadcasting overcome the one, another appears. It has got technical and intellectual transformations allowed it a chance to keep its listeners.

With the major developments in the field of communication and information technologies, the responsibility of the radio writer has become very large in the preparation of the radio texts able to attract listeners.

And the task of the radio writers is making easier by employing them the modern technologies as a positive element to collect data and information, to communicate with the audience and create an interactive channels with them.

الكلمات المفتاحية: الكتابة للإذاعة – الكاتب الإذاعي - تكنولوجيات الاتصال والمعلوماتية

المقدمة:

ماتزال الإذاعة تنافس وتزاحم في وسط جو ملأته وسائل إعلامية متعددة ومتنوعة فنجدها تطلق صوتها عبر الأثير لتصل إلى آذان جمهورها من المستمعين الذين تسعى إلى الحفاظ عليهم.

وتواجه الإذاعة تحديات كبيرة فالإمكانات التي تمتلكها وسائل الاتصال الأخرى كالسينما والتليفزيون وغيرها تفوق بكثير ما تمتلكه الإذاعة. ومع ذلك فقد شهدت الإذاعة خلال السنوات الأخيرة تطورات كبيرة شكلاً ومضموناً، فمن الناحية الأولى نجد الإذاعات طورت بثها عبر الأقمار الصناعية وعبر شبكة الانترنت، كما أن استقبال الإذاعات لم يعد مقتصراً فقط على أجهزة الراديو التقليدية بل أصبح من الممكن استقبال البث الاذاعي عبر الأجهزة التليفزيونية وأجهزة الهاتف المحمول، وعبر أجهزة الكمبيوتر من خلال شبكة الانترنت.

ومن ناحية المضمون فقد ظهرت الإذاعات المتخصصة مضمونا فهناك إذاعات القرآن الكريم والإذاعات الرياضية والإذاعات الاخبارية، وظهرت إذاعات متخصصة من ناحية الجمهور فنجد إذاعات للشباب وإذاعات للمرأة وغيرها. كما طورت الإذاعات قوالبها الفنية التي تقدم من خلالها المادة الاذاعية.

واستغلت الإذاعات تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات استغلالاً كبيراً من حيث توظيفها في جمع المعلومات والتفاعل مع الجماهير. مما ساعد كتاب الإذاعة على عمق الاعداد من خلال الاستعانة بمصادر المعلومات المختلفة والتنوع في اختيار الضيوف والخبراء في كافة المجالات.

وما سبق ما هي إلا تحديات كبيرة أمام الكاتب الإذاعي، وعليه استغلالها وتوظيفها في تقديم مادته الإذاعية إلى جمهوره حتى لا يتفلت منه. والسؤال عن كيفية ذلك، هو ما سنحاول الإجابة عليه في بحثنا هذا.

مشكلة البحث:

وافقت اليونسكو -في دورتها السادسة والثلاثين، في 25 تشرين الأول/أكتوبر – 10 تشرين الثاني/نوفمبر 2011م-على اعتماد13 شباط/فبراير يوما عالميا للإذاعة، وهو اليوم الذي أنشأت فيه الأمم المتحدة إذاعةً عام 1946م.

وقد اعتمد هذا القرار بناءً على تقرير لجنة الاتصال والمعلومات، في الجلسة العامة السادسة عشرة بتاريخ 10 تشرين الثاني/نوفمبر 2011م[1]

. وتم إقرار اليوم العالمي للإذاعة في ديسمبر 2012 م من قبل الجمعية العامة للأمم المتحدة فأصبح بذلك يوماً تحتفي به جميع وكالات الأمم المتحدة وصناديقها وبرامجها وشركاؤها، ودعمت شتى الوكالات الإذاعية هذه المبادرة وحثت المحطات الإذاعية في الدول المتقدمة على مساعدة المحطات في البلدان النامية[2].

وبررت اليونسكو أن الاحتفال بيوم عالمي للإذاعة سيؤدي إلى زيادة الوعي لدى الجمهور ووسائل الإعلام بأهمية الإذاعة وإلى تعزيز إقامة الشبكات والتعاون الدولي بين المسئولين عن البث الإذاعي.

ولكن المتأمل يرى أن هذا القرار يأتي إنقاذا للإذاعة في وقت تستحوذ فيه بقية وسائل الإعلام الأخرى –التقليدية والحديثة- على جمهور الإذاعة يوما بعد آخر.

وهنا أستطيع أن أحدد مشكلة البحث في **تحديد تحديات الكتابة الإذاعية في ظل تطورات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والكشف عن مسئولية الكاتب الإذاعي لمواكبة تلك التطورات ومواجهة تلك التحديات لانتاج نصوص ومواد إذاعية تمكنه من الحفاظ على جمهوره من المستمعين في عصر تتدفق فيه المعلومات إلى ذلك الجمهور من كل حدب وصوب.**

أهمية البحث:

مما لا شك فيه أن أهمية هذا البحث تنبع من أهمية النص الإذاعي الذي يعتبر أساساً لعملية الانتاج الفني والفكري للبرامج والمسلسلات الإذاعية. وإذا ما تبينا أهمية العناية بتلك العملية الذهنية والفكرية، فإنه لا بد من التأكيد على أن الكاتب للإذاعة هو منتج النص ومصدره. وهنا نستطيع أن نشير إلى أن أهمية هذا البحث تكمن في الاهتمام بالكاتب للإذاعة والكشف عن التحديات التي تواجهه وكيفية تجاوز تلك التحديات.

أهداف البحث:

يسعى هذا البحث إلى تحقيق الهدفين التاليين:

1- تحديد التحديات التي تواجه الكاتب الإذاعي في ظل تطورات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ووضع تصور لكيفية مواجهة تلك التحديات.

2- تسليط الضوء على المسئولية الكبيرة التي تقع على عاتق الكاتب الإذاعي في الحفاظ على الجمهور من المستمعين في ظل التنافس الكبير مع وسائل الإعلام التقليدية والحديثة.

تساؤلات البحث:

يمكن اختزال تساؤلات هذا البحث في سؤالين رئيسيين هما:

1- ما هي التحديات التي تواجه الكاتب الإذاعي في ظل تطورات تكنولوجيات الاتصال والمعلومات؟

2- كيف يستطيع الكاتب الإذاعي مواجهة تلك التحديات؟

وتتفرع من السؤالين السابقين الأسئلة التالية:

1- ما مدى تأثير تتعدد أنماط الاستماع إلى الإذاعة على الكتابة للإذاعة؟
2- ما هي انعكاسات المنافسة بين الإذاعة والقنوات الفضائية على الكتابة للإذاعة؟
3- كيف يمكن استغلال تعدد وتنوع مصادر المعلومات الحديثة في بناء نصوص إذاعية قادرة على جذب الجهور؟
4- كيف يستطيع الكاتب الإذاعي توظيف وسائل التواصل الحديثة في تفعيل مشاركة جمهور الإذاعة؟
5- كيف يستطيع الكاتب الإذاعي التجديد والتحديث في القوالب الفنية لإنتاج النصوص الإذاعية في ظل المنافسة الشديدة التي تشهدها الإذاعة؟
6- كيف يمكن للكاتب الإذاعي توظيف شبكة الانترنت في عرض مادته الإذاعية؟

الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات السابقة التي تناولت الإذاعات من محاور مختلفة، وأستعرض هنا موجزاً لبعض الدراسات السابقة التي تم التوصل إليها بقصد الافادة منها وهي[3]:

- **دراسة سعود صالح كاتب (2012م)** حول تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الإذاعات التقليدية وذلك في ظل انتشار إذاعات الإنترنت والتطورات التكنولوجية المتلاحقة وقد اعتمد البحث على منهج المسح الإعلامي على عينة بلغت 525 مبحوثاً من سكان مدينة جدة. وخلص البحث إلى أنه بالرغم من أن إذاعات الراديو التقليدية لا زالت تحظى بشعبية معقولة حتى الآن إلا أن مستقبل تلك الإذاعات أصبح أقل وضوحاً عما كان عليه[4].
- **دراسة عبد العالي زراقي وآخرون (2012م)** حول دور الإذاعات المحلية والإقليمية في التوعية بقضايا ومشكلات المجتمع المحلي في الجزائر والسودان ومصر، وقد تم طرق هذا الموضوع من خلال دراسات ثلاث

ركزت على عرض تجارب ميدانية في كل من الجزائر والسودان ومصر، وقد أجريت تلك الدراسات على عينات من مستمعي الإذاعات المحلية والإقليمية تتوزع على شرائح اجتماعية مختلفة في البلدان المعنية بالدراسة على نحو جعل نتائج هذا البحث المتوصل إليها معبرة عن الانشغالات الراهنة للمواطن العربي[5].

- **دراسة علي عقله نجادات ومحمد نايف شــطناوي (2012م)** والتي تهدف إلى التعرف على أداء إذاعات الأمم المتحدة - ممثلة بإذاعة مرايا العاملة في دولة جنوب السودان – من حيث دورها في تعميم وانتشار مفاهيم ثقافتيّ السلام والتنمية, ومعرفة ما إذا كانت هذه الإذاعة تسهم في نشر الوعي المعرفي بهذه المفاهيم لدى الأفراد, من خلال رصد وتحليل خصائص المضمون الإعلامي المتعلق بتلك المفاهيم, إضافة إلى التعرف على آثار هذه المضامين ونتائجها على جمهور الإذاعة .وتصنف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية, وقد استخدم الباحثان منهج المسح, حيث قاما بتحليل مضمون البرامج التي تعنى بنشر ثقافتيّ السلام والتنمية عبر إذاعة مرايا, إضافة إلى توزيعه استبانة على جمهور إذاعة مرايا في دولة جنوب السودان لمعرفة مدى تأثُره بالرسائل التي تبثها هذه الإذاعة.وكشفت الدراسة أن موضوعات السلام جاءت في المرتبة الأولى بين الموضوعات التي تم بثها عبر البرامج -عينة الدراسة- بنسبة بلغت (38.5%). وأظهرت الدراسة أن الغالبية العظمى من المبحوثين في دولة جنوب السودان يستمعون إلى إذاعة مرايا، وبما نسبته (87.8 %)، لأنها تلبي كثيرا من رغباتهم في التعرف على الموضوعات المتعلقة بالسلام والتنمية. وأوضحت الدراسة كذلك أن ما نسبته (90.3%) من الجمهور –عينة الدراسة – يثقون بدرجة مرتفعة بإذاعة مرايا كأحد وسائل الإعلام التي يحصلون من خلالها على معلومات عن التنمية والسلام[6].
- **دراسة لبنى لطيف (2012م)** حول دور إذاعة بسكرة في تنمية المجتمع المحلي, وحاولت الباحثة في دراستها الكشف عن الأدوار التي تؤديها إذاعة بسكرة كوسيلة وأداة من أدوات التنمية الشاملة ومدى فاعليتها من خلال

تحليل مضمون مجموع البرامج الإذاعية التي قدمتها الإذاعة على مدار فترتي ارسالها الصباحية والمسائية ابتداءً من الساعة 6:40 صباحاً وإلى غاية 20:00 مساءً, وذلك خلال دورة (يناير – فبراير – مارس) من العام 2011م. كما سعت الدراسة إلى التعرف على خصائص جمهور الإذاعة من حيث عادات وأنماط استماعه لبرامج إذاعية محلية وتفضيلاته, وكذلك أرائه واقتراحاته, وذلك من خلال دراسة ميدانية على 300 مبحوث من مستمعي إذاعة بسكرة. وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة الاستماع إلى برامج إذاعة بسكرة هي قليلة على اعتبار أن المستمعين لا يتعرضون إلى يومياً وإنما من وقت لآخر[7].

- **دراسة نوال رضا (2012م)** والتي سعت إلى التعرف على مستوى الخدمة التفاعلية المقدمة عبر إذاعة جيجل بالتركيز على أنماط الوسائط الرقمية المتبناة خلال إخراج البرامج الإذاعية ذات الطبيعة التشاركية والحوارية. وأجرت الباحثة دراستها على عينة بلغت 24 مبحوثاً من العاملين في إذاعة جيجل خلال الموسم العادي من الشبكة البرامجية للعام 2011-2012 من القائمين على إعداد وتقديم وإخراج البرامج التفاعلية بها. وخلصت الدراسة إلى أن الخدمة التفاعلية عبر إذاعة جيجل لا تتجاوز المستوى التقليدي حيث يحرص القائمون خلال إخراج برمجها التشاركية على تبني أبسط الوسائط التفاعلية وفي مقدمتها الهاتف الثابت كشكل إخراجي رغم كونها إذاعة مرقمنة بشكل تام[8].
- **دراسة Dhanraj Patil (2010):**أجرى الباحث دراسة ميدانية, بهدف التعرف على دور الإذاعة المجتمعية في تنمية المناطق الفقيرة, استخدم فيها منهج المسح الميداني من بداية شباط حتى نيسان 2001م, في خمس مقاطعات في الهند، حيث تم تقسيم المستمعين إلى مجموعات عدة, حيث تستمع هذه المجموعات إلى هذه الإذاعة مرتين في الاسبوع لمدة نصف ساعة, ثم يتم جمعهم في حلقة نقاش بعضهم مع بعض لحوالي نصف ساعة, لمناقشة المواضيع التي استمعوا اليها.وأظهرت النتائج أن الإذاعة المحلية قد عملت بشكل نوعي على ايجاد إسهام فعلي في تبادل الأفكار في

المناطق الفقيرة, إضافة إلى استجابة نوعية وإيجابية من خلال الاستماع لهذه الإذاعة, حيث أشارت إلى أن الإذاعة أحدثت عديداً من التغيرات الاساسية في المجتمعات الفقيرة. كما أشارت الدراسة إلى إمكانية الترويج للقضايا التنموية, والتوعية من أجل الحفاظ على التنوع الثقافي لهذه المجتمعات, من خلال إشراك الأفراد في برامج الإذاعة التنموية لتحسين مستوياتهم الثقافية[9].

- **دراسة Sonal Gandhi وآخرون (2009م):** تناولت هذه الدراسة التحديات التي تواجه الإذاعات التقليدية بسبب التطورات التكنولوجية المتلاحقة وتعدد أنماط الاستماع وتنوع مصادرها وخلصت الدراسة إلى أنه بالرغم من توظيف الإذاعات التقليدية للوسائل التكنولوجية الحديثة كتطبيقات الهواتف الجوالة واستغلال شبكة الانترنت, إلا أن الصورة ما تزال قاتمة أمام مستقبل الإذاعات التقليدية. كما خلصت الدراسة إلى أن نسبة الأشخاص البالغين في الولايات المتحدة الأمريكية الذين يستخدمون البث الصوتي المتدفق على أجهزة الحاسب الخاص بهم يبلغ 23% وهي نسبة لم تشهد نمواً أكثر من ذلك لعدة سنوات مضت[10].
- **دراسة حنان أحمد رشي (2008م)** حول دور الإذاعات السعودية المسموعة والمرئية في نشر الثقافة الإسلامية، بالتطبيق على عينة من قادة الرأي بلغت 30 مفردة متفرقة بين القيادات والصفوة في حقل الإعلام وفي غيره من ميادين العمل في المملكة العربية السعودية. وبينت نتائج الدراسة أن (24) مبحوثاً من أفراد العينة يتابعون محطة راديو سعودية أو أكثر. كما أوضحت النتائج أن "إذاعة البرنامج العام" من الرياض و"إذاعة القرآن الكريم" حصلتا على المركز الأول بالتساوي من حيث المتابعة[11].
- **دراسة Marko Ala Forssi وآخرون (2008م):** حول مستقبل الإذاعة, وقام الباحثون بإجراء دراسة ميدانية على 43 مبحوثاً في مراكز قيادية في صناعة الراديو في كل من كندا وأربع دول أوربية للتعرف على آرائهم حول مستقبل الإذاعة التقليدية والوسائل التكنولوجية الجديدة التي تستخدمها الإذاعات في بثها, وترى هذه الدراسة أن مستقبل الإذاعة اليوم أضحى أقل

وضوحاً عما كان عليه من ذي قبل, وقدم الباحثون في دراستهم هذه تصوراً لعدد من السيناريوهات المستقبلية للوسائل الإذاعية[12].

- **دراسة خالد زعموم والسعيد بومعيزة (2007م)** والتي هدفت إلى إبراز الدور الوظيفي للتفاعلية الإذاعية بشقيها التقليدي والتقني في تطوير سبل التواصل مع المتلقي وتحقيق رغباته. وقد توصلت هذه الدراسة إلى نتيجة أساسية مفادها أن الإذاعات العربية تفتقر إلى استخدام مختلف التقنيات المتعلقة بالتفاعلية, وأكدت الدراسة على الحاجة الماسة إلى مختلف التقنيات والسبل المستخدمة في مجال التفاعلية بهدف تحقيق مشاركة وتواصل فعال مع جمهورها[13].
- **دراسة عزة عبد العظيم محمد (2003م)** وقد سعت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى الوقوف على علاقة كبار السن بإذاعة الكبار المتخصصة ومدى معرفتهم بها ومتابعتهم لبرامجها، وأجرت الباحثة دراستها على عينة بلغت 171 من كبار السن الذين يسكنون مدينة القاهرة الكبرى، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن كبار السن –عينة الدراسة- في معظمهم يميلون أن يكونوا متوسطي الاستماع إلى الراديو، وقد احتلت إذاعة القرآن الكريم المرتبة الأولى كأفضل المحطات الإذاعية لدى كبار السن محل الدراسة (24.65%) يليها البرنامج العام ثم الإذاعة البريطانية[14].
- **دراسة Mary Jackson Pitts (2001م)** والتي سعت إلى معرفة مدى استخدام طلبة الجامعة للراديو والوقت الذي يستمعون فيه للراديو والأسباب التي تدفعهم للاستماع، وقد أجرت الباحثة دراستها على عينة قوامها 30 مبحوثاً من طلبة قسم الاتصال الجماهيري بجامعة Mid-South University الأمريكية. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها أن عينة الدراسة يستخدمون الراديو للاستماع إلى الموسيقى، وأكدت الدراسة أن (96.7%) من عينة الدراسة يستمعون إلى الراديو للتسلية، في حين أن (83.3%) منهم يستمعون للراديو لتمضية الوقت، وجاء دافع (الاسترخاء) لدى (80%) من عينة الدراسة[15].

- **دراسة فريال مهنا (1998م)** حول الإذاعة والتنمية الاجتماعية في سوريا وقد شمل مجتمع الدراسة جميع المحافظات السورية وقدر حجم العينة بـ (1502) مبحوثاً وأظهرت نتائج هذه الدراسة أن الأغلبية الساحقة للجمهور الإذاعي السوري تجد في برامج الأسرة والبرامج الصحية مرتعاً طبيعياً لتلقي الفكر التنموي، كما عبر الجمهور السوري عن عدم رغبته في الاستماع الى البرامج النقابية والمنظماتية في حين أن الإذاعة السورية مستمرة في بث هذه البرامج بذات المضامين والأساليب[16].

ومما تجدر الإشارة إليه عدم تركيز الدراسات السابقة على الكتابة للإذاعة والتحديات التي تواجه الكاتب الإذاعي الذي يعتبر حجر الأساس لنجاح أي مادة إذاعية برنامجاً كان أو تمثيلية أو غير ذلك من المواد الإذاعية، وهذا ما حدا بي للبحث في هذا الموضوع.

منهج البحث وأدواته:

تُعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تستهدف تقويم وتحليل خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، وتصنيف البيانات وتحليلها تحليلاً شاملاً واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها[17].

وتعتمد الدراسة على **منهج المسح الإعلامي** وهو من أبرز المناهج التي تعتمد عليها الدراسات الوصفية، وهو جهد علمي منظم يهدف إلى الحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظاهرات موضوع البحث، ولفترة زمنية كافية للدراسة[18].

أدوات جمع البيانات:

في إطار منهج المسح الإعلامي فقد اعتمد الباحث في جمع بياناته على المقابلة وكان نوع المقابلة مجموعات النقاش المركزة. حيث تعتمد المجموعات بشكل أساسي على التفاعل بين أفراد المجموعة حول موضوعات يحددها الباحث الذي يأخذ دور المنسق. ويُعد السبب الرئيسي في استضافة الناس في مجموعات هو الاستفادة من تأثير الجماعة، حيث إن التفاعل الذي يحدث بين

أفراد الجماعة ينتج بيانات ورؤى لن تصدر دون وجود ذلك التفاعل بين أفراد المجموعة[19].

وهذه الأداة توفر معلومات كيفية أكثر منها كمية, فالتركيز هنا ليس على كبر حجم العينة بقدر الاهتمام بتوفر الكثير من التفاصيل لإثراء الدراسة عند الإجابة عن الأسئلة المتعلقة بالتحديات الكتابة الإذاعية في ظل تطورات تكنولوجيات الاتصال والمعلومات, وكيفية مواجهة تلك التحديات.

وقد قام الباحث بإعداد دليل لإدارة النقاش متضمناً المحاور الرئيسية واختيار عينة المشاركين وتحديد عدد المجموعات, وتم عرض ذلك الدليل على مجموعة من الأكاديميين والخبراء[20]. وقد أخذ الباحث بما أجمعوا عليه من الملاحظات العلمية التي ساعدت على تقويم ذلك الدليل.

وعليه فقد تم تنفيذ النقاش في أربع جلسات ضمت كل جلسة عشرة طلاب, وتركزت محاور النقاش حول "التحديات التي تواجه الكتابة الإذاعية وكيفية مواجهتها", ودارت تلك المحاور حول:

1- مدى تعدد أنماط الاستماع إلى الإذاعة وتأثير ذلك على الكتابة للإذاعة.
2- المنافسة بين الإذاعة والقنوات الفضائية وانعكاس ذلك على الكتابة للإذاعة.
3- امكانية استغلال تعدد وتنوع مصادر المعلومات الحديثة في بناء نصوص إذاعية قادرة على جذب الجهور.
4- توظيف وسائل التواصل الحديثة في تفعيل مشاركة جمهور الإذاعة.
5- التجديد والتحديث في القوالب الفنية لإنتاج النصوص الإذاعية في ظل المنافسة الشديدة التي تشهدها الإذاعة.

مجتمع البحث:

أجرى الباحث دراسته الميدانية على طلاب المستوى الثالث بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الفنون بجامعة الحديدة باليمن وعددهم أربعون طالبا وطالبة وذلك بتاريخ 2013/12/29م، وقد تم اختيار عينة الدراسة من المستوى الثالث في نهاية الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي 2013-2014م بمبرر كون الطلاب قد أتموا دراسة مقرري الإخراج الإذاعي وكتابة البرامج الإذاعية، مما يعني اكتساب الطلاب مهارتي كتابة البرامج الإذاعية وإخراجها.

الإطار النظري للبحث:

الإذاعة .. من العصر الذهبي إلى المنافسة:

تواجه الإذاعة تحديات كبيرة في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية وأكبر تحد أمام الإذاعات هو انجذاب جمهورها نحو وسائل الإعلام الجديدة ومع ذلك لم تقف الإذاعة مكتوفة الأيدي بل استغلت ذلك التطور لاقتناص المستمع والتفاعل معه بشكل أكثر ابتكارية وجودة, فانتقلت الإذاعات من الموجات القصيرة الى موجات الـ(FM) ثم الى الراديو الرقمي والتحول من البث العادي الى البث الرقمي ثم الراديو على شبكة الانترنت واستخدام الالياف الضوئية بحيث تستخدم في البث الفوري للمستمع دون انتظار مواعيد البرامج[21].

ولقد استطاعت الإذاعة منذ البث الأول قبل ما يزيد عن مائة عام أن تكون مصدر معلومات قوية لتعبئة التغيير الاجتماعي ونقطة مركزية لحياة المجتمع. ومن بين وسائل الإعلام التي تصل إلى الجمهور على أوسع نطاق في العالم.

وقد أطلق م. دي فلور وَ س. بال روكاخ في كتابهما نظريات الاعلام على ثلاثينات وأربعينات القرن الماضي العصر الذهبي للراديو[22]. ومنذ ظهور التلفزيون فقد اشتعلت ثورة جديدة في بنيات الاتصال الجماهيري، وحققت تفوقاً نوعياً على وسائل الاعلام المطبوعة والمسموعة، عبر دمج لم يسبق له مثيل بين الصوت والحركة واللون والأبعاد داخل شاشة صغيرة يسهل تواجدها في كل مكان[23].

ويبدو أن الراديو استطاع أن يجد صيغة عملية فهو يسلي مستمعيه خلال الفترات التي لا تكون مشاهدة التليفزيون ملائمة حيث يستمع المستمعون له أثناء استيقاظهم صباحاً وأثناء عملهم وأثناء السياقة واللعب وما إلى ذلك[24].

غير أن التطور الذي شهدته تقنيات الاتصال الفضائي في السنوات الماضية أتاح للتلفزة إمكانية سلب الإذاعة بعض أهم عناصر تفوقها المتمثلة في لا محدودية الانتشار والآنية والبث المستمر، فقد استطاعت هذه التلفزة أن تتغلب على معضلات تقنيات البث مستخدمة الفضاء، مما حقق لها الآنية والانتشار غير المحدود الذين أسهما بدورهما في جعلها شاشة لا تنام[25].

وقد يرى البعض في شبكة الانترنت خصماً تنافسياً عنيداً للقطاع الإذاعي، إلا أن المتأمل يكتشف –وبسرعة-أن هذه الشبكة قد أتاحت فرصاً واسعة لمستمعي الراديو، فقد أشارت دراسات عديدة إلى أن نسبة كبيرة يستخدمون الانترنت ويستمعون للراديو عبر الانترنت. بل إن محطات الإذاعة تقوم الآن بالترويج لبرامجها عبر الانترنت، وهي تستطيع الآن الوصول إلى أبعد نقطة في العالم متخطية مشكلات البث الهندسي العادي[26].

وتجدر الإشارة هنا إلى التحولات في الإذاعة وصناعة الراديو والتي تمثلت فيما يلي:[27]

1- الراديو الرقمي:

هناك العديد من التقنيات الموجودة فعلاً للإذاعة الرقمية لأي محطة أرضية، والتكنولوجيا المفضلة الآن تسمى (IBOC) (In band –on-Channel) وهي التي تسمح بضغط كل من إشارات الأنالوج والإشارات الرقمية وبالتالي تسمح للمحطات بالإذاعة بالنظامين بدون الحاجة إلى مدارات وموجات جديدة، والأهم ألا تخسر المحطات مستمعيها. وقد بدأ البث بهذا النظام في أواخر 2002م.

2- راديو الشبكة:

إن الاتجاه والتحول إلى الاندماج والاستخدام للنظام الرقمي في الإذاعة أدى إلى ظهور وانتشار سريع وعميق لما يعرف براديو الشبكة والذي يعني توصيل خدمة الراديو للمستمعين عبر الشبكة الدولية Internet، والمعروف تبعاً

لإحصائيات عام 2005م أن هناك 15 مليون مستمع أمريكي لمختلف المحطات على راديو الشبكة.

وراديو الشبكة يذيع نفس البرامج التي تبث على الراديو التقليدي، ولكن مع إضافة بعض المعلومات التي يمكن للمستمع قراءتها أو إعادة الاستماع إليها. وهناك أيضاً نوع آخر من المحطات خاصة وحصرية بالشبكة ولا تعيد إذاعة ما تبثه محطات الإذاعة التقليدية وتسمى Web-only Radio.

- **الكتابة للإذاعة:**

الكتابة هي أساس العمل الإعلامي، وتدخل في كل عناصره وأدواته ووسائله، مثل المقال الصحفي، والحوار الصحفي، والخبر، والتحقيق، والتقرير، وكذلك الكتابة الإذاعية بشتى أنواع وقوالب البرامج الإذاعية، والكتابة التلفزيونية بشتى أنواع وقوالب البرامج التلفزيونية، والفن الدرامي بشتى قوالبه وتجلياته المسرحية والسينمائية والإذاعية والتلفزيونية. ولكل نوع من أنواع الكتابة تقنياته الخاصة، وقواعده المحددة، وعناصره الفنية، التي تميزه عن غيره من فنون الكتابة الأخرى.

وحديثي في هذا البحث عن الكتابة للإذاعة والتي تستهدف -بالدرجة الأولى-نقل الأفكار والآراء والمعلومات وإيصالها إلى المتلقي بأقصى قدر من اليسر والسهولة والسرعة والجاذبية والتشويق والإقناع[28].

فالراديو كما هو معلوم يعتمد على الصوت في انجاز الرسالة الإعلامية مهما كان نوعها. وعليه فإن التعامل مع المفردات والكلمات والجمل يحتاج إلى أسلوب راق في الصياغة كي تسهل عملية خلق الصورة الذهنية لدى المستمع[29].

والكتابة للإذاعة تختلف عن الكتابة للوسائل الإعلامية الأخرى، لأن الكتابة للإذاعة تتعامل مع حاسة السمع فقط، وقد وصفت بأنها تشبه نظم كلمات الأغاني. فنظم الأغاني وكتابة النصوص الإذاعية ينطويان على وضع اللغة في قالب بصري منظور للتواصل بشكل شفاهي (سواء بالغناء أو الحديث). ولذا ينبغي أن تكون الكتابة موجزة والجمل بسيطةومؤثرة[30].

ويشير الدكتور وليد الحديثي إلى أن الكتابة للراديو هي قدرة تأثير النص بالجمهور المستهدف ومدى سلامة الهدف الذي كتب من أجله[31]. فالكتابة المؤثرة

هي رحلة ذات هدف، ولا بد لها من تخطيط وعمل ذهني يحدد مراحلها، ويصل بها إلى غاياتها.

وكل ما أشرت إليه يقيد الكاتب الإذاعي بجملة من الشروط لصناعة كتابة مؤثرة ومن هذه الشروط:

1- **الاختيار المناسب لفكرة الموضوع**:ويجب أن تكون الفكرة التي يختارها الكاتب الإذاعي واضحة وتحظى باهتمام جمهور المستمعين حتى يتمكن الكاتب من جذبهم للاستماع إليه، كما يشترط في الفكرة أن تكون متفقة مع خبرة الكاتب، وملائمة للبيئة المحيطة بجمهور المستمعين.
2- **التحديد الواضح للأهداف**: فينبغي على الكاتب أن يحدد هدفه من اختيار فكرة الموضوع الذي سيتناوله تحديدا واضحاً بحيث يستطيع أن يجذب إليه جمهور المستمعين، كما يجب عليه أن يوظف جميع أدواته لخدمة تلك الأهداف التي يسعى إلى تقديمها لجمهوره بأسلوب ممتع وجذاب.
3- **المعرفة التامة بجمهوره**: فعلى الكاتب الإذاعي أن يحدد لمن يكتب, وأن يحدد طبيعة وخصائص جمهوره فيختار اللغة التي تتناسب ومستوى الجمهور المخاطب. ويوصي القائمين على البرنامج باختيار وقت الإذاعة المناسب.
4- **استقاء مادته الإذاعية من مصادرها المتعددة**: فكلما كان الكاتب الإذاعي حريصاً على مصادر معلوماته كلما كان قادرا على صياغة نصوص محكمة ومؤثرة.
5- **انتقاء الطريقة المثلى للكتابة**: مثل زاوية المعالجة، وتحديد قالب البناء الفني، والصياغة الأسلوبية والتحريرية، ثم المراجعة والتقويم.

- **نتائج البحث:**

بعد النقاشات المركزة التي عقدتها مع طلاب المستوى الثالث بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الفنون الجميلة بجامعة الحديدة حول التحديات التي تواجه الكاتب الإذاعي في ظل تطور تكنولوجيات الاتصال والمعلوماتية توصلنا إلى

بلورة التحديات التي تواجه الكاتب الإذاعي وكيفية مواجهتها, ويمكن بيان ذلك فيما يلي:

1- جمهور المستمعين .. تعدد أنماط الاستماع:

تتعدد انماط الاستماع للإذاعة فهناك من يستمع إلى الإذاعة عبر الانترنت وهناك من يستمع إليها عبر أجهزة التلفون المحمول, وآخرون يستمعون إليها من خلال اجهزة الاستقبال التليفزيونية الفضائية.

وقلة هم من يستمعون للإذاعة بالطريقة التقليدية, فقد أكدت دراسة للباحث عوض هاشم أن نسبة من يستمعون للإذاعة بالطريقة التقليدية حوالي 5% فقط من عينة بحثه[32].

وهذا يمثل تحدياً كبيراً بات يواجه الكاتب الإذاعي للوصول إلى جمهور ذي أنماط متعددة في وسائل استماعه للإذاعة. فاستهداف الكاتب لمستمع متفرغ للاستماع يختلف تماما عن توجيه الكاتب لرسالته إلى مستمع أثناء تصفحه للإنترنت مثلاً، كما أن المستمع للمادة الإذاعية أثناء قيادته للسيارة يختلف عن المستمعات ربات البيوت اللائي يتخذن من الراديو رفيقاً لهن في المطابخ. الأمر الذي يملي على الكاتب الإذاعي أن يتفنن في صياغة نصوصه الاذاعية ببراعة, وأن يكتب نصوصه بجمل تتناسب وجميع حالات الاستماع.

وبتعبير آخر على الكاتب الإذاعي أن يلتزم بقاعدة "الحكي" بمعنى عندما يكتب للإذاعة عليه أن يتخيل أنه يحكي لصديق له حكاية ما، وعليه أن يجذب انتباه صديقه من الجملة الأولى.

2- القنوات الفضائية العربية والأجنبية .. الخصم الأقوى:

يمكننا القول بأن العدد الهائل من القنوات الفضائية –عربية كانت أو أجنبية- تعتبر عقبة كأداء أمام الكتاب الإذاعيين نظراً لشيوع ثقافة الصورة لدى كثير من جمهور وسائل الإعلام.

وتعتبر القنوات الفضائية (القوة العظمى) التي تقف أمام الكاتب الإذاعي وعلى الكاتب للإذاعة مواجهة هذا التحدي واستقطاب جمهوره من خلال:

أ- أن يكتب لجمهوره من المستمعين كما لو أنه يكتب للتليفزيون, بمعنى تطبيق قاعدة (الصورة أساس النص).

ب- استغلال بعض القنوات الفضائية ذائعة الصيت للإعلان عبرها عن البرامج الإذاعية.

ج- انتاج برامج مشتركة بين الإذاعات والقنوات الفضائية الأكثر مشاهدة من قبل الجماهير. (فإذاعة البي بي سي قد وظفت ذلك كما في برنامج نقطة حوار الذي يبث مباشرة من خلال إذاعة البي بي سي وقناة البي بي سي الفضائية).

3- مصادر المعلومات ... متعددة ومتطوره:

يعتمد نجاح الكاتب الإذاعي في مقدار الجهد الذي يبذله في جمع البيانات والمعلومات التي تتصل بالموضوعات والقضايا والشخصيات التي يكتب عنها في برنامجه.

وتتعدد مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الكاتب, فهناك الجرائد والمجلات والكتب والدوريات العلمية والتقارير الرسمية والبحوث والرسائل العلمية ونشرات المؤسسات والجمعيات.

وكثير من تلك المصادر أضحت اليوم متوافرة على شبكة الانترنت, وكثير من المؤسسات توفر معلوماتها على أقراص مدمجة, وهذا ما يوجب على الكتاب الإذاعيين ضرورة معرفة تلك التقنيات والتعامل معها حتى يتمكنوا من استغلالها في جمع البيانات والمعلومات عن الموضوعات والقضايا أو الشخصيات التي يكتبون عنها.

ويستطيع الكاتب الإذاعي التغلب على هذا التحدي بتطوير نفسه بالالتحاق بدورات تدريبية في المعاهد الأكاديمية والكليات المتخصصة في مجال الحاسب الآلي بحيث يستطيع التعامل مع مصادر المعلومات بكل ثقة واتقان.

4- شبكة الانترنت .. الخصم والصديق :

أثبتت الدراسات اقبال الشباب على تصفح مواقع الانترنت بصورة كبيرة جدا مما يجعل الانترنت خصماً عنيداً للإذاعات, وكما أشرت سابقاً في

بحثي هذا أن شبكة الانترنت قد أتاحت فرصة لجمهور الإذاعة للاستماع إليها من خلال مواقع تلك الإذاعات التي تخطت مشكلات البث العادي.

ويستطيع الكاتب للإذاعة استثمار المواقع الخاصة بالإذاعات لتحميل مادته الإذاعية مكتوبة ومصحوبة بالصور التوضيحية. كما يستطيع رفع مواد فيلمية على تلك المواقع.

ويبقى أمام الكاتب الإذاعي أنه يخاطب جمهورا متصفحا للإنترنت أثناء استماعه, فينبغي على الكاتب أن يستهوي المستمع المتصفح بمادته التي يقدمها له عبر موقع إذاعته.

5- المشاركة الجماهيرية ... تفاعل من خلال وسائل متعددة :

لا بد أن يأخذ الكاتب بنظر الاعتبار أن برامج البث المباشر لم تعد تقليدية, بل تتحقق فيها التفاعلية الآنية واللحظية, وتيسرت أمام المستمعين وسائل المشاركة الجماهيرية في ذلك النوع من البرامج من خلال رسائل الهواتف المحمولة, وعبر شبكة الانترنت على مواقع الإذاعات, واستثمار ايميلات الكتاب لتزويدهم بما يحتاجه الجمهور, اضافة إلى صفحات البرامج على شبكات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وغيره.

وأشار جون كلير -في كتابه كيف تتعامل مع وسائل الإعلام؟- إلى ضرورة توخي الحذر جيداً, فقد تؤدي البرامج التي تعتمد على تلقي الاتصالات التليفونية من المستمعين إلى عديد من المشكلات الضخمة التي يصعب التغلب عليها, وضرب جون مثلا بما حدث مع رئيسة وزراء بريطانيا السابقة فقد كانت أسوء مرة ظهرت فيها خلال مدة حكمها التي امتدت إلى أحد عشر عاماً حينما تمت استضافتها بأحد البرامج التي تتخللها اتصالات تليفونية, حيث أظهر أحد المشاركين من خلال تلك الاتصالات التليفونية معرفته قدرا أكبر من التفاصيل حول ما كان يحدث خلال الصراع الذي وقع بمنطقة فوكلاند. وقد أشيع أنها قد أصيبت بخيبة أمل كبيرة دفعتها لعدم المشاركة مرة أخرى بتلك البرامج[33].

وتضاف هذه العقبة إلى التحديات التي تواجه الكاتب الإذاعي حيث أنه سيتعامل الكاتب مع جمهور أكثر تفاعلاً, مما يوجب على الكاتب وضع خطة

النص (الاسكربت Script) بأسلوب محكم حتى لا تتحول الحلقة إلى ثرثرة لا طائل من ورائها. وحتى لا يساق موضوع البرنامج لغير ما كتب له.

6- القوالب الإذاعية البرامجية ... بين التقليدية والابداع :

تتعدد القوالب البرامجية الإذاعية فنجد التحقيقات والبرامج الحوارية والتقارير الاخبارية والمسلسلات الدرامية وحتى المجلات المنوعة والمتخصصة والبرامج الوثائقية وغيرها من القوالب التي يعتمد عليها الكاتب للإذاعة في تقديم مادته لجمهوره من المستمعين.

ولقد شهدت تلك الأشكال والقوالب الفنية تطوراً ملحوظاً لتتجاوب مع متغيرات العصر, حيث أصبحت أسرع في الايقاع, كما شهدت تنوعاً ملحوظاً وبرزت أشكال وقوالب إذاعية جديدة تلائم واقع التطور الذي تشهده وسائل الإعلام عموماً[34].

وتقع مسئولية الكاتب الإذاعي في ضرورة مواكبة كل جديد من تلك الأشكال والقوالب الفنية حتى يتمكن من تصدير مادته الإعلامية إلى جمهوره من المستمعين بما يلبي رغباتهم ويحقق الهدف من تلك المادة.

- **التوصيات:**

من خلال ما توصلت إليه الدراسة من نتائج فإن الباحث يوصي بما يلي:

1- وضع معايير خاصة لقبول الكُتَّاب في الإذاعات بعيداً عن الوساطة والمحسوبية.

2- عقد دورات تدريبة للكتاب الإذاعيين في المعاهد والكليات والأكاديميات المتخصصة في مجال الكتابة للإذاعة وذلك لتنمية قدراتهم وصقل مهاراتهم مما يمكنهم من تطوير برامجهم الإذاعية بما يمكنهم من الحفاظ على جمهورهم.

3- تبني دورات تدريبة للكتاب الإذاعيين في المعاهد والكليات والأكاديميات المتخصصة في مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة حتى يتمكنوا من استثمار تلك التكنولوجيا في جمع المعلومات عن الموضوعات والقضايا

والشخصيات التي يكتبوا عنها, كما تمكنهم تلك التكنولوجيا من التفاعل مع جمهورهم وضيوف برامجهم.

4- طرق المواضيع والقضايا التي تهم جمهور المستمعين وتلبي رغباتهم واحتياجاتهم, وذلك من خلال معايشة المشكلات التي يعيشها جمهور المستمعين. وطرح تلك المواضيع والقضايا بأسلوب شيق وجذاب.

5- التعاون بين جميع الكتاب الاذاعيين على المستويين المحلي والعربي والعالمي والتواصل فيما بينهم بكافة وسائل الاتصال الحديثة, لتبادل الخبرات والحصول والوصول إلى كل ما هو جديد في مجال الكتابة الإذاعية.

6- التركيز على "التخصص" بمعنى تخصص الكُتَّاب, فيصنف الكُتَّاب إلى كُتَّاب للرياضة وكُتَّاب للأخبار والتقارير وكُتَّاب للمسلسلات والتمثيليات الإذاعية وكُتَّاب للتحقيقات الإذاعية وكُتَّاب للحوارات الإذاعية وهكذا, حتى يتمكن كل واحد منهم من الابداع في مجال تخصصه

7- دعم كتاب الإذاعة وتشجيعهم على أعمالهم, وإقامة المسابقات لاختيار النصوص الإذاعية المتميزة

- **الخاتــمة:**

تبقى الكتابة للإذاعة فناً ممتعاً يتسم بالسهولة والامتناع في آن واحد. ويستوجب هذا الفن الرعاية والاهتمام من قبل الجهات المختصة والمتخصصة لتنمية مواهب الكُتَّاب الإذاعيين وصقل مهاراتهم بما يمكنهم من مواكبة كل جديد ويفتح أمامهم آفاق الإبداع لاستقطاب جمهور الإذاعة بنصوص بارعة الإعداد محكمة الأداء.

وتتحمل المحطات والمؤسسات الإذاعية مسئولية استثمار تكنولوجيات الاتصال والمعلوماتية وتدريب الكُتَّاب على استغلالها في إعداد وصياغة نصوص تستقطب جمهوراً تتجاذبه كافة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي المتنوعة.

المراجــع

1. منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة, **سجلات المؤتمر العام**, الدورة السادسة والثلاثون, باريس, 25 تشرين الأول/أكتوبر – 10 تشرين الثاني/نوفمبر 2011م, المجلد الأول, القرارات, ص 84
2. http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%85_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A_%D9%84%D9%84%D8%A5%D8%B0%D8%A7%D8%B9%D8%A9
3. تم ترتيب الدراسات السابقة مع مراعاة السياق الزمني, بحيث تم ترتيبها من الأحدث إلى الأقدم, وفي حالة توافق عدة دراسات في نفس العام تم ترتيبها حسب الحروف الأبجدية, أما إذا توافقت دراسات عربية وأخرى أجنبية في نفس العام فتم تقديم الدراسات العربية.
4. سعود صالح كاتب, تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الإذاعات التقليدية, **سلسلة بحوث ودراسات إذاعية وتليفزيونية** (27)(مجلس تعاون دول الخليج العربي, جهاز إذاعة وتليفزيون الخليج, 2012م)
5. عبد العالي زراقي وآخرون, دور الإذاعات المحلية والاقليمية في التوعية بقضايا ومشكلات المجتمع المحلي: الجزائر والسودان ومصر مثالاً, **سلسلة بحوث ودراسات إذاعية** (72)(تونس: جامعة الدول العربية, اتحاد اذاعات الدول العربية, 2012م)
6. علي عقله نجادات ومحمد نايف شـــطناوي, دور إذاعات الأمم المتحدة في نشر ثقافتيّ السلام والتنمية في المناطق النامية (2012م)
7. لبنى لطيف, دور برامج إذاعة بسكرة في تنمية المجتمع المحلي: دراسة تحليلية وميدانية, **رسالة دكتوراه غير منشورة** (جامعة محمد خيضر بسكرة: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية, قسم العلوم الاجتماعية, 2012م)
8. نوال رضا, واقع إخراج البرامج التفاعلية في الإذاعة الرقمية: إذاعة جيجل المحلية –أنموذجاً–, **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة الحاج لخضر –باتنة: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والإسلامية, قسم علوم الإعلام والاتصال, 2012م)
9. Dhanraj Patil, A Voice for the Voiceless: The Role of Community Radio in the Development of the Rural Poor, **International Journal of Rural Studies**, vol. 17. No.1, April 2010.
10. Sonal Gandhi & et al., Will Radio Survive the Media Meltdown? **Forrester Research**, (USA., Noovember 12, 2009)
11. حنان أحمد أشي, "دور الإذاعات السعودية المسموعة والمرئية في نشر الثقافة الإسلامية: دراسة على عينة من قادة الرأي", **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**, العدد الواحد والثلاثون (جامعة القاهرة: كلية الإعلام, يوليه – سبتمبر 2008م)
12. Marko Ala-Fossi & et al., The Future of Radio is still Digital – But Which One?, **Journal of Radio & Audio Media**, vol. 15, Iss. 1, Jan. 2008.

13. خالد زعموم والسعيد بومعيزة, التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها, **سلسلة بحوث ودراسات إذاعية** (61)(تونس: جامعة الدول العربية, اتحاد اذاعات الدول العربية, 2007م)

14. عزة عبد العظيم محمد, "علاقة كبار السن بإذاعة الكبار المتخصصة ", **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**, العدد الواحد والعشرون (جامعة القاهرة: كلية الإعلام, أكتوبر – ديسمبر 2003م)

15. Mary Jackson Pitts, "How Do College Students Use Radio? A Pilot Study", A Paper Presented at the Southern States Communication Associations 2001 Spring Convention at Lexington, Kentucky. Available at:
http://**comm.astate.edu**/~mpitts/Comm_Research/CR_paper_radio.pdf

16. فريال مهنا, "الإذاعة والتنمية الاجتماعية في سوريا", **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**, العدد الرابع (جامعة القاهرة: كلية الإعلام, ديسمبر 1998م) ص 135

17. سمير محمد حسين,**دراسات في مناهج البحث العلمي:بحوث الإعلام**,ط3(القاهرة:عالم الكتب,1999) ص ص131, 132

18. **نفسالمرجع السابق**, ص 147

19. شيماء ذو الفقار زغيب,**مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية** (القاهرة:الدار المصرية اللبنانية,2009م) ص 192

20. السادة المحكمون هم:

1-د. أسامة عبد الحميد محمد أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة كفر الشيخ-مصر

2-د. محمد حامد المقري أستاذ الإذاعة والتليفزيون المساعد بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الفنون بجامعة الحديدة اليمن

3-أ. عبد اللطيف أحمد عبده مخرج بإذاعة الحديدة – اليمن

21. عوض هاشم, أساليب الارتقاء بالبرامج الإذاعية في ظل المتغيرات التكنولوجية الكونية: الإذاعات الخليجية مثالاً, **مجلة الإذاعات العربية**, العدد 4 (جامعة الدول العربية: اتحاد الإذاعات العربية, 2011م) ص59

متوفر على:

http://www.asbu.net/asbutext/pdf/2011_58_004.pdf

22. م. دي فلور وَ س. بال-روكاخ, **نظريات الإعلام**, محمد ناجي الجوهر (ترجمة) (أربد: دار الأمل للنشر والتوزيع, 1994م) ص 128

23. فريال مهنا, **مرجع سابق**, ص 135

24. م. دي فلور وَ س. بال-روكاخ, **نظريات الإعلام**, محمد ناجي الجوهر (ترجمة) (أربد: دار الأمل للنشر والتوزيع, 1994م) ص 133

25. فريال مهنا, **المرجع سابق**, ص 135
26. عوض هاشم, **مرجع سابق**, ص59
27. جيلان حمزة, الراديو والتليفزيون, في كتاب **وسائل الإعلام من المنادي إلى الانترنت**, محمد سيد محمد (اشراف) (القاهرة: دار الفكر العربي, 2009م) ص ص 142 – 143
28. كرم شلبي, **فن الكتابة للراديو والتليفزيون** (جدة: دار الشروق, 1987م) ص 35
29. وليد حسن الحديثي, **فن الإلقاء والتقديم والكتابة للإذاعة والتليفزيون** (القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع, 2007م) ص 85
30. http://iipdigital.usembassy.gov/st/arabic/publication/2012/05/20120502134225x0.9210888.html#axzz2nCAGFIxm
31. وليد حسن الحديثي, **مرجع سابق**, ص 85
32. عوض هاشم, **مرجع سابق**, ص58
33. جون كلير, **كيف تتعامل مع وسائل الإعلام؟**, خالد العامري (ترجمة) (القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع, 2006م) ص 234
34. نسمة أحمد البطريق وَ عادل عبد الغفار, **الكتابة للإذاعة والتليفزيون** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام, 2005م) ص11