الفهم من الداخل
الخرائط البرامجية

كي لا نصف الإعلام بالعار والعقل بالعورة، ونسير معا على طريق فهم مسارات الإعلام العربي والمصري خاصة، وبعد طرح نظريات الإعلام المعمول بها فى بلادنا والعالم، نضع بين أيديكم مفهوم الخرائط البرامجية وطبيعتها، حتما ستساعد كثيرا فى فهم لعبة الإعلام ومدى المصداقية أو التدليس، ستظهر الفارق بين الرأسمالية الوطنية والطفيلية إذا لاحظت ذلك الفارق، وأيضا الفارق الجوهري بين الإعلام الحكومي السلطوي والمسئول إجتماعيا

الخرائط البرامجية: توصيفات اصطلاحية للمسميات والأفكار والأهداف والجمهور خلال فترة زمنية معينة. فلكل قناة فضائية ما يسمى بالخريطة البرامجية، وتشمل عدد البرامج المطروحة للعرض خلال فترة زمنية معينة أحيانا ثلاثة أشهر أو ستة أشهر أو سنة، حسب رؤية الإدارة، وأيضا أسماء تلك البرامج ومدة العرض، أما كيفية العرض اليومي وتاريخ التقديم فيتم حسب جدول زمنى يومي، يسمى البرنامج اليومي "ديلي بروجرام" أما عن أفكار وأهداف البرامج والجمهور المستهدف، فكل هذا يأتي فى أوراق تفصيلية فيما يسمى بورقة الدراسة المبدئية والتى تشمل "اسم البرنامج. الفكرة. الجمهور المستهدف. الهدف. مدة العرض" تأتي أهمية أي برنامج على الخارطة فى القنوات التجارية على حسب قدرته على كسب أكبر عدد من الجمهور وبالتالي كسب أكبر عدد من

الإعلانات التجارية التى تتخلل مدة عرض البرنامج. فمالك قناة الإتصال لا يعنيه ما يقدمه البرنامج من مكاسب للجمهور بقدر ما يعنيه الربح من هذا المعروض، أي أنه يقدم سلعة لجمهوره وعليه أن يحسن الترويج للمتنج والدعاية له والإهتمام بالبيع دون السؤال عن جودة البضاعة طالما أن الجمهور المتوقع سيشتري دون تدقيق، ولو اشتري الجمهور البضاعة وأحس برداءتها، لكنه أدمنها مثلما يدمن أحدنا المخدرات، فما على إدارة المحطة إلا تزويد الجرعات فى السوق وعمل بدائل تحسبا لكساد سوق المنتج. فإذا ما نجح برنامجا على شاشة بعينها، تسعى إدارة القنوات المشابهة إلى إنتاج برامج موازية بالتغيير فى شكل خريطتها البرامجية على الفور وأحيانا تحاول إدارة قناة ما بسرقة المعد أو المخرج أو المقدم، أيا من كان سببا فى نجاح البرنامج كي يعمل لديها وبسعر مضاعف، وهناك أيضا برامج تدرج على نفس الخارطة وليس لها علاقة بالعمل الإعلامي على الإطلاق، لكنها برامج ممولة بنظام الرعاة. أي يستطيع البرامجي سواء كان معد أو مخرج أو مذيع أو حتى تاجر أرانب، أن يحصل على مساحة زمنية ويخرج إلى الجمهور بوصفه إعلامي، لكونه استطاع الحصول على أموال يضخها فى خزينة القناة. ولأننا لا نملك عملا مؤسسيا ولا مشروعا وطنيا ولا ميثاقا للشرف الإعلامي، فيمكن لمن شاء، وقتما شاء، كيفما شاء أن يقدم ما يحلو له، ولو كان كارثة على المتلقي وعلى الوطن، وهناك شكل آخر من أشكال تمويل تلك البرامج وأغلبها كان مع ظهور المحطات المتخصصة الدينية، وهى أن تتم الخريطة

بأكملها طبقا لأفكار محددة ومدروسة بعناية وممولة من الخارج بتمويلات ضخمة للغاية، لتسيير الفكر الديني فى مسار موافق للمخطط. فلن تجد عليها إلا أسماء علماء وشيوخ استحالة تجاوزهم أو الإشارة إلى أسماء غير أسمائهم كابن القيم وبن تيمية وبن عبد الوهاب. واستحالة أن تضع على خارطتها برامجا تتحرك ناحية أطروحات مولانا عبد الحليم محمود أو الإمام الشعراوي.. أو غير المخطط والمقرر.

كنت مديرا لبرامج واحدة من هذه القنوات التى كان شعارها "الدفاع عن النبي" وحينما اعترضت على الشعار لكون النبي غير متهم عندنا، واتهام الآخر له يعد فضيلة، ومن العيب أن نضع النبي – صلى الله عليه وسلم – فى قفص للاتهام. رد مالك القناة: "إن فكرة الدفاع عن النبي، تدفع شباب الخليج إلى التبرع للقناة". ثم وضع مسارا لسباب المسيحيين منتهجا طريقة لإثارة الفتنة فى المجتمع باسم الدين، وعند تنبيهه بذلك، وجدته يضحك قائلا إنها أيضا دعما للقناة، فحينما يعرف الشباب أنني أرد على القس الفضائي المدعو "ز. ب." سيعملون جاهدين للجهاد بالمال. كان صريحا معي لأنني خادعته بوصفي شيوعي الميول ولأن مفهومه عن الشيوعيين، هو أن المادة كل ما تعنيهم، فلم يتورع من كشف دناءته أمامي. كانت المحطة الممولة بأموال المسلمين، مسجلة باسم أبنائه كشركة مساهمة فى لندن. وجاءت النهاية حينما سألته مع من نسجل؟ فقال: أي شخص بلحية، فعاودت بسؤال آخر وعما نتحدث؟ قال: عن أي شيء. أي شيء فى الدين داخل سياق ما

اتفقنا عليه "الوهابية يقصد"، فهذا يجعل المتبرعين فى حالة تصديق لأنهم يطالبوننا بالبث وإن لم نخرج سنخسر كل شيء، وقبل البث والتسجيل والظهور، تركته بعد معارك دارت بيني وبينه على موقع القناة. حيث نشرت كل هذه التفاصيل.

أذكر تلك الواقعة مع رصد طبيعة الخرائط البرامجية للقنوات التجارية، كي تعمل عقلك دون عاطفة فى تقدير اتجاهات تلك القنوات. أما الخرائط البرامجية فى الإعلام الحكومي، فكانت تتم بطريقتين وما زالت

الأولى: أن تعمل لجنة مركزية مضمون ولاءها للحكومة على إنتاج عدة أفكار مدروسة وخادمة للمطروح الحكومي وترسل مباشرة للمحطات السلطوية للبدء فى التنفيذ، دون مناقشة أو اعتراض أو الخوض فى قيمة هذه البرامج.

الثانية: أن يتقدم كل معد بفكرة أو أكثر تقدم أيضا لذات اللجنة المركزية، لتقييم كل واحدة على حدة وفى النهاية تختار نفس اللجنة ذات الأفكار المتوافقة مع الرؤية الحكومية واستبعاد الأفكار الأخرى مهما كانت قيمتها.

الآن تستطيع وحدك دون تدخل أي إنسان مهما كانت صفته ووصفة وفكره أن تقرر إذا ماكنت بصدد محطات إعلامية، أمام شركات ربحية وسجون عقلية، نسميها خطأ بالقنوات الفضائية؟ أم الحقيقة الغائبة أننا نستحق كل ذلك العبث والتزييف لعوار فى عقولنا وعدم تسمية الأشياء بأسمائها؟ الحقيقة أمامك. أنت وحدك من يستطيع الحكم والإقرار.

فى النهاية نحن لا نتعامل مع أسماء شهيرة وبرامج ضخمة، بل أفكار إنسانية فى حاجة إلى عقل مستنير وثقافة راقية ووعي معرفى دؤوب. لا نقف خوفا أو تحرجا عن نقد فكرة أي إنسان، فالنقد ليس للإنسان بل للفكرة التي طرحها الإنسان. النقد ليس للنص الديني المقدس، بل للتأويل البشري للنص الديني المقدس، فالنقد إذا خرج من دائرة العقل إلى أطراف اللسان تراشقا وسبابا وقذفا، فنعود إلى ذات المسار الأول ونعاود السؤال: هل هو إعلام للعار أم عورة العقل؟ ننتظر الإجابة!

تم بتوفيق الله تعالى

طلال سيف

صدر للكاتب

- فن الإعداد التليفزيونى – ثلاث طبعات 2002–2011 – الحضارة للنشر
- اعترافات عضو فى تنظيم القاعدة – رواية – 2008 – طبعة خاصة
- فن الإعداد التليفزيوني.. عالم الأطفال – 2009 – دار نفرو
- صانع الأفلام قراءة فى إخراج الفيلم الوثائقي – 2011 – الحضارة للنشر
- الفضائيات العربية... الطريق إلى الجهل – 2012 – الأمل للنشر
- كارتيللا – مجموعة قصصية – 2012 – الحضارة للنشر
- صالح للجنون – روايـة – 2013 – الحضارة للنشر