

الفصل الثالث

راديو مونت كارلو بين الإدارة والإعلان

الإعلان:

إذا قيل ما هو راديو مونت كارلو؟ فالجواب يكون فوراً بأنها محطة تجارية يشكل الإعلان 70٪ من دخلها، فالإعلان مادة أساسية ورئيسية لهذه المحطة، وحتى تجذب المعلن فلا بدّ من أن يكون إعلامها رائداً وله صفة السبق، فهل الأخبار الحقيقية هي التي تأتي بها المصادر الحكومية الرسمية أم المصادر التجارية المالية؟ بمعنى أنّ هناك نوعين من الإعلام: الإعلام الرسمي الحكومي والإعلام التجاري، فأيهما الأكثر مصداقية؟ بما أنّ الإذاعة التي نحن بصددّها هي إذاعة تجارية، فالإعلام الأصح هنا والأكثر مدعاة للثقة هو الإعلام الذي وراءه المال، لا شيء إلا لأن التجارة تفترض المضاربة والمنافسة في سبيل الأحسن، بينما الإعلام الرسمي هو الاحتكار، فإذا كان الخبر معاداً مكرراً فإنه لا يدر المال - أي لا يجذب معلناً عن أي سلعة لا يدفع ثمناً للهواء من محطة تقول أخباراً مكررة - لذا يقتضي الإعلام التجاري المجدي أن تأتي بالجديد، (وإذا⁽¹⁾)

(1) مصدر سابق جامعة مؤتة د. رواد طربية.

كان ثمة منافسة اضطررنا إلى التثبت من مصادرنا؛ لئلا ينفضح أمرنا، وتكسد بضاعتنا، كما أن المنافسة تضطرنا إلى عدم التعتميم على الخبر، حتى ولو كان الخبر لغير مصلحة المال، وإذن ثمة تناقض أو مفارقة، وبدون التناقض والمفارقة ليس من إعلام حق، أي أن الإعلام رهن المضاربة والمنافسة، وليس الأمر في النهاية وقفًا على الصبغة الحكومية أو التجارية في الإعلام، بل إنه وقف على المنافسة والاحتكار).

هذه هي نظرة ومبدأ المحطة فيما تبثه من أخبار: أن يتخلّص الخبر من أي مذاق توجيهي رسمي فيه شبهة القصد أو الإملاء، إنما تأخذ الخبر من أي مصدر وتبثه ما دام صادقًا، وهي تحرص على ذلك؛ لأن هدفها هو الإعلان، والمعلن لا يذهب ليشتري هواءً، إلا لو كان ما يُذاع حول إعلانه من أخبار ما قبلها وما بعدها صادقة محايدة، وبذلك يضمن أكبر عدد ممكن من المستمعين، إذ المعلن يدفع نقوده وهو على ثقة بأن هناك مستمع ينتظر بشغف وتربص لما يذاع؛ لأنّ الراديو يصدقه القول.

وإلى جانب أنّ الإعلان يمثل دخلاً كبيراً للمحطة، وعلى أساسه يطور الراديو من برامج، فإنّ المستمع غير المعلن يستفيد أيضًا، حيث⁽¹⁾ يستمع دومًا إلى برامج جديدة ومتطورة وشائعة، والإعلان عن السلع المختلفة يعتبر في حد ذاته خدمة للمستمع أيضًا؛ لأنه يعرفه بالسلع الجديدة

(1) مدخل إلى الإذاعات الموجّهة، د/ ماجي الحلواني.

وبالاستخدامات الحديثة للأدوات والأجهزة ووسائل الترف والاستمتاع وتسهيل المعيشة، وطبعًا فرصة للمعلنين الفرنسيين أو الأجانب عامة لترويج بضاعتهم في العالم العربي، ويتراوح زمن الإعلان من ثلاثين ثانية إلى دقيقتين، ودائمًا يقدّم بموسيقى إما أجنبية أو عربية، ولكنها مختارة بدقة وبفنية تخدم الإعلان كسلعة، ومن أجل موسيقات الإعلان تلك الموسيقى الموحية للإعلان عن سجائر المارلبورو، ومن مزايا هذه المحطة أنه يمكن للمعلن أن يرسل إعلانه مسجلًا وجاهزًا تمامًا بالكلمات والموسيقى، وما على المحطة بعد ذلك إلا أن تحدد الوقت المعين لإذاعته، ودائمًا يوضع الإعلان في المكان المناسب، بمعنى أنه وسط برامج أو فترات تزيد وتعمّق مضمونه، وتعمل على ترسيخه في الأذهان المتلقية (المستمعين)، فإذا كان الإعلان عن نوع من العطور، فيكون البرنامج الذي يسبقه يتكلّم عن النسائيات⁽¹⁾، وتكون الفترة ذات أغاني حاملة مسائية مثلاً.

وقد يوقف البرنامج لإذاعة الإعلان من خلاله، كما أنّه من المباح في راديو مونت كارلو أن تتوقّف النشرة الإخبارية لثوانٍ لإذاعة إعلان، ويأتي هذا بإشارة من الصحفي أثناء قراءته لأخباره، يُشير بيده من داخل

(1) المذيعة ميساء وهي سورية لها جذور فلسطينية ومتخصصة فيما يهم المرأة عمومًا حتى إنهم يطلقون عليها في الراديو ليدي مونت كارلو بسبب متابعتها للنسائيات من عطور وملابس وحليّ وأدوات تجميل.

الاستوديو للفني⁽¹⁾ الفرنسي الذي يفصله عنه حاجز زجاجي، فيسقط الفني الإعلان فوراً، ثم يعود الصحفي إلى استئناف قراءة أخباره بعد ثواني الإعلان، وقد يحلو له أن يعلّق تعليقاً طريفاً أو مناسباً على هذه الوقفة، قبل أن يعاود قراءة أخباره، هكذا ببساطة وتلقائية جعل جماهير عديدة من بلاد مختلفة تدمن- إن جاز هذا التعبير- الاستماع إلى هذه المحطة، هذا مع الأخذ في الاعتبار أن راديو مونت كارلو يقبل الإعلان عن أي سلعة سواء السجائر أو الكحوليات، بشرط ألا يتضمن الإعلان أي تعليق عن الإعلانات المنافسة، وقد يرى الراديو حتى بعد قبوله الإعلان أنه في وضع يتطلب أن يتراجع عن إذاعة الإعلان المتفق عليه لأي سبب من الأسباب حتى ولو كان السبب تغيير مدير الإعلان نفسه، والجديد الذي أتى بعده لا يوافق على الإعلان، أو يرى أنّ محتوى المادة الإعلانية لا يتماشى مع ظروف الراديو، فإنّ من حقه أن يتوقف عن إذاعة الإعلان مباشرة، ودائماً تنتهي مسؤولية الراديو بعد إذاعة الإعلان، فليس لدى جهة ثالثة باستثناء المعلن والراديو أن تتدخل أو تتساءل، وهذا يعني أن مسؤولية الراديو غير قابلة للمساءلة القانونية تجاه أي طرف ثالث، كما أنّ الاتفاق على الإعلان لا يحق للمعلن فيه بأي حال أو بأي قدر أن يتنازل عنه لطرف ثالث، أمّا بالنسبة لسعر الإعلان فإنه يتأثر تبعاً للتغيير في سعر الدولار الأمريكي،

(1) أغلب الفنانين فرنسيون وهذا هو المتبع فيما عدا واحد لبناني اسمه توني كسيس.

وأيضًا من أهم البنود في إبرام الإعلانات أنَّ الزيادة في قوة المحطة لتغطي مساحة أكبر، أي تصل لعدد جديد من الجمهور المستهدف يتبعها زيادة في أسعار الإعلان، وطبعًا ألا يتضمن الإعلان أيَّ تعليق على الإعلانات المنافسة، وشرط آخر هو أنه في حالة سحب ترخيص المحطة وتوقف الإرسال يعتبر أي اتفاق لاغيًا قانونيًا على أن يدفع المعلن ما تم تنفيذه من الإعلان سابقًا، أي أن ما تم تنفيذه من الإعلان بالفعل يصبح دينًا على المعلن لا بدَّ للمحطة من أن تتقاضاه، ومن الشروط الجزائية أيضًا في التعامل مع الإعلانات أنه إذا لم يسلم المعلن نصوص الإعلان ليرمجها له القسم التجاري في الراديو أو يسلم الإعلان مسجلًا فعليًا خلال أسبوعين وهي الفترة المسموح بها بين التعاقد وتسليم الإعلان، فإن الراديو لا يكون ملزمًا بإذاعة المواد الإعلانية إذا وصلته متأخرة، على أن يتحمل المعلن كفرد أو كهيئة أو مؤسسة أو شركة أو مصنع... إلخ تكاليف الوقت المحجوز لإذاعة هذه المادة، ودائمًا موعد إذاعة الإعلان قابل للتعديل من جانب راديو مونت كارلو.

والشيء الذي يستوقف القارئ في هذه الشروط أنها تؤدي إلى هدف واحد، يعتبر الأرضية الصلبة التي قام عليها راديو مونت كارلو منذ البداية وهو الحرية، فما هذه الشروط بنظرة فاحصة وهذا النظام المعمول به إلا لجعل المحطة التي تعيش من الإعلان لا يتأثر مضمونها لا بالإعلان ولا بأصحاب الإعلانات وهذه أهم ميزة يتمتع بها راديو تجاري.

ليس بالإعلان وحده تدار المحطة :

وكما قلنا فإنّ الإعلان يشكّل 70٪ (في المائة) من دخل الإذاعة، يعني أنه ما دام الراديو قادراً على الإنفاق من مصادره الخاصة، فهذا يعني حرّيته الأكبر في تحسين البرامج وترويجها لمصلحة الإعلان، ولكن هذا لا يعني أن الحكومة الفرنسية ليست المالكة، الحكومة الفرنسية مالكة له دون أن تتحكم فيه؛ لأنها المالك الوحيد للإذاعة عن طريق أصحاب الأسهم الرئيسيين وهما:

1 - راديو مونت كارلو وهو مؤسسة تجارية تحتفظ الحكومة الفرنسية

بـ 83.44٪ من رأس المال.

2 - مؤسسة عامة **Teledifusion de France** التي كانت

أصلاً هي هيئة الراديو والتلفزيون الفرنسي، ثم أعيد تنظيمها خلال عام

1974 إلى هذه المؤسسة التي تتبعها سبع شركات، منها ثلاث هي:

1 - الراديو والتلفزيون الفرنسي **RTF**.

2 - المعهد الوطني للصوتيات والمرئيات **Institut National**

de l'audiovisuel

(1) مدخل إلى الإذاعات الموجهة د/ ماجي الحلواني.

3- الشركة الفرنسية للإنتاج La Soeiete Francaise de

. Production

ثم أربع شركات وطنية للبرامج (رأس مالها حكومي)، وهذه الشركات تضم شركة واحدة للراديو وثلاثة للتلفزيون:

1- راديو فرنسا Radio France .

2- تلفزيون فرنسا 1 Tele France 1 .

3- أنتين 2 Antenne 2 .

4- فرانس ريجيون 3 France Regions 3 .

والواقع أنه يجب أن نتوقف أمام تاريخ 21 يوليو 1976م، والتعديل الثامن الشهير لهيئة الإذاعة والتلفزيون الفرنسية ORTF، بهدف المزيد من الحرية والاستقلالية، فالمعروف أنَّ هذه الهيئة أنشأها الرئيس الفرنسي شارل ديغول عام 1941م بقرار خلال الحرب العالمية الثانية، وأعطى هذا القرار لرئيس الوزراء الحق في السيطرة على كلِّ أحكام هيئة الراديو والتلفزيون الفرنسي وفي سياستها بالطبع، وشعر الإعلاميون بفقدان الحرية ونوع من الضغط، تولَّد عنه بيروقراطية أعاقَت عملهم الإعلامي، المفروض فيه السرعة للملاحقة الأحداث، ومنها كذلك نمو جماعات صغيرة تتدخل لتعرقل العمل الفعَّال، وتزيد من تعرضهم للضغط

السياسي، فجاء عام 1964م بمنحها مزيداً من الاستقلال في إدارة أمورها:

أولاً: الاستقلال المالي أي تتمتع الهيئة الجديدة بالحرية في تحديد ميزانيتها وتعرضها على البرلمان فقط بعد تحديدها.

ثانياً: إحلال الإشراف محل السيطرة الحكومية.

ثالثاً: إنشاء مجلس إدارة به أعضاء من الحكومة ومن خارجها؛ لتحديد

السياسة الأساسية على أن يترك العمل والتنفيذ للهيئة الجديدة ORTF

Office de Radio Diffusion Televeison Francaise

رغم أنَّ الأغلبية الديجولية في البرلمان أظهرت بعض التردد في التخلي عن سيطرة الدولة على الإذاعة، بسبب عداة الصحافة لديجول وفكرة خلط التعليق بالخبر كسمة في الأداء الفرنسي الإذاعي إلى أن جاء عام 1973م، وأضرب العديد من الإذاعيين بسبب التدخل الحكومي، وانتقدت ميزانية الهيئة واستحضرُوا أحد الأمثلة الصارخة، وهو حديث خروشوف والمارشال مالينوفسكي، فقد دعى خروشوف (1) في فبراير عام 1963م في ذكرى الاحتفال العشرين بمعركة ستالنجراد، واستغلَّ هذه الدعوة ليهاجم حكومة ألمانيا والمستشار أديناور (2) بعنف، وقد رؤي أن إذاعة هذا الحديث قد يُسَاء فهمه في ألمانيا الغربية على أساس أن ينظر

(1) خروشوف: تولى السلطة من مارس 1958 : أكتوبر 1964م.

(2) المستشار أديناور: مستشار ألمانيا الغربية 1963م.

إليه كتعبير عن الرأي الرسمي، وفي الوقت الذي كانت الحكومة الفرنسية تعمل فيه على إصلاح علاقاتها مع ألمانيا، فبالطبع ألغى إذاعة هذا البرنامج، وبدا أنّ هناك تخبّطاً دائماً لعدم معرفة أي القرارات تأتي من الحكومة، وأياً يأتي من الهيئة، وكانت أمثال هذه الحوادث هي السبب في منح التنظيم الإذاعي استقلالاً أكبر حتى لا يعتبر أحد الإذاعة وسيلة رسمية تُعبّر عن رأي الدولة، كما أنّ الادّعاءات والتهم التي وجهت إلى شبكة الإذاعة بشكل عام، وخاصة الاتهام بأنها تستخدم في الدعاية السياسية منذ عام 1959م ومن قبلها أيضاً، والمعروف أن الحكومة عادة ما تستخدم الراديو في كسب تأييد الجماهير، والمثال الصارخ على هذا أنّ الراديو جعل من ديجول رمزاً لفرنسا عن طريق الإذاعات التي وجهها من انجلترا بالرغم من أنهم لم يشاهدوه إلا يوم التحرير، أي أن صورة ديجول القائد العظيم لفرنسا الحرة كانت من اختراعات (1) الراديو، وأيضاً مثال أسلوب معالجة الإذاعة لأخبار الحرب الجزائرية خلال الخمسينيات 1956م : 1959م، فلم يخرج برنامج واحد عن الثورة رغم ضراوتها، وفقد الجمهور الفرنسي ثقته في الراديو؛ لأن الحكومة استخدمته كسلاح في القتال ضد أعدائها في الداخل والخارج، وفي 21 يوليو 1976م أيام الرئيس الفرنسي فاليري جيسكار ديستان وميله الطبيعي للثقافة وفكرة الإبداع، وما ترتب عليه من تشجيع هذا الاتجاه في الإعلام عامة، بل

(1) Wilson P. Digard , Television : A World View (Syracawe university press 1966) PP. 140- 146.

ورصد الجوائز له، أن حوّل ريموندبار رئيس الوزراء الفرنسي في عام 1976م مسئولية الإشراف على الإذاعة من وزير الإعلام إلى وزير الدولة للثقافة¹ رغبة في زيادة استقلال العاملين في مجال الإذاعة، خاصة العاملين في مجال الأخبار، بعد أن زادَ اختلاف وجهات النظر حول العلاقة بين السياسيين والصحفيين، وبالطبع حين تمنح الإذاعة المزيد من الاستقلال والحرية، فهذا يعني توسيع مساحة الإعلان وتحسين البرامج للمزيد من الحرية.

مونت كارلو الإذاعة القياس :

إذا كنا قد عرفنا إذاعة مونت كارلو بالعربية إلى الشرق الأوسط، على أنها الإذاعة التي تشم رائحة الخبر قبل أن يُقدّم صراحةً على مائدة الإعلام، وتتبع الخبر بعد ذلك في رحلته الطويلة لتستنتج ردود الفعل المختلفة، وأنها الإذاعة الأطول نفساً في مسألة المتابعة، وإذا قلنا إنها بذلك تكون الإذاعة الأكثر استماعاً، فإن هذا الاصطلاح لا يفي بوصفها! فالأكثر دقة أن نقول إنها الإذاعة القياس؟ أي التي يذهب إليها المستمع باختياره ليقيس عليها مدى صحة الخبر الذي التقطه من إذاعته المحلية أو القومية أو العالمية، فقد عرفنا أن مصادر الأخبار بالنسبة لأي إذاعة هي المصادر المعروفة من وكالات الأنباء مثلاً، وأن هذا يخلق تشابهاً بين الأخبار التي

(1) النظم الإذاعية د/ جيهان رشتي.

تحصل عليها أي محطة بالأخبار التي تحصل عليها مونت كارلو R.M.C إذن ما الذي يدفع المستمع باختياره لأن يجعل من مونت كارلو R.M.C⁽¹⁾ الإذاعة القاضي على الخبر؟ في اعتقادي أنه قدر الحرية التي يتناول بها الصحفي الخبر نفسه، وتلك المحاورات والتساؤلات التي تحدث بينه وبين نفسه، وهو يستقبل الخبر ثم يصوغه بطريقة وقناعته ليخرج على الناس فيه قدر كبير من الصدق، ومن أين يأتي الصدق في الخبر؟ وأزعم أنه يأتي مثلما يأتي الصدق في الأدب، من قدر الحرية التي يناقش بها العمل دون محاذير معرقة وتوجيهات طامسة لجوهر الخبر، إنَّ عملية (الأخذ والعطاء) في صلب الخبر وبحرية تجعل الصحفي أو الإذاعي يلمس منه موطن الحقيقة ويخرجه على الناس بتلقائية وفورية وصدق أيضًا، ولن تنسى ذاكرة الناس في العالم العربي الصور التي طالعنا للرئيس أنور السادات وهو يبدأ يومه عند الفجر يمارس من الرياضات ما يمارس ويستمتع إلى راديو مونت كارلو، الراديو بجواره يشير مؤشره إلى محطة مونت كارلو، ومن قبله كان الزعيم جمال عبد الناصر، وذلك العشق الذي كان بينه وبين الاستماع إلى الإذاعات الأجنبية، وذلك الدأب الطويل على مزاوله هذه العادة، ومن يدرينا إذا ما اطعنا على أسرار حياة الرئيس

(1) اسم المحطة اختصار الاسم المطول Radion Monte Carlo.

الأسبق حسني مبارك لنعرف كم ساعة يقضيها في الاستماع إلى هذه الإذاعات؟ وربما هذا ما يفسر مسارعة رؤساء لدول وحكومات إلى تلبية طلب إذاعة (1) R.M.C في أي وقت وكل وقت تقريبًا إذا طلب الراديو أن يجري حوارًا مع شخصية ما، سواء كانت هذه الشخصية في أعلى قمة جبل أو أضيق خندق أو تل محاصر أو... أو... أو... ومهما كان الرأي في الفترات الإخبارية، فلا يمكن أن تنفصل عن باقي الخريطة اليومية للراديو، والتي تمتلئ بالموسيقى الناجحة والبرامج المكفولة في أغلبها، وغني عن القول إنه في الأغلب لا يكفل البرنامج أي لا يكون له معلن يشتره ويقوم على مصاريف إنتاجه، إلا لو كان برنامجًا له قدر من التميز، فما هو مضمون هذه البرامج التي تحيط أو تقف أو تسبق تلك البرامج الإخبارية الموضوعية من راديو مونت كارلو؟

لا أقول غريبًا أو جديدًا إذا قلت إنها برامج شديدة البساطة، بل إنها في أغلب الأحوال - وإن جاز هذا التعبير - أقول إنها برامج بدائية في محتواها وفي إخراجها، وهنا أنا لا أقيسها بتلك البرامج التي تقدم من إذاعات القاهرة المختلفة، لا أقارنها بروعة برامج صوت العرب، أو إبهار برامج الشرق الأوسط، أو حضارة برامج البرنامج العام، لا يمكن مقارنة برامج

راديو مونت كارلو بهذه البرامج، وإلا كانت هذه المقارنة مغلوطة في أساسها، ومتجنية في أحكامها، إذ لا وجه للمقارنة بينهما، لا من ناحية المحتوى والمضمون ولا من ناحية الشكل، ناهيك عن بعض الومضات الإبداعية والمميزة⁽¹⁾ جدًّا، والتي تخرج من هذه المحطة كأروع ما يمكن أن يكون من فن إذاعي، هذه أعمال فردية جدًّا تدخل تحت اسم الإبداع ولا تحسب على الشكل العام للمحطة من ناحية التقييم.

إذن ما هو مذاق مضمون وشكل هذه البرامج من راديو مونت كارلو؟ وإذا كنت قد قررت أنها برامج شديدة البساطة مفرّغة المضمون من أعتى القضايا الفنية والثقافية والتشكيلية والموسيقية، فما الذي يجعلها مسموعة إلى هذا الحد؟ وما الذي يجعلها محبوبة؟ ولا أقول غير الحقيقة بأنها محبوبة عن أي إذاعة موجّهة أخرى، بل عن كثير من الإذاعات المحلية والقومية؟! لماذا؟

وللإجابة عن مثل هذا السؤال يجب أن أؤكد وبعمومية، لنفصل بعد ذلك أن سر نجاحها يكمن في أن هذه الإذاعة ربما عن قصد أو غير قصد

(1) وأعني به لحناً مميزاً للمذيعة السيدة/ هيام حموي، تقدّم به مواعيد برامجها على مدار الأسبوع كله، والأداء فيه براعة إلقاء يقترب من الغناء الجميل المتقن.

في أغلب الأحيان تفرق⁽¹⁾ بشكل حاسم بين مفهوم الحشد ومفهوم الجمهور، إنها تخاطب مستمعيها في الشرق الأوسط، ليس على أنه حشد من الناس موجود في منطقة جغرافية معينة يشترك في مناخ جغرافي متساوٍ، والتوقيت عنده أيضًا واحد، ومن خصائص هذا الحشد كما هو معروف أو هذه الجمهرة أنَّ كلَّ أفرادهِ منفصلون بعضهم عن بعض لا تفاعل بينهم ولا تبادل، رغم أنَّ لهم صفات مشتركة كالخصائص الديموغرافية وهي العمر والجنس والتعليم، أو الخصائص الاجتماعية، ولكنه في النهاية جمهرة مفترض فيها ضرورة التواجد في مكانٍ بعينه، دون مشاعر متبادلة، إنَّ راديو مونت كارلو لم يقع في هذه السقطة التي يعتبر بمقتضاها أنه يخاطب حشدًا أو جمهرة من الناس، إنما هو يخاطب مستمعيه على أنه جمهور مستهدف له قادة رأي يؤثرون على سلوك الأفراد العاديين، وأنَّ هؤلاء الأفراد يتشاورون ويتباحثون، ولكلٍّ من الطرفين مردود يستقبله الطرف الآخر في شكل دائرة تدور بينهما، فيأخذون ويعطون، أي أنهم يتصرفون بطريقة لها طابع اجتماعي منظم، يجعل الفرد العضو في الجمهور يتفاعل مع الآخرين قبل وأثناء وبعد الحدث الواحد، وتخلق توقعات مشتركة ويكوّنون رأيًا بالسالب أو الموجب في مقابل ما يقدّم من هذه المحطة.

(1) د/ جيهان رشتي - الأسس العلمية لنظريات الإعلام.

ولقد أشرت إلى أن راديو مونت كارلو ينهج هذا النهج، أو هو اختار هذا الأسلوب، وهو التفريق بين مفهوم الحشد ومفهوم الجمهور، ربما عن قصد وربما عن غير قصد، ولكن الذي أستطيع أن أؤكد أنه هذه المحطة R.M.C⁽¹⁾ اختارت في هذه المرة عن قصد تام، أن تعامل وتتعامل مع جمهورها المستهدف، على أساس مفهوم الفردية والذاتية، وهذا أكثر خصوصية من معاملته على أساس أنه جمهور متجانس مع الأخذ في الاعتبار أنني أتكلم عن البرامج فقط، وكل الفترات التي تحيط بالأخبار ما يسبقها وما يتبعها، ولعلّ المثال الصارخ الذي يحضرنى هنا برامج السيدة المذيعة وداد علي الدين⁽²⁾، ومن ضمنها برنامج اسمه أفراح تهنئ فيه المستمعين ليس فقط بالزواج أو النجاح أو مجيء الابن أو الحفيد، ولكنها تهنتهم بشراء المطبخ الجديد أو جهاز الفيديو... هذه خصوصية شديدة من جانب الإذاعة أن تتكلم فيها عبر الهواء لملايين المستمعين! فماذا يهم العالم أن تشتري أنت جديداً، ولكن هذا يعطي

(1) R.M.C . اختصار الاسم المطول Radio Monmte Cario.

(2) وداد علم الدين مذيعة لبنانية حاصلة على الماجستير من إحدى جامعات أمريكا. وقامت على تدريبها في بدء حياتها الإذاعية. المذيعة هيام حموي.

شعورًا للمستقبل بمزيد من العناية التي تكاد تكون شخصية جدًا، أضف إلى هذا سيل المكالمات الهاتفية والتي يطلب أصحابها أن تكون على الهواء مسموعة، وفيها يرسلون التهاني إلى الشخص الذي اشترى الجديد لبيته، سواء كان مطبخًا أو جهازًا كهربائيًا، ورغم بساطة هذا البرنامج، إلا أن هذه البساطة هي بعينها التي تدخل قلب وعقل الجمهور المستهدف؛ لأن اللمسة الإنسانية تهتز لها القلوب على كافة المستويات، فتجد سيل التهاني عبر الأثير من المهندس والطبيب والطالب و... و... إذن الرسالة كانت إنسانية؛ فمست المشاعر من مستويات مختلفة وبلاد مختلفة.

هنا يضع راديو مونت كارلو R.M.C في اعتباره سيكولوجية المتلقي، وتأتي الرسائل لكل المذيعين - وليس مذيع (أفراح) فقط - بالتهاني، ومزيد من الاستفسارات عن أصدقائهم المستمعين، ويتبعون هذه الأخبار إذا قلت أو انقطعت، ودائمًا مذيعو الراديو عندهم الأخبار الأحدث والأكثر من خلال المراسلات أو الخطابات اليومية الكثيرة جدًا، ونتيجة لهذا يشبعون هذه التساؤلات، وتشهد سنوات 1984 : 1986 تتبع العديد من جمهور المحطة إلى صديقة للراديو توقّع باسم صاحبة العيون البنفسجة، من بدء أن عرفت الإحساس بالحب في سنّها المبكر مع

مستمع آخر في بلد عربي حتَّى قرار الزواج - وعاقها المرض المفاجئ،
جاءني خبر مرضها عبر الهاتف واخترت أن أذيع الخبر بطريقة غير مباشرة
وهو إهداؤها بأكثر من أغنية تحمل في طياتها توقع الفراق القدرى، وعلى
الفور كان المستمعون يستفسرون ويسألون، وقد وصلتهم الرسالة كاملة،
وكأنهم قرؤوا تقريراً⁽¹⁾ طبيًا مفصلاً عن حالتها الصحية من مجرد إشارات
ورموز لا تقدر بالكثير من حقيقة واقع ظروفها، إنَّ هذه الحادثة ذكرتها
كنموذج يؤكِّد على الفارق الذي يتعامل به الراديو فرد بعينه يتعامل معه
ويتفاعل به، فخلق هذا جَوْاً من الاستجابة الشديدة والتفاعل أيضًا من
جانب المستمعين، وهذه إحدى خصائص محطة مونت كارلو الملموسة
جدًّا R.M.C، ولكن هل لو اتبعت إذاعة في القاهرة مثلاً أو في قطر عربي
آخر هذا النهج سيلاقي هذا الردود؟ أم أن هناك سمات للشخصية المتلقية

(1) السيدة عايذة زعاتري وأسرتها من مستمعي R.M.C المداومين بلا انقطاع
ويسكنون الأرض المحتلة، ولا أبالغ إذا قلت إنهم وآخرون يعتبرون قياساً لأي جديد
تقدّمه المحطة، فأراء هذه المجموعة من المستمعين يعتد بها من قبل رئيس المحطة
والعاملين أيضًا.

لهذه المحطة بالذات، تجعل الفرد فيها شديد الاستعداد لتقبل الرسالة
المعينة؟

الواقع أنني قصدت بهذا التساؤل مكانًا محددًا وجمهورًا محددًا بعينه
لأجيب عنده على هذا التساؤل!! فقد قصدت فلسطين وإسرائيل بكل ما
تحوي من تل أبيب، حيفا ويافا وأيضًا خان يونس وغزة حتى إيلات
والأردن، قصدت الشخصية اليهودية العربية الأصل مغاربة أو عراقيين أو
مصريين أو... أو... حيث كانت الجاليات اليهودية تعيش في كل الوطن
العربي، تعيش في أمان أكيد، بل وتسيطر على كثير من شرايين المنابع
الاقتصادية في كلّ وطن يتواجدون فيه، فهم دائمًا أصحاب البنوك
وأصحاب التجارة المتعددة- أصحاب أوجه النشاط التجاري والمالي...
ونتيجة لهذا الاختيار فهي التجارة الأكثر رواجًا؛ لأن الاحتياج إليها
أساس، كانوا يعيشون في أمان في كل مكان وفي مستوى معيشي مرتفع
الجاليات اليهودية في أنحاء الوطن العربي لم تواجه أو يحد نشاطها
الاقتصادي والتجاري بأي قانون، في أي زمن كانت لهم الحرية كاملة،
والحقوق غير منقوصة في مزاوله أي الأعمال، وفي ممارسة العبادات بكل
أشكالها وأعيادها وطقوسها... إلخ، إلا إنهم هاجروا بناءً على الضغط
الصهيوني بفكرة أرض الميعاد، هؤلاء اليهود ما قصدتهم بالتحديد فإن

جذورهم العربية ولغتهم العربية جعلتهم من مستمعي راديو مونت كارلو؛ لأن كل ما يقدم من فترات Transhes أو برامج على مدى اليوم الواحد يعكس مذاقًا عربيًا وذوقًا عربيًا ومزاجًا عربيًا عرفوه وأحسوا وتفاعلوا به، بل وأحبوه، فقد عاشوا في ظله كرماء آمنين مستقلين، وطبعًا ما أعنيه هنا كل ما يقدم حول النشرات الإخبارية من أغنيات ودردشات وملاحظات من جانب مذياعي هذه الفترات، وكذلك تلك التعليقات الفكاهية الكثيرة التي تصدر من جانبهم، وهي أيضًا لها مذاق عربي، فمن السمات الملموسة لهذه المحطة كثرة التعليقات أو القفشات -كما يقولون- وتكون على الهواء مباشرة وبتلقائية شديدة.

وأعود لسؤالي فأقول هل هناك سمات للشخصية المتلقية لهذه المحطة بالذات تجعل الفرد فيها شديد الاستعداد لتقبل الرسالة المعينة؟ وأقولها نعم في هذه البقعة بالذات، فمن (1) حقائق الإعلام أن هناك أنواعًا معينة من الأفراد تجعلهم احتياجاتهم الشخصية -نتاج وضعهم- أكثر استعدادًا للاقتناع، منها:

1 - انخفاض تقدير الفرد لذاته.

2 - الإحساس بالقلق.

(1) د/جيهان رشتي. الأسس العلمية لنظريات الإعلام.

3 - خصوصية الخيال.

وإذا ما تناولنا كل عنصر من هذه العناصر على حدة، فسندرك أسباب ارتفاع نسبة الاستماع والاستجابة الشديدة إلى هذه المحطة الفرنسية التي تبث باللغة العربية.

1 - انخفاض تقدير الفرد لذاته :

وهذا أول إحساس يواجه المهاجر إلى إسرائيل، وواقع يصدمه من بدء الساعات الأولى في تل أبيب، فيعي ذلك الفرق الشاسع في المعاملة بين اليهود الأوروبيين واليهود العرب، بين اليهودي الأسمر واليهودي الأبيض، بين اليهودي الروسي واليهودي الأوروبي، ولكن أكثر من يقع عليه المعاملة السافرة بتلك الفروق هو اليهودي العربي، فيملؤه الإحساس بعدم التقدير لذاته، إنه العقاب؛ لأنه يهودي عربي، فلا سكن، ولا وظائف، ولا حرية في الحركة، ولا حقوق وتأمينات يتساوى فيها باليهودي الأوروبي، في كل يوم تتأكد لديه تلك الفروق الباهظة بينه وبين باقي يهود العالم المهاجرين، مع الوضع في الاعتبار أنه كان يحيا في البلاد العربية كل المساواة والاعتدال إن لم يكن التميز، هنا لا يقدرونه وأرض الميعاد ليس فيها تلك المساواة المأمولة، فيبدأ يداخله الإحساس تدريجيًا بانخفاض تقديره هو لذاته أيضًا، وهذا هو المحك الذي يجعل كثيرًا من

اليهود العرب يجدون في صوت مونت كارلو متنفسًا، يجدون فيها طاقة تطل بهم على الشرق الذي كانوا فيه يومًا دون الإحساس نهائيًا بانخفاض تقديرهم لذواتهم لأسباب عرقية أو خلقية لا يد لهم فيها البتة، ولهذا نجدهم من أكثر الأماكن الجغرافية استماعًا ومن أكثر المتراسلين لراديو مونت كارلو كتابة عن طريق الخطابات.

2- الإحساس بالقلق:

إنَّ مَنْ يعيش يتنسم البلاد والأرض التي كانت يومًا تحتضنهم، ولا أقول تقبل بوجودهم فقط... إنما كانوا يعيشون فيها على الرحب والسعة لأسباب لا مجال لذكرها الآن، وإن كان من الأسباب الدينية السمحة، والأسباب الإنسانية المدركة، وطبيعة الشعوب العرب نفسها، ومنها أسباب تاريخية أيضًا لا مجال لذكرها أو حصرها كذلك، فلا شك أنَّ الإحساس بالقلق يدهمهم، لماذا؟ لأنه إذا انخفض تقدير الفرد لذاته قلَّت ثقته بنفسه ومن ثَمَّ أصبح قلقًا، إنَّ اليهودي العربي يصدق عليه تعبير أنه وقع في الشرك المنصوب بفكرة أرض الميعاد، بحياة أفضل، بمستقبل مستقر آمن، ليفاجأ بغير هذا تمامًا، إنه القلق المتصل بالظرف وهو استجابة طبيعية على ظرف مهدد باستمرار، إن القلق هنا متصل بالظرف الذي

أوجده بإرادته في هذا المكان، ومن هذا فهو كمتلقٍ يصبح أكثر حرصًا على أن يذهب مع هذه المحطة إلى أقصى مدى يتنسمها، يستمع إليها، ينفعل بها ويصدقها، ثم يسألها الرأي والمشورة دومًا.

3- خصوبة الخيال:

لك أن تتصور إنسانًا يعيش وقد انخفض تقديره لذاته، فأصبح قلقًا للظرف الموجود فيه، ولكنه في خضم قلقه يلجأ إلى الفيلم العربي أو المحطة العربية أو الصور التذكارية، إنه يلجأ إلى الكتابة بالعربية، وبشكل متصل لمذيعي راديو مونت كارلو، إنَّ هذه الإذاعة بمذيعها يمثلون رموزًا بالنسبة لأي مستمع عربي على أي بقعة أرض، ولكن بالنسبة للإسرائيلين بالذات الرمز يصبح أكثر تشخيصًا وتجسيدًا، فيتصوروهم من الأهل والعشيرة، من المكان الذي كان فيه الإحساس بالمساواة والأمان يملؤهم.

أضف إلى كل ما ذكرناه هرم القيم والمعتقدات الشرقية التي ولدوا فيها وصارت تشكّل الجزء الأكبر من ضمائرهم ووجدانهم، المشكلات الصغيرة والكبيرة الشخصية والأسرية، إنَّ النظرة اليهودية فيها شرقية بنسبة كبيرة، ولا يمكن أن تكون أوروبية غربية خالصة لمجرد انتقالهم من أرض إلى أرض ولو كانت أرض الميعاد حسب اعتقادهم.

والشيء الذي لابد أن يوضع في الاعتبار، أنَّ الانتقال والاسم المختار يوحى بالعلاقة الدينية وما يصاحبها من حياة آمنة عادلة، إلا إنَّ اليهودي المهاجر يفاجأ بأنَّ كلَّ ما يجري حوله وأولها طريقة معاملته تبعد عن الجوهر الديني في أغلبها.

إنَّ الإنسان اليهودي البالغ المدرك قد يفلح أن يكظم الإحساس بالإحباط والتردي تحت ضغط اليأس، أو البحث عن قوت الحياة اليومية لأسرة مهما بلغت درجة مشاركة باقي أعضائها- إنَّ وجدت هذه المشاركة، فليس كل الأبواب مفتوحة أمامهم، كما أشرنا من قبل - الكبير قد يفلح في كتمان كمدّه، ولكن الشباب وهم على عتبة البدء والتفتح على الحياة؟! الشباب لا يستطيع عمل هذا الكبح الثقيل ولا يستغرقه عمل يتكسب منه فماذا يفعل؟ إنه ببساطة وواقعية يبحث عن النموذج المفقود، يبحث عن الصوت الأقرب له، لفهمه لهُمومه ومشاكله - مشاكلنا العربية- الأقرب لذوقه ومزاجه.

فيستمع بنهم وشغف ويراسلهم بغزارة واستمرارية متلاحقة، دون لحظة حتى لالتقاط الأنفاس، يصوّب خياله ويستجمعه ليركزه في أحلام يقظة لا يجد لها تجسيدًا إلا في خياله، عن مذياعي راديو مونت كارلو R.M.C فالمذيعة بالنسبة له هي كنف الحنان، هي الأخت الحبيبة والقريبة، العربية بكل تطلعاتها ووجهة نظرها، في تناول العالم، فلاشك أن العالم بين يدي مَنْ يملك جهاز راديو، ومذيعة راديو مونت كارلو تحسن

فكرة التقيُّص، لإخلاصها في عملها، فلا تذوق لها غير المذاق العربي الصرف، من كلماتها المعجوبة بفلكلور شعوبنا العربية المغرقة في أمثالنا الشعبية وحكمنا اليومية، وهي بذلك تزكي خياله باستمراره ودأب فيوقن أنه التجسيد الحي لأحلام يقظته، عند مذييعي راديو مونت كارلو لا تموت أحلام اليهودي العربي المهاجر.

كانت هذه وقفة قصيرة جدًا للتبع بإيجاز شديد جدًا خطوات الإذاعة وهي تحاول الحصول على أكبر قدر من الحرية والاستقلال، لسببين الأول: حتى تضمن سرعة وسلامة العمل الإعلامي وموضوعيته، وثانيًا: للموافقة على زيادة مساحة الإعلان، ومن ثم تحسن هذه البرامج وتثريها. وحين أنشئ راديو مونت كارلو العربي، كان العاملون فيه من العرب قد اكتسبوا خبرة كبيرة من تطوُّر الإذاعة على مر الحقب والسنوات من أمامهم، فجاء بناؤهم لهذه الإذاعة على أساس متين؛ لأنهم بدؤوا من حيث انتهى الآخرون، فأعطوا لأنفسهم ولغيرهم حرية تصرُّف مطلقة شريطة النجاح، وغني عن البيان أن نقول لماذا هذه الحرية الكبيرة؟ فالرد يقول لأنها لم تكن إذاعة رسمية.

كيف بدأ تمويل راديو مونت كارلو العربي :

بعد الحرب العالمية الثانية⁽¹⁾ رأى بعض الممولين أن يستغلوا الراديو للإعلانات، فأنشأوا عدة راديوهات وضعوا أجهزة بثها خارج فرنسا، بينما مكاتبها واستديوهاتهما في باريس، فكانت الشركات التجارية الإعلامية: راديو لوكسنبرج، راديو أوروبا رقم 1، راديو مونت كارلو الفرنسي، راديو أندره، وأفلت الإعلام من كل رقابة على هذه الراديوهات المحيطية كما تُسمّى، فهبّت الحكومة إلى تشكيل شركة برأس مال حكومي اشترت أسهمها في هذه الشركات بمعدل من 40٪ إلى 80٪ وبينها راديو مونت كارلو الذي تمتلك فيه الشركة الحكومية واسمها سوفيراد Sofirad 85٪ من الأسهم، ورأى أصحاب الأمر أن تكون الإذاعة الجديدة الفرنسية إلى الشرق الأوسط (راديو مونت كارلو) إذاعة تجارية تغطي نفقاتها بنفسها، رغم أن الإذاعة الفرنسية طبعاً غير تجارية، ففي عام 1971م تمّ الاتفاق مع مكتب في بيروت يملكه الدكتور لوسيان دحداح وكان مستشار الرئيس سليمان فرنجية السياسي والتجاري وشخصية مهمة في عالم المال والاقتصاد، هذا المكتب تولى حق الحصول على الإعلان في راديو مونت كارلو العربي على أساس أن يحصل الراديو على 60٪ من حصة الإعلانات، وهذا المكتب يأخذ 40٪ مقابل جهده في الحصول عليها، إلا

(1) مصدر سابق جامعة مؤتة. د/ رواد طرية.

أنه لم يمر شهران إلا وإذاعة مونت كارلو أصبح لها اسم مرموق في بنان وسوريا على الأخص، واستطاع مكتب الأستاذ لوسيان دحداح أن يحصل على الإعلانات في وقت قصير، بل وأصبح للراديو شعبية كبيرة جدًا، علمًا بأنّ المكتب كان مقدّرًا للسنة الأولى خسارة أكيدة، إلا أن الواقع كان غير ذلك تمامًا؛ لأنه كان في ذلك الوقت في لبنان ما يُسمّى بالمجتمع المخملي، الذي قوّى من فاعلية الراديو، وتقول لنا السيدة سناء منصور (كان راديو مونت كارلو يبعثنا لزيارة هذه المنطقة بغرض الترويج له Promotion، وكان الاحتفاء بنا يفوق الحد، كان استقبالهم لنا وكأننا نجوم عالميون وهذا راجع لأهمية الراديو، وأيضًا المجتمع اللبناني آنذاك كان يُسمّى بالمجتمع المخملي لتغلغل خاصتي التظاهر والتباهي فيه، فكان راديو مونت كارلو بالنسبة لهم الإذاعة الفرنسية المختلفة عن إذاعتهم اللبنانية، فغذت داخلهم أفكار التباهي والتظاهر، فكان شيئًا مألوفًا أن تسمع سيدات المجتمع يقلن مثلًا (أنا أرسلت الصانعة إلى باريس لأنني قمت بطلبية لاحتياجاتي من إيف سان لوران (1) Yve Sant Lauren، وما عندي وقت أسافر بنفسي باريس، فهذا هي الصانعة

(1) إيف سان لوران من أشهر مصممي الأزياء الفرنسية في العالم.

أحضرت لي التشكيلة كاملة) أو تقول كنوع من **Orgueil** التباهي إنها سمعت كذا وكذا في راديو مونت كارلو... إلخ.

أمّا بالنسبة لسوريا فكانت إذاعة مونت كارلو نافذة مفتوحة على عكس التقليدية الموجودة في الإذاعة السورية، فلم يكن في سوريا فكرة التباهي والتظاهر، بل كانوا على العكس يتقذونها بشكل كبير، وهذا طبيعي -لأنهم ينادون بالبعث والاشتراكية - إلا أن الإذاعة ظلت كنافذة مفتوحة بالنسبة لهم على الغرب، وهذا شيء لا توفره إذاعتهم، وهذا أيضًا ما نسج شعبية مونت كارلو العربية هناك لدرجة أنه كان إذا سافرنا نذيع على الهواء مثلاً إن سناء منصور ستصل بيروت على طائرة إير فرانس **Air France** الساعة كذا، وعند وصولنا تجد ما يزيد عن خمسين شخص في انتظارك يصرخون بالاسم؛ لأنهم لا يعرفون الشكل، هم يعرفون الصوت فقط).

وهذا ما حدا براديو مونت كارلو بعد ذلك أن يستخرج لكل مذيعة أو مذيع مئات الصور الممهورة من صاحبها في حجم (الكارت بوستال)، ومن ضمن مهام المذيعة في راديو مونت كارلو أن ترد على خطابات المستمعين كتابةً - في بعض الأحيان - وتبعث مع الرد بصورتها الممهورة، ونفس الوضع مع حنا مرقص وهو من أصل فلسطيني، فحين كان يزور

الأردن مثلاً لفكرة الترويج كان يحدث نفس الشيء معه، يعلن راديو مونت كارلو عن موعد وصوله وعلى أي طائرة، فتستقبله الصحافة بالأحاديث، وأيضاً الإذاعة والتلفزيون، فكان هذا يُعدّ نوعاً جيداً من أنواع الدعاية غير المباشرة للراديو، والذي سبّب قدرًا من شعبيتها وانعكس بالتالي على مقدار الإعلانات المأمول الحصول عليها عن طريق مكتب الدكتور لوسيان دحداح، والذي كان مقدراً له في السنة الأولى أن يحصل على مليون فرنك فرنسي إلا أنه حصل فعلاً على هذا المبلغ في أقل من المدة المتوقعة له.

ثم بدأ بعد ذلك يظهر لون آخر من ألوان برامج الإعلان على خريطة راديو مونت كارلو، وهي إعلانات ضمن برامج مكفولة، وفيها تقوم مؤسسة ما بدفع تكاليف إنتاج البرنامج كاملة، وهذا البرنامج بالطبع يتكلّم عن نشاط تلك المؤسسة وعن أهدافها، ودائمًا يُعلن عن هذا البرنامج أكثر من مرة أثناء البث اليومي، وقد بدأتها العراق بشراء ربعين ساعة مرتين أسبوعيًا في ربيع يكون المحتوى كاملاً عن العراق في شتى مناحيها سواء الاقتصادية أو العلمية، مثل هذه البرامج ترسل إمّا كمواد ويعمل الراديو على إخراجها أي قسم الإعلانات أو ترسل جاهزة على الإذاعة وما على الراديو إلا تحديد وقت البث.

هناك شكل ثالث للإعلان، وهو برامج المسابقات، على أن تقوم أيضًا إحدى الشركات أو المؤسسات بتمويل البرنامج كله، وهذا يعني دفع تكاليف الإنتاج وسعر الهواء، ومن خلال البرنامج تطرح بعض الأسئلة على المستمعين وتحدد لهم طريقة إرسال الإجابات، على أن تقوم الشركة أو المؤسسة الممولة بتقديم جوائز لأصحاب الإجابات الصحيحة، وبالطبع يُعلن عن مثل هذا البرنامج المهم طوال فترات البث لينتظره أكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف، ويتم التنويه عن الشركة المعلنة بقولهم (تحت رعاية...)، ثم يذكر اسم الشركة المنتجة.

هناك برامج مكفولة لا يُذكر اسم ممولها، وإن كان يُفهم ضمناً مثل برنامج (في رحاب العراق)، والذي يحتوي مضمونه على جانب دعائي لأهم النشاطات الموجودة في ذلك البلد العربي، ومثال آخر لهذا البرنامج هو برنامج (جامعة الدول العربية واقع مرتجى)، ويحتوي هذا البرنامج على الأنشطة المنوط بها هذه المنطقة إلى جانب دورها في حل الأزمات والمشكلات المطروحة على الساحة العربية، ويتراوح زمن الإعلان فيها ما بين ثلاثين ثانية إلى أقل من دقيقتين للإعلان الواحد، الذي لا بد أن يتكلم عن سلعة البلد الكفيلة للبرنامج.

هذا إلى جانب تقديم برامج للمنوعات برنامج **Head Parad** أجمل أغاني الأسبوع، ويتم إذاعته تحت رعاية إحدى الشركات المنتجة لأجهزة التسجيل، كذلك برنامج **Top 5** وهو يقدم أشهر خمس أغاني في كل حلقة، برنامجان مكفولان يتخللهما الإعلان، ولا بد أن نذكر هنا أن معظم برامج **R.M.C**⁽¹⁾ تعتمد على رسائل المستمعين، والتي تعدّ أحد الوسائل المستخدمة لدراسة رجوع الصدى، والتعرّف على رغبات المستمعين وأذواقهم، ومثال هذا ولجذب المستمعين وربطهم بالمحطة يتم تقديم برنامج أسبوعي لهواة المراسلة كل يوم سبت باسم (بنك الصداقة)، وبرنامج (مرسال الهوى) وهو يعتبر أحد الخدمات التي يُقدّمها راديو مونت كارلو للشعب اللبناني، حيث يلتقي براغبي الاتصال بذويهم في لبنان، ويتم هذا الاتصال تليفونيًا من خلال الراديو، كما أنه لجذب اهتمام المستمعين من الشباب يُقدّم لهم برنامج (مشكلة عاطفية)، وهو أسبوعي يتم فيه الرد على مشاكل الشباب من الجنسين والمتعلقة بالنواحي العاطفية، الواقع أن راديو مونت كارلو فوق هذا يقدم برامج بعد دراسات عن طريق وكالات الإعلان الكبرى لدراسة حجم مستمعيها مما يشير إلى أو

(1) R.M.C هي الإذاعة الدولية الوحيدة الموجهة من فرنسا إلى الدول العربية.

يعتبر سبباً لمدى نجاح هذه البرامج، إذ يتم قياس ردود الأفعال من خلال رسائل المستمعين.

وإذا كنتَ أؤكد أنَّ راديو مونت كارلو إذاعة تجارية يُشكِّل الإعلان 70٪ من دخلها، إلا أنَّ هذا لا يعني أن اعتمادها عليه 100٪، وذلك لأن رواتب العاملين في الراديو R.M.C. الموجهة باللغة العربية، والذي ضمن مؤسسة السوميرال Some ra التي هي فرع من المؤسسة الأم صوفيراد Sofirad تدفعها الحكومة الفرنسية، ويكتفي راديو مونت كارلو بهذا، وعند هذا الحد من المشاركة، وهي دفع رواتب العاملين، وما أعنيه أنه كراديو موجه لا يأخذ إعانات، أي لا يذهب إلى الحكومة طالباً أي نوع من الإعانات مهما وصلت به الضائقة المالية، وهذا حتى يضمن أكبر قدر من الحرية في إذاعة الخبر الذي يختاره من بين آلاف الأخبار التي ترد إليه، وبالتالي فإنَّ نفس الراديو لا يقبل - وهذا طبيعي - أي إعانة أو مشاركة من أي نوع وتحت أي مُسمَّى من أي دولة أخرى ليستخدم كبوق دعائي لقاء العون، وليس معنى هذا أنَّ الراديو لا يعرف العثرات المالية، فموجة الغلاء التي اجتاحت العالم منذ سبعينيات القرن الماضي مسَّت أيضاً

الراديو، وكان هذا في عام 1984م / 1985م حيث تعرّضت المحطة لمواجهة قلة في الموارد، وعلى الفور أعلن رئيس القسم العربي السيد أنطوان نوفل عن هذه الأزمة وطريقة الخروج منها، ولم يكن أمامه في ذلك الوقت إلا واحدًا من حلين أو مخرجين، إمّا أن يذهب للحكومة الفرنسية التي أنشأت هذا الراديو ويطلب عونًا ماديًا يتمثل في بضع ملايين قليلة، أو أن يقبل إعانة من بعض الدول العربية، والتي كانت في ذلك الوقت 1984م: 1985م على مرمى خطوات تشرع بجديّة في إنشاء محطات خاصة، تكون بمثابة البوق الدعائي لها.

وبلا تردد اختار حلًّا ثالثًا يظل محتفظًا به بتلك الحرية الركيّزة الأساسيّة لهذه المحطة، واختار أنطوان نوفل أن يخفض ساعات الإرسال أو البث اليومي ساعتين، وشكّل قبل أن يعلن قراره هذا اجتماعًا بالعاملين في الراديو، جمعهم وظل من قبلها بأيّام يستمع إلى وجهات النظر المختلفة، ثمّ أعلن قراره بتخفيض ساعات الإرسال، واختار له الفترة الصباحية، أي بعد طلوع الشمس، أي من الثامنة صباحًا إلى العاشرة بتوقيت(1)

(1) بتوقيت البلاد العربية المقصودة بالإرسال يكون من التاسعة إلى الحادية عشرة صباحًا.

جريتشن، والمعروف عن راديو مونت كارلو أنه يبدأ إرساله في الخامسة صباحًا بتوقيت جريتشن يُسمونها فترة الفجر **Petit Matin**، وهذه الفترة بالذات تحرص عليها المحطة كل الحرص، وتكون أغلب البلاد المستهدفة في المشرق العربي في حوالي الساعة السادسة صباحًا، حيث كثافة الاستماع كبيرة جدًا، فيها يستعد الرجال إلى الخروج إلى أعمالهم، وباقى أفراد الأسرة تستعد لأن تبدأ يومًا مشحونًا، إمَّا بالعمل المنزلي أو الترحال لأماكن العمل أو أماكن الدراسة، بعد هذه الفترة يتوقَّف البث لمدة ساعتين أي من التاسعة إلى الحادية عشرة، ثم يستأنف بعد ذلك مرة أخرى، وبقيت فترة البث المسائي كما هي، على أن تنتهي في حوال العاشرة بتوقيت جريتشن في الوقت الذي تكون فيه أغلب البلاد العربية في المشرق في تمام الحادية عشرة.

والمتتبع (1) لهذه المحطة يجد أن البداية كانت بثاني ساعات يوميًا عام 1971م، ولكن بعد حرب أكتوبر زاد اهتمام المحطة بنوعية أخرى من البرامج غير الموسيقى من غربية وشرقية، فزادت ساعات الإرسال ووصلت إلى إحدى عشرة ساعة، وعندما بدأ إدخال الخبر الإذاعي والبرامج الإخبارية على وجه الخصوص، ومع اهتمام العالم العربي المتزايد

(1) مدخل إلى الإذاعات الموجهة. د/ ماجي الحلواني.

بهذه المحطة وصلت ساعات البث إلى خمس عشرة ساعة حتى عام 1977م وبداية في فبراير في العام نفسه حين أقيمت محطة التتيم في قبرص بذلك الاتفاق مع **Telediffusion de France**⁽¹⁾، ثم في عام 1979م وصل الإرسال إلى 17 ساعة يوميًا، حيث تبدأ في الخامسة صباحًا وحتى العاشرة مساءً بتوقيت جرينتش، أي أنها تبدأ بالتوقيت المحلي في أغلب البلاد العربية في السادسة صباحًا وحتى الحادية عشرة مساءً، وهي بذلك تعتبر أكثر الخدمات الإذاعية الموجهة باللغة العربية في مختلف أنحاء العالم من حيث عدد ساعات الإرسال.

عود إلى البرامج الإخبارية:

ويجدر بنا أن نلقي نظرة على تلك البرامج الإخبارية التي حرصت الإذاعة على عدم المساس بحرية الكلمة فيها، فمن المعروف أن إرسال راديو مونت كارلو **R.M.C** يصل إلى المنطقة العربية والشرق الأوسط، عن طريق جهاز إرسال على الموجة المتوسطة في جزيرة قبرص قوته 600 كط بالإضافة إلى استخدام توصيلات الميكرويف والكابل الممتد تحت البحر⁽²⁾، إنها تُقدّم مواجز الأنباء بواقع موجز كل ساعة مدته خمس دقائق، هذا إلى جانب النشرات الإخبارية المفصلة العربية والفرنسية،

(2) Bernard Voyenne op. cit p200.

(1) Sydey W. Head (1985) Opeit p340.

والتي تصل مدتها ما بين الربع والنصف ساعة، وتتخللها تقارير المراسلين المتواجدين في المناطق المهمة من العالم، كما قلنا تفصيلاً من قبل، مع ملاحظة مهمة أن هذه الأخبار الواردة في النشرات تأخذ شكل القصة الخبرية، وتُقال بشكل غير تقليدي، فيستطيع المذيع أن يقول بعض التفاصيل المتعلقة بالخبر، وقد تكون هذه التفاصيل طريفة، أي ما يحدث في كواليس الحصول على الخبر، ذلك دون التقيّد بوقت محدد للنشرة، ولهذا تلاقى الأخبار المذاعة من راديو مونت كارلو شعبية كبيرة في المنطقة العربية، إذ يشعر المستمع أنّ قارئ النشرة إنّها يصدقه القول، بل وفي أحيان كثيرة يشعر بأنه يفضي إليه بما يعرفه، ولا يقرأ عليه خبراً فقط، وليس أدل على قوة راديو مونت كارلو كإذاعة إلا ما قامت به المملكة العربية السعودية من تشويش على المحطة لمدة شهر تقريباً زمن أحداث احتلال الحرم الشريف عام 1980م.

وإذا كان راديو مونت كارلو باللغة العربية ينهج في اختيار أخباره من نشرات ومواجز المنهج الغربي أولاً بحكم أنّ العاملين قد عملوا لسنوات طويلة في مجال الإعلام الفرنسي سواء الإذاعة أو الصحافة، وثانياً بحكم نشأة هذه المحطة ووجودها في فرنسا، فلا بدّ أن نلقي نظرة ولو سريعة على فلسفة هذا الإعلام الغربي.

كيف تختار دول العالم الغربي أخبارها؟

للإجابة على هذا التساؤل لابد أن نقرب الهرم القيمي المتعارف عليه عندنا تمامًا، لماذا؟ لأن وسائل الإعلام الغربية تهتم بالأخبار السلبية في المقدمة عن الأخبار الإيجابية، لماذا أيضًا؟ لأن الغرب يتوقع باستمرار أن البشرية لابد أن تسير في طريق الازدهار والنمو، أي أن هذا الاتجاه هو الطبيعي وهو العزيزي أيضًا، ولهذا فعند حصول الفشل يعتبر قيمة إخبارية غريبة جدية بالمتابعة، بعكس الدول النامية التي تتوقع الانحراف والفشل، ومن هنا حين يحدث النجاح يعتبر قيمة إخبارية جدية بالمتابعة، ولاشك أن صحفيي راديو مونت كارلو العرب وهم خريجو هذه المدرسة أو على الأقل قد تأثروا بها بشدة بحكم تعاملهم السابق مع الإعلام الفرنسي ومعايشتهم له، فنلمس هذا التأثير واضحًا، فأخبار فرنسا في إذاعة R.M.C قد تأتي في المرتبة السابعة أو أبعد من هذا، مع الوضع في الاعتبار طبيعة المحطة كإذاعة تجارية غير حكومية، بمعنى أنها لا تخضع لسيطرة رسمية، وأيضًا رغبة المحطة ألا تبدو أمام جمهورها في المنطقة العربية كصوت رسمي دعائي للدولة، وخاصة أن هذه الإذاعة هي الإذاعة الدولية الوحيدة الموجهة من فرنسا إلى الدول العربية، ولا تغفل أيضًا عنصر الذاتية التي شربها وتأثر بها صحافيو الراديو من معاشرتهم

للديموقراطيات الغربية والمتمثلة في الإعلام، ومنها الحرص على منتهى الحرية في عملية انتقاء وصياغة وترتيب الأخبار كما يراها مذيع النشرة أو الصحفي كما يُسمَّى هناك، وهذا الأمر لا وجود له في دول العالم الثالث، من هذا المنطلق نجد أنَّ الأخبار الفرنسية لا تتقدَّم ولا تتسיד، وإذا ما فشلت في أي جانب دولي أو محلي يذيعون هذا بتركيز كبير؛ لأن الطبيعة عندهم هي الصحيحة، أما الفشل أو التعثر فهو النادر الذي يجب أن يبرزوه، أما إذا ذكروا فرنسا في نشراتهم، فإنما يذكرونها من جانب رؤيتها ومشاركتها لمشاكل دول العالم الثالث، ليؤكدوا استقلالية القرار الفرنسي وقدرته على التأثير في مجريات الأمور والأحداث العالمية، أما إذا ما اخترعت فرنسا أو أنشأت أو ابتكرت، فلا نجد أي إشارة له.

أمَّا الجانب المتعلق بالأيولوجية فإنه يتأكد بصورة صارخة في تجاهل R.M.C الأخبار الخاصة بالكتلة الشرقية، برغم وجود العديد من العلاقات بينها وبين العالم العربي، وإن كانوا لم يستطيعوا تجاهل أخبار الاتحاد السوفيتي مثلاً، وهذا لأنها دولة عظمى، فنجدها تأتي بين الحين والحين ولكن بنسبة لا تزيد على 4٪⁽¹⁾ من مجمل الأخبار، وهنا لا يفوتني

(1) نائلة عمارة مصدر سابق.

أن أنوّه أنّ السيد أنطوان نوفل رئيس الأخبار العربية يميني بكثير من المقاييس، وباقي العاملين في أغلبهم من اليمين، وإن كنت لا أستطيع أن أحدد إن كانوا أيضًا من الرأسماليين أم لا، واعتبار آخر وهو أنّ هذه الإذاعة صادرة عن دولة فرنسا بلد الحرية، وإذا كانت هناك معايير ووجهات نظر للدول الغربية في اختيار أخبارها وترتيبها، ومنها معيار الصراع، ومعيّار الشهرة، ومعيّار تحسين صورة الدولة الباتّة، ومنها أيضًا معيار قرب المشكلة جغرافيًا، ومعيّار طبيعة العلاقات ودرجة قدمها، المعيار اليميني أو اليساري كفكر وأيدلوجية، وليس المقصود الدين بالمرّة. فنلاحظ اهتمام R.M.C بأخبار إسرائيل، والتي تحتل حوالي 11٪ من أخبارها، وهذا يرجع إلى الإحساس بالدور الإسرائيلي وتأثيره الدامي في الأحداث المتعلّقة بالشرق الأوسط، وأيضًا لرغبة الراديو في إرضاء تطلّع المستمعين العرب في المنطقة، وهم أول من يمسه هذا الصراع الإسرائيلي، ولا يجدوا ما يشفي غليلهم في خدماتهم الإعلامية المحلية؛ نظرًا للقيود الرقابية المفروضة على وسائل الإعلام المحلية، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، كذلك الحال بالنسبة لمشكلة حرب الخليج، أمّا مشكلة

لبنان، فإنها تأخذ أكثر من 26٪ من مجمل الأخبار في النشرات ففيها عنصر الصراع العربي الإسرائيلي بوضوح، وفيها عنصر الغرابة، وفيها عنصر فريد وهو عنصر الصراع العربي - العربي أيضًا، أضف إلى ذلك أن عنصر الصراع العربي - العربي في لبنان يسانده أطراف متعددة ذات اتجاهات متباينة من المعسكر العربي والمعسكر الشرقي ومن تداخلات دول أخرى ليس شرطاً أن تندرج تحت أحد المعسكرين!!

إذا كان ما فات جانباً يتعلّق بالنشرات الإخبارية المفصلة، والمواجز التي تُسمّى فلاشات **Flashes**، والتذكير بالعناوين الذي يؤكد على أهمية وحيوية بعض الأخبار، سواء كان هذا باللغة الفرنسية أو العربية من راديو مونت كارلو، إنَّ تكرار عرض الخبر فيه إشارة ودليل على الاهتمام بدولة معينة في منطقة معينة، بالتركيز على أخبارها أو يكون هذا التكرار لطبيعة الحدث ذاته واستمرارية أحداثه.

هناك أيضًا نوعية أخرى من الأخبار تأتي في شكل نشرات وهي الأخبار الاقتصادية، بدءًا بسعر الدولار مرورًا بالجنيه الاسترليني إلى الين الياباني.

وأخيرًا هناك نوع آخر من النشاط الأخباري وهو البرامج الإخبارية اليومية، وهي تمثل المحور الرئيسي لفكر القائمين على هذه المحطة ومنها:

بأنوراما:

يعد أشهر برنامج تحليلي سياسي تقدّمه المحطة وتختتم به إرسالها اليومي، وله شعبية ضخمة على المستوى الدولي صاحبه الرئيس أنطوان نوفل⁽¹⁾ المدير العربي لراديو مونت كارلو، وهو لبناني ماروني من مواليد 1935م في أوائل عقده الخامس، ولما كنتُ شديدة الإيمان بأن الشخصية بمعنى الذاتية تترك بصمتها ولونها على أي عمل يقدمه صاحبها، فلا بد أن نتوقف أمام شخصية هذا الرجل، وغني عن القول أن نقرر أنه من مؤسسي راديو مونت كارلو، وهو الذي استحسن من السيدة سناء منصور⁽²⁾ وأشار عليها حين استطلعت آراء العاملين في راديو فرنسا بالهاتف، أن توالي نشر الأخبار أول بأول عن حرب أكتوبر، دون التقيّد

(1) دارس للعلوم والفيزياء ثم معهد الصحافة والتلفزيون في فرنسا مدة ثلاث سنوات، بدأ عمله الإعلامي في الإذاعة الفرنسية، ثم في التلفزيون الفرنسي، ثم المسؤول عن البرامج الخارجية في تلفزيون فرنسا، وعمل بالتعاون من خلاله مع وزارة الثقافة الفرنسية ووزارة التربية، حائز على وسام الاستحقاق الفرنسي عام 1979م تقديرًا لمجهوده في العمل الصحفي في راديو مونت كارلو، حائز على وسام الاستحقاق اللبناني سنة 1988م، له فيلم تليفزيوني تعليمي بعنوان النار مدته ساعة حصل به على جائزة الاسكندرية لثلاثة أعوام متتالية 63، 64، 65، على خمسين مشترك.

(2) الدور المصري في نشأة راديو مونت كارلو ص 52 من هذا الكتاب.

بمواعيد النشرات في ذلك الوقت... إلخ، مكتبه يقع في الدور الأرضي بجوار استوديو البث الذي نعمل منه جميعاً سواء مذيعو البرامج أو صحافيو النشرة، يفصل بينه وبيننا خطوات لا تتعدى أصابع اليد الواحدة، والواقع أنَّ هذا القرب أقلقني، فهو لا شك سيحد من حرية العاملين، وسيفرض نوعاً من القوالب الواجبة، ولكن ليس ليوم أو بضعة أيام، إنما طوال فترة العمل، بمعنى اليوم والغد وبعد الغد وهكذا، والأكثر من هذا أنني لاحظتُ في أول مقابلة لي معه لكتابة عقد العمل أنَّ هناك جهاز راديو مفتوح دائماً حتى ولو كان خارج هذا المكتب، يستمع من خلاله وبشكل مستمر ومتواصل إلى كل ما يُقال في لحظتها، فزاد هذا من درجة التوتر الداخلي، فإذا ما أخطأت أو نسيت فلا بد أنه سيرسل في استدعائي فوراً، ولما كان لا يفصله عن استوديو البث إلا ثلاث خطوات، فهذا لن يعطي فسحة لالتقاط الأنفاس أو لترتيب الدوافع والأسباب، وفوق هذا اكتشفت بنفسني أنَّ وضع جهاز راديو في كل حجرة لهذه المحطة تقليد ضروري بل وملزم لجميع العاملين سواء من العرب أو الفرنسيين، يستوي مَنْ يتكلَّم العربية ومَنْ لا يعرفها!! ناهيك عن أنَّ المذيع

حين يبدأ رسالته ويتوحد داخل الاستوديو مع الميكروفون، فإنه ينسى العالم من حواليه، إلا أنه بالرغم من هذا فقد ملأني القلق المشبوب بالتوقع الدائم بالمساءلة أو الاستدعاء، ولكن مرّت ساعتان الأولى هادئة، وخاصة تلك الساعات التي كان يجري لي فيها الاختبار الأوّل على الهواء قبل الانتهاء من كتابة عقدي مع محطة R.M.C، وتلتها الأيام الأولى، بل كثيرًا ما لمحت في أثناء تحركي الكثير لأي أمر من الأمور الرئيس أنطوان نوفل⁽¹⁾، وظل ابتسامة مقدرة على وجهه، ووصلني اليقين كاملاً بأنّ هذا الرجل لا يراقب الأشياء أو العاملين بشكل بوليسي، فهذا ليس من طبيعته ولا يرضاه كأسلوب للعمل... إذًا ما هو مفهومه للعمل في هذه المحطة العالمية؟ العمل عنده هو حضور كل لحظة، بمعنى أنه لا بد من وجود خطوط عريضة تعد للعمل، ولكن عملية الإبداع المطلوبة من المذيع تأتي في لحظتها حين يكون الميكروفون من أمامه، ويكون الميكروفون أيضًا من خلفه، وكثيرًا ما كان يردّد على أسماع العاملين (إنّ العمل الإذاعي يختلف

(1) هكذا ينادونه العاملون بيا رئيس أو يا مدير وهي الترجمة الحرفية لعبارة :

عن العمل الصحفي المطبوع الرتيب، العمل الإذاعي ككل يتطلب شيئاً
يفوق الإعداد، يتطلب مفهوم الفن، ولا يجب أن يكون معداً مسبقاً؛ لأنه
فن والفن ارتجال وعفوية، ولكن بترتيب وجمال أيضاً)، ولفت نظري بعد
ذلك أنّ رئيس الراديو لا يتعد تقريباً عن مبنى الراديو نفسه أغلب فترات
البث، التي تبدأ من السادسة إلى الحادية عشرة⁽¹⁾ بتوقيت بلادنا العربية،
اللهمّ إلا لخطف وجبة خفيفة على النظام الفرنسي في حوالي الثانية عشرة
ظهراً، وعند أقرب مطعم إلى الراديو الكائن في قلب باريس، وتحديدًا في
ميدان فيكتور هيجو القريب من القنصيلة المصرية في الحي السادس عشر،
وتعرّفت على نقطة محورية في إدارته لهذه المحطة، وأزعم أنه يشترك فيها مع
أغلب اللبنانيين، وهي أنّ اللبناني مفضّل على العمل الإعلامي، وعندنا
مقولة عنهم شائعة في مصر تقول: (الشوام صحفيون بالسليقة)، إلا إنّ
هذه الفطرة تأخذ أيضًا من فطرة أخرى مشهود لهم فيها، وهي
التجارة، والتجارة تتطلب الحرية والمغامرة، فلا يمكن أن تعرض أي مديعة
فكرة في رأسها تريد تنفيذها إلا ويشجعها لتبدأ محاولتها على الفور، وهذه

(1) أو التي تبدأ من الخامسة GMT إلى العاشرة مساءً GMT أي بتوقيت جرينتش.

تعتبر حرية وديموقراطية أيضاً، وقد مارسها أنطوان نوفل في فرنسا، أي في وسط أكثر حرية فعلاً، وأيضاً تعتبر تجارة ذكية، فكون أن يُسمح لأي إنسان أن يحاول تحقيق حلم له، فإنه بذلك يصبح ملزماً، ولا أقول مكبلاً بضرورة إثبات صحة وجهة نظره، فيبدأ ثم يعدل ويحجج... وفي النهاية تعود الفائدة ويعود الربح إلى الراديو، فهل هذا يُعد حرية وديمقراطية فقط أم يُعد فطرة ونظرة تجارية أيضاً...؟ وأكثر من هذا أنه يطلب من صاحب الفكرة بعد أن يصل إلى شكل نهائي لها، أن يوائم بين الأوقات المختلفة حتى يجد لها مكاناً على خريطة اليوم الإذاعي، وهنا أيضاً يُلقي بالمسئولية وبشكل ديموقراطي على صاحب الفكرة، فليس من المألوف أن يطلب لبرنامجها مهماً كان أن يحتل زمن برنامج آخر لزميل له- فالزمالة لها أحكامها العريقة- إذاً ما الحل؟ ويكون الحل غالباً أن يأخذ صاحب الفكرة مكاناً لبرنامج الجديد من خلال نفس فترته هو، وبهذا يقل التلاطم والصراع بين الزملاء في العمل الواحد، بل ويحقق فكرة الفريق في العمل وليس الذاتية والفردية المقيتة، ويقول أنطوان نوفل: (الناس أذكاء أكثر مما

نحسب، ولا بد أن يترك لكل شخص الحرية والإمكانية⁽¹⁾ اللازمة لكل ما يمكن أن يقوم به من عمل إذاعي بلا قيود)، إنَّ بعض القيم التي تقوم عليها إدارة أنطوان نوفل تصل إلى أنه لا يبدأ مطلقاً كلامه بعبارة (إن معي الحق)، مهما كان قدر الخطأ أو الإهمال الذي صدر ممن عمله، إنما العقاب يستنطق به الفرد نفسه عقب مناقشته الموسعة، فيخرج في أسوأ الظروف راضياً عما نزل به من عقاب!!! أزعِم أنه ارتضاه لنفسه عن قناعة أو العكس راضياً عن قدر إثابته جزاء الإتقان أو الابتكار أو السرعة المطلوبة... شيء آخر دفعني إلى التفكير - فدوماً أرى الأستاذ أنطوان نوفل والابتسامة تلازمه، لا يثار ولا يتجهَّم حتى في تلك الفترة من عام 1985م، والتي قرَّر فيها أن يخفض ساعات البث ساعتين، لتلك الضائقة

(1) تقليد متبع في RMC إن أي مكان يريد المذيع الوصول إليه، فله الحق في استدعاء تاكسي على أن يُقدِّم ما يثبت ما دفعه له ويسترده فوراً في نفس اليوم، وغالباً ما تكون ورقة من السائق بالمبلغ، هذا بالإضافة إلى حق المذيع في طلب أي نوع من المجالات الأجنبية أو العربية، ووجود جميع أنواع الورق المختلفة والأفلام المختلفة. أضف إلى هذا أن أي خطاب يرسله المذيع يتولَّى الراديو تصديره وأيضاً استخدام الخط الدولي في التليفون... إلخ.

المالية التي وقعت فيها المحطة، فلم ألمحه حتى مفكرًا بنوع من الهم والغم، كنتُ أسميه بيني وبين نفسي بالمدير الضاحك، وفي إحدى اجتماعاتنا كنتُ أسأله (أي حكمة تحبها سمعتها ولم تنسها؟)، فردَّ عليَّ مَنْ فوره: (عندي مبدأ وهو **Demystifier Les Choses** بمعنى أن أزيل عن الشيء هالته السرية، أي لا أعظم الأشياء)، يقصد أنه لا يعطي الشيء أكثر مما يستحقه ولا يحمل الأمور أكثر مما تحتمل، وإن كان مظهرها يوحي بذلك.

صور كثيرة له أستعرضها سريعة في رأسي، وذلك الصبر وطول النفس الذي يتمتّع به، وحالة التوازن الدائمة التي يوجد نفسه فيها، فلا يندفع ثائرًا، ولا يفقد خيط العلاقة الرفيع الذي يمسكه بيديه والذي بينه وبين جميع العاملين على اختلاف أجناسهم، فكما ذكرت على صفحات هذا الكتاب فإنَّ العمل في راديو مونت كارلو وبسبب تواجده العديد من الجنسيات العربية بالإضافة إلى الفرنسيين، إنما يوحي بالعمل في وسط جامعة عربية، وعدتُ أستفسر: (ماذا تعني بأنك تزيل عن الشيء هالته السرية ولا تعظم الأشياء)؟ فقال من فوره: (يا سيدتي المصرية إذا رأيتهم مجتمعين ومعهم سكين، فلا أقول إنها لمحاولة اغتيالي أو ذبح أي قيمة ما، بمعنى أنني لا أعطيها غير الأبعاد التي تتضمنها، إذ لا بد من تبسيط

الأمور)، ثم قال ضاحكاً: (عملنا الإذاعي هو التبسيط من أجل المستمع، سُنَّة التعامل قائمة على التبسيط والبساطة)، هل كان يعني العمل الإذاعي فقط أم أنه لم يكن يستمع إلى مَنْ يقول له بالتهويل وتوقعُ السوء مهما كانت الأمارات تشير إلى هذا، ولهذا هو دائم البشر؟ أو لعله لا يؤمن بفلسفة جان بول سارتر JEAN- PAUL SARTRE وسيمون دو بوفوار DE BEAUVOIRSIMON الفرنسيين من أَنَّ الجحيم هو الآخرون LES AUTRES C'EST L'ENFER، إلا أنه مع ذلك كان له رأي حذر جداً في مسألة الصداقة، فقد قال لي يوماً: أنا لا أربي صديقاً كل يوم - ربما لأنني أعتبر مصلحة الإذاعة فوق الكل - والأصدقاء عندي إمَّا من أيَّام الدراسة أو أيام الخدمة العسكرية، أي أصدقاء سن الحداثة، فطبيعة عملي لا تسمح لي أن يكون لي أصدقاء لأن أي صداقة قد يُفسرها الناس خطأ، على أساس الانحياز)، وأضاف وهو يرجع بكرسيه إلى الوراء: (أنا لا أتأثر بأقوال الناس، وأستنتج النتائج من نفسي؛ لأنه لا يقنعني آخر واحد ألتقي به ويتفق مع آراء الآخرين).

وكانت تشغلني قضية المرأة، فهذا الرئيس لبناني أي عربي ولكنه عاش في فرنسا، فما هي وجهات نظره في الاثنين؟ فقال لي: (المرأة الغربية حاولت أن تتساوى بالرجل بجميع المقاييس حتى غير الأخلاقية، إلا أنها الآن

عادت تريد المساواة من ناحية الحقوق الإنسانية والأخلاقية... المرأة بحاجة إلى الزواج... أمّا المرأة الشرقية فقد خطت خطوات لا بأس بها على طريق التحرّر، وعندي مثل قريب جدًا وهو أتنّ معشر المذيعات المصريات اللاتي أتبن للعمل هنا في فرنسا من أول سناء منصور إليك، لاشك أنها خطوات رائدة وبالذات للمرأة المصرية التي أثبتت أنها لا بدّ أن تتساوى بالرجل من ناحية بعض المفاهيم، وخاصة فيما يتعلّق بقدرتها على العمل الجيد، المرأة المصرية قرّبت المفاهيم الشرقية من الغربية، وهذا يؤدي إلى نوع من التقارب والالتقاء عند نقطة وسط، فمع أنّ المرأة الغربية بعد أن نادت بحريتها إلا أنها تطالب الآن بحقوقها الإنسانية وتفضّل العمل مثلاً نصف نهار... هنا سيحدث التقاء عند نقطة وسط بتقديري... وعلى العموم فرنسا لم تشهد نموًا بعدد أطفالها إلا في هذه الفترة التي تعلو فيها الأصوات بالعودة إلى الحياة العائلية بجوّها وشكلها.

وإذا عدنا إلى أشهر برنامج تحليلي إخباري تقدّمه المحطة وهو البانوراما والذي له شعبية على المستوى الدولي، وصاحبه أنطوان نوفل فإنه يعرض من خلاله أهم الأخبار التي حدثت خلال اليوم من وجهة نظر المحطة وبجميع قيمها الإعلامية مثل قيمة السلام، أو العلاقات الطيبة بالدول الأخرى، أو التي تحظى باحترام عالمي، أو قيمة الصراع الدائر، وهي من

أهم القيم التي تحرص عليها R.M.C طبعاً مع التأكيد على وجهة نظر فرنسا في سياستها الخارجية العالمية عن سياستها من الداخل، ولو كان الخبر الداخلي صورة إيجابية، وليس معنى هذا أنه إذا برز إلى السطح أي خطوات من جانب فرنسا، غير إيجابية، أنها ستغض الطرف أو تلتزم الصمت، هنا تتجسد سياسة المحطة وتبرز فوراً ذاتية الصحفي وقدر الحرية المكفولة له ليتكلم عما يراه بلا توانٍ.

ولاشكَّ أن أخبار لبنان تحتل المركز الأول في تحليلات البانوراما، وتبلغ أكثر من 25٪، ثم تأتي العراق في المرتبة الثانية وتبلغ نسبتها 18٪ ومصر لها نصيب 10٪، وتتساوى كلٌّ من الأردن والمملكة السعودية وليبيا بنسبة 6٪ وتتساوى الكويت وسوريا بنسبة 4.4٪، ما لم يأت ذكر سوريا مع حرب لبنان، فهنا ترتفع النسبة كثيراً بالنسبة لسوريا، وتتساوى الجزائر والمغرب وجامعة الدول العربية بـ 2.2٪. هذه الإحصائيات تشكّل مؤشراً واقعياً إلا في حالة إذا ما اختلفت الموازين، فتبرز وتحتل البلد صاحبة الحدث النسب الأكبر، ولكن من الملاحظ أنَّ لبنان لها نصيب الأسد من المتابعة بالنسبة لبانوراما آخر الإرسال أشهر برنامج إخباري تحليلي.

ويكاد يكون لكل بلد عربي مجموعة من الصحفيين متخصصة بشئونه، فدوّمًا القضايا اللبنانية من اختصاص أنطوان نوفل، والأستاذ أنطوان أبو سمرة، والصراع في العراق تكاد تنفرد به السيدة فريدة الشوباشي، ورغم هذا التخصص إلا أنه لا يمنع أي صحفي آخر إذا ما رأى ضرورة أن يحلل أو يعلّق على أي منطقة فيها صراع دائر، سواء في لبنان أو إسرائيل أو العراق أو الخليج أو... أو... من أن ينتقي ويحلل ويقدم ويؤخر أيًا من كل تلك الأخبار والأحداث الدائرة في عالمنا العربي وآثارها العالمية والدولية، فهذا البرنامج يشترك فيه أغلب صحفيي راديو مونت كارلو من المخضرمين في هذا المجال، وأيضًا من تقاليد هذه المحطة والتي تنفرد بها عن الإذاعات القومية في أي بلد عربي هو عدم الالتزام بالوقت، فهذا البرنامج يتراوح بين 15: 25 دقيقة، وهذا التقليد يتيح مرونة كبيرة إذا وجد القائمون على البانوراما أنهم في حاجة إلى مزيد من التفاصيل لتوصيل المضمون أو العكس، إذا ما رأى القائمون ضرورة الاختصار والابتعاد عن التكرار، وحتى لا يهرب منه المستمع فيكون في الإمكان إنهاء البرنامج فورًا بعد 15 دقيقة فقط، وكما سبق وقلنا إن هذه الإذاعة تعمل بنظام الفترات Shifts التي تتخللها البرامج المكفولة والإعلانات ونشرات الأخبار... إلخ، وكنتُ أختار أن أختم فترتي إذا كانت

مسائية بأغنية للسيدة أم كلثوم، حتى صار هذا الاختيار معروفاً عن فترتي، ففي أيام كثيرة كان صحيفو البانوراما إمّا أن يُعلنوا بشكل باسم أن الأغنية المرتقبة ستطول أو يعتذروا عن قصر أغنية السيدة أم كلثوم من داخل برنامجهم (بانوراما)، وهذا ليس غريباً على البرامج الإخبارية أو النشرات، فهي أساساً تقدّم في شكل قصة خبرية، فلا ينسى صحيفو R.M.C روح الفكاهة ومداعبة المستمع، ومع ذلك هم لا يقصدونها، إنما تأتي وليدة اللحظة من عدم وجود رقابة متابعة بالمعنى الذي نعرفه في إذاعات المنطقة العربية، وأيضاً لأن الصحفي يكون في حالة قريبة من معنى الإفضاء، وهو يقدّم الخبر الذي انتقاه بالطريقة التي تعجبه، والذي لا تخطئه أذن أي مستمع - أقصد معنى الإفضاء - من ارتفاع وانخفاض الصوت، ليقابل الهمس أحياناً وخاصة من جانب مسئول القسم العربي الأستاذ أنطوان نوفل، فتجده في أحيان كثيرة يشعر وكأنه أب يكلّم ابنه له فيما يريد توصيله إليها وكأنه يحكي لها قصة، وقد تطفئ بعض الدوافع الشخصية أو العرقية على صحافيين البانوراما، فهنا يتدخل أنطوان نوفل، ويحد من هذا الاتجاه أو ذاك الأسلوب ليبقى الراديو محايداً وصادقاً.

من ناحية أخرى لا يعني هذا أنَّ كلَّ ما يُقال مقبول إذاعياً حسب أغلب التقاليد وأعرقها كالموجود في الإذاعة المصرية، فتخرج الكلمات من أفواه بعض الصحفيين جافّة أو بدائية غير مقبولة، فالذي لا جدال فيه أنَّ عبارة قُتِلَ فلان أو اغتيل أثناء خروجه من دورة المياه أكثر مناسبة من كلمة المرحاض أو كلمة الفضلات أكثر ذوقاً في أذن المستمع عن كلمة زبالة مما يحدث أثراً سلبياً لدى المتلقي مثل التشتت.

جريدة الجرائد:

وهذا البرنامج يقدّمه الصحفي المتمرّس رواد طربية وهو أحد العقول التي اختطت سياسة هذه المحطة منذ نشأتها وتحبذ وجهات النظر التي تقول بالتلقائية والعمل الإذاعي على السجية الناتجة عن الفيض والامتلاء، حتى أصبح هذا طابعها المألوف وهو بذلك أعطاها تفرّداً أثبتت به وجودها في الساحة الدولية، وهو يرى أنَّ الإعلام خبر قبل كونه شرحاً وتحليلاً وتعليقاً، عمَل صحفياً في إذاعة مونت كارلو منذ نشأتها أي من حوالي ثماني عشرة سنة خلت، بمعنى أنه من مؤسسيها، وله أكثر من

(1) دكتوراة في الأدب الفرنسي من جامعة ستراسبورج فرنسا عام 1960م، أستاذ

اللغة العربية في السوربون الجديد ابتداءً من عام 1967م أستاذ اللغة العربية في

اليونسكو 1960: 1973، ورئيس تحرير في مونت كارلو.

إصبع في إعطائها طابعها المميز، وقد جاءها من الإذاعة الرسمية الفرنسية، وقد عمل بها فوق العشر سنوات، اكتسب منها خبرة وظَّفها في راديو مونت كارلو، وكان يرى أنَّ مقدرات الإذاعة الجديدة محدودة جدًّا عندما بدأت، بمعنى أنها إذاعة تنبت كالفطر بين ليلة وضحاها، ولها اسم غريب على مستمعي المنطقة الذين يعرفون الإذاعة البريطانية B.B.C والإذاعة الأمريكية Voice Of America والإذاعة السوفياتية وما إليها من إذاعات الدول الكبرى، (فما معنى أن تأتي موناكو إلى حلبة الكبار)، وخاصة أنَّ بداية الراديو كانت باتخاذ مقر له على مقربة من نفس الراديو كما ذكرت تفصيلاً من قبل، وهي أحد الأجزاء الأربعة المكوّنة لإمارة موناكو، والأستاذ رواد طربية صاحب الرأي الذي يقول (ولستُ أفشٍ سرًّا إذا قلت لكم إننا في راديو مونت كارلو لم نبتكر أسلوبًا في الإعلام، بل اقتبسناه، نحن نعرف الإذاعات الأوروبية ولا سيما الفرنسية، ونعرف الإذاعات التجارية أي التي تعيش من الإعلانات، فحاولنا من البداية أن نقبس طريقتها ونلبسها ثوبًا عربيًّا... مع اعتذاري الشخصي إلى الذين يجيدون اللغة العربية ويلاحظون هشاشة تعبير بعض مذيعينا وما يرتكبونه من أغلاط لغوية، فأنا شخصيًّا جاهدت وأجاهد وكافحتُ ولا أزال في سبيل عدم إثارة عظام سيويه في قبره... بإمكاننا أن نكون قريبين جدًّا من

اللغة المحليّة التي هي لغة الحياة دون أن نبتعد عن الفصحى، والأقوى لغة والأعم فائدة هو ذلك الذي يجيد التوفيق).

وكلما توغلت في الحديث أو الاقتراب من تلك الشخصيات التي أنشأت هذه المحطة إنشاءً، تعي مقدار مناخ الحرية - في العمل - التي عايشوها وهم يصنعون شكل ومضمون هذه المحطة، ولا نندهش والأساذ الكبير رواد طريفة يقول: (وإنه لمن حسن الحظ أن كان لنا - نحن نواة هذه الإذاعة - حرية تصرف مطلقة شرط النجاح، لماذا هذه الحرية؟ للسبب البسيط التالي: وهو أننا لم نكن إذاعة رسمية).

وبرنامجه جريدة الجرائد يعتمد فيه وينتقي مادته من أغلب الصحف الفرنسية، بمعنى أن هذه الصحف هي مصادره الأساسية مثل جريدة ليبراسيون Libération أو لوموند Le Monde ولوفيجارو Le Figaro ووست فرانس Oust Franec ولوماتان Le Matin ولوكوتيديان Le quotidien وليزكو Les Echos ولوباريزيان Le Parisien، وهذه الصحف اليمينية منها واليسارية تهتم بالضرورة بالنواحي الداخلية والخارجية المتعلقة بفرنسا، والتي تحرص إذاعة مونت كارلو على التأكيد عليها لخلق صورة طيبة عن فرنسا، سواء على المستوى الداخلي، بإظهارها كدولة ديموقراطية أو على المستوى الخارجي، لتأكيد

مكانتها ودورها في دفع عجلة السلام في العالم أجمع والعالم العربي بخاصة، وإذا كنتُ قد ذكرتُ أنَّ برنامج بانوراما وبرنامج جريدة الجرائد يعطيان أولوية للموضوعات العربية كحرب لبنان الأهلية وحرب العراق، وذلك لشدة تأثيرهما على الواقع الدولي، إلا أنَّ القضايا العربية تأتي في المرتبة الثانية بالنسبة لترتيب الموضوعات في جريدة الجرائد، حيثُ نجىء فرنسا في المرتبة الأولى وهذا عكس الجاري في بانوراما، إلا أنَّ هذا ما تفرضه طبيعة جريدة الجرائد، إذ إنها تعد قراءة لأغلب مقالات الجرائد والمجلات الفرنسية، والتي تهتم بالضرورة بقضايا فرنسا أولاً، وإذا كان من بين القيم التي تحكم الإعلام الفرنسي قيمة الصراع أو قيمة الصدق أو قيمة المكان القريب جغرافياً، أو حتى قيمة الشهرة، فمن الطبيعي أنَّ برنامج جريدة الجرائد يؤكِّد على نفس هذه القيم، بل إنَّ قيمة الصراع أو معيار الصراع في مقدِّمة المعايير التي يتم على أساسها انتقاء الموضوعات التي يتناولها برنامج جريدة الجرائد ونسبته مرتفعة 53.٪، ثم يأتي معيار الشهرة بنسبة 12.٪، ومعيار تحسين صورة الدولة 11.٪، ثم معيار القرب¹ الجغرافي، وثمَّة اختلاف آخر بين برنامج بانوراما وجريدة الجرائد، وهو أنَّ الأخيرة يتقيَّد بزمان محدد للبرنامج لا يتعداه، على عكس ما يحدث في برنامج

(1) نانلة عمارة ، الدراسة التكميلية على عينة من نشرات الأخبار والمواجز في R.M.C

البانوراما، وقد يعود هذا إلى أنَّ معد ومذيع أو صحفي جريدة الجرائد واحد فقط هو الأستاذ الكبير دكتور رواد طرية، أما بالنسبة للبانوراما فأغلب صحفيين الراديو يتناولون العمل فيه، فحين تكثر وجهات النظر ربما يكون الاحتياج إلى مزيد من الوقت في بعض الأحيان أمرًا واردًا أو هو ضروري.