

أولاً إنتاج الأخبار التلفزيونية

تأثير الصورة ومشكلات الصحافة التليفزيونية العربية

"ليس من رأى كمن سمع"، عبارة عربية قديمة بليغة تلخص وقع الصورة على النفس الإنسانية، ولعل من أهم أهداف الوصف التصويري لمشاهد يوم القيامة والجنة والنار في القرآن الكريم أن يعين الله تعالى الإنسان على الإيمان بالحياة الآخرة، وما فيها من ثواب وعقاب، ومن هنا تعددت تلك المشاهد في كثير من الآيات القرآنية، بل ومما يلفت النظر في السنة المطهرة أن النبي صلوات الله وسلامه عليه، نبه إلى تأثير الصورة حتى على الحيوان، فأمرنا عند ذبح الأضاحي ألا ننحر أضحية أمام أخرى.

ولعلك أيها القارئ العزيز تلاحظ أننا كثيراً ما ننسى أسماء زملاء أو أشخاص عرفناهم في سالف أيام طفولتنا أو صبا، ولكننا أبداً لا ننسى صورهم المخزونة في شريط صور عجيب داخل رؤوسنا، ومن هنا تنبع قوة الصورة. ويقال: إن نسبة ما يدركه الإنسان ببصره وسمعه تبلغ 75٪ من وسائل الإدراك الأخرى.

إن هذه الحقيقة الاتصالية ربما تفسر تتابع التطور البشري في ابتكار وصناعة وسائل الاتصال عبر العصور، فمن الخطابة وتأثير الكلمة المنشورة أو الموزونة في القصيدة الشعرية، إلى فن الإلقاء على المسرح، إلى الكتب، فالصحافة، إلى السينما والتلفزيون، ثم عالم الوسائط المتعددة "المالتي ميديا"، حيث يختلط النص المكتوب بالصورة بالحركة. وهنا يجب أن أسترده وأشير إلى حقيقة أن الحضارة الفرعونية ربما كانت أكثر من أدرك أهمية تأثير الصورة على الناس، ليس في الزمن المعاش فحسب، بل في زمن من يأتي من أجيال الأبناء والأحفاد وأحفاد الأحفاد، ولعل أياً من الحضارات القديمة لم تستخدم الصورة المرسومة، كما استخدمها المصري القديم على جدران معابده ومنازله ومقابره أيضاً.

فلنطو حقب الزمن لنصل إلى حياتنا المعاصرة التي تكاد تأخذ فيها الصورة، بتلابيب البشر سواء في ظروف السلم أو الحرب، داخل حدود الدولة أو خارجها. ثمة عينات من الصور الفوتوغرافية أو التليفزيونية التي حركت الرأي العام الداخلي والخارجي، نتذكر منها في النصف الأخير من القرن العشرين والسنوات القليلة الماضية، على سبيل المثال:

- الصور الفوتوغرافية التي أمكن لأحد الصحفيين المصريين - وهو مصطفى شردي يرحمه الله - التقاطها للدمار الذي أصاب مدينة بورسعيد إبان عدوان عام 1956

على مصر، فقد أسهمت تلك الصور في تعبئة الرأي العام الدولي ضد التحالف الثلاثي البريطاني الفرنسي الإسرائيلي، أثناء مناقشات الأمم المتحدة.

- صورة الطفلة الفيتنامية التي تمسك بها نيران النابالم والتي أهاجت الرأي العام على الجيش الأميركي إبان حرب فيتنام.

- صورة الطائر "المزفت" الذي غطى النفط ريشه جراء تلوث المياه بالنفط في حرب الخليج الثانية عام 1991، فقد ساهمت الصورة في تخويف الناس من الآثار السيئة على البيئة، ويذكر أن تلك الصورة استخدمها الإعلام الغربي والأميركي بصفة خاصة، وقد ثبت لاحقاً أنها لم تكن من منطقة الخليج أصلاً.

- صور سحل الطيار الأميركي القتيل إبان التدخل الأميركي في الصومال قبل منتصف التسعينيات، وقد أسهمت في تسريع قرار الإدارة الأميركية بالخروج من الصومال.

- حجب التلفزيون المصري أواخر عام 2000 لمدة 24 ساعة بث صور قتل قوات الاحتلال الصهيوني الطفل الفلسطيني محمد الدرة، وبرر أسامة الباز مستشار الرئيس المصري حسني مبارك قرار منع إذاعة الصورة بالحرص على عدم استثارة غضب الشارع المصري.

- صور تعذيب وهتك أعراض المعتقلين العراقيين والعراقيات في سجن أبو غريب عام 2004.

- صور ما يسمى بالفيديو كليب، وصور فتيات الإعلانات، وصور الجنس الصريح المسلطة على الشباب في العالم ليل نهار.

* * *

سلاح استراتيجي

المثال الذي لا يمكن أن يمحي من ذاكرة معاصري حرب أميركا في أفغانستان، ثم العراق في السنوات الثلاث الأولى من القرن الحادي والعشرين، هو: ضرب الطيران الأميركي مكتب قناة الجزيرة في البلدين بغرض إحداث حالة من التعتيم التلفزيوني في لحظات معينة، فيما رجحه كثير من المراقبين.

فقبل أيام من انهيار جيش ونظام صدام حسين في 9 أبريل من عام 2003 كانت قوات التحالف بقيادة أميركا قد روجت أخباراً عن انتفاضة في البصرة ضد نظام الديكتاتور العراقي، وعن سقوط مدينة الناصرية، والسيطرة على ميناء أم قصر جنوب البلاد، لكن كاميرا قناة الجزيرة الموجودة هناك كشفت في حينه كذب تلك الأخبار.

ولا أظن أن أحداً ممن عاصروا تلك الحرب سوف ينسى حتى آخر يوم في حياته صور إسقاط تمثال الديكتاتور من فوق قاعدته بساحة الفردوس ببغداد في أبريل عام 2003، فمن متابعتنا للحدث لحظة بلحظة آنذاك يبدو لنا أنه جرى الإعداد أميركياً لذلك المشهد التلفزيوني بدقة قبل وقوعه، وأسجل هنا أن زميلنا الراحل ماهر عبد الله أقر لي بأنه أدرك بعد وقت قصير من تلك الواقعة التي نقلها لمشاهدي الجزيرة بصوته على الهواء، أن العملية كانت معدة مسبقاً.

ولقد كشف الفيلم الوثائقي الأميركي "أسلحة التضليل الشامل"، وهو الأكثر ندرة من بين ما أنتج بشكل مستقل بعد عام من الحرب على العراق، كيف جرى التوظيف الاستراتيجي للإعلام وللصورة التلفزيونية والصحفية من جانب وزارة الدفاع الأميركية "البنتاغون".

وفي صيف عام 2006، قلد الكيان الصهيوني المعتدين الأميركيين في اللجوء إلى أخس أساليب التعتيم الإعلامي، إذ سارع الطيران الإسرائيلي صبيحة 16 يوليو من ذلك العام بضرب وتدمير مقر قناة المنار اللبنانية التابعة لحزب الله، بعد مرور أيام قليلة من العدوان الذي كان قد بدأ في الثاني عشر من الشهر ذاته واستمر نحو أربعة أسابيع متواصلة. ومما يسجل لقيادة الحزب أنها كانت قد أعدت العدة مسبقاً لهذا الاحتمال، بتجهيز مواقع تبادلية لاستئناف بث قناة المنار في حال ضربها.

إن تأثير الإعلام وخاصة الصحافة التلفزيونية في الحروب والأزمات أصبح يعادل أفتك أسلحة القتال والحرب النفسية.

وقد يؤدي تكرار التعرض للصور البشعة التي تبثها الفضائيات إلى عزوف البعض مؤقتاً عن نشرات الأخبار التلفزيونية، إلا أن الصور نفسها يمكن أن تحرض أفراداً آخرين على فعل أو سلوك بعينه، قد يصل في ذروته إلى تفجير النفس في الأعداء، كما يجري في فلسطين أو العراق ضد المحتلين الأجانب. وقد حدث فعلاً وأسهمت الصور التلفزيونية في اندفاع جماهير وتلاميذ المدارس المصرية عام 2000 للتظاهر في الشوارع، بل وفي سفر بعضهم إلى رفح المصرية متصورين إمكانية اختراق الحدود الفلسطينية، للانتقام لمقتل الطفل محمد الدرة على أيدي المجرمين الصهاينة.

ليس من قبيل المبالغة إذن القول بأن الصحافة التلفزيونية كادت تسحب البساط من الصحافة المكتوبة، ولولا ظهور الصحافة الإلكترونية التفاعلية واهتمام معظم الصحف بإصدار طبعة إلكترونية لتراجعت الصحافة المكتوبة أكثر وأكثر. وإن كان المتابع لتاريخ وسائل الإعلام منذ ظهورها يكتشف أن الجديد منها لم يقض على القديم قضاء مبرماً، فقد بقيت الصحف بعد ظهور الإذاعة، ومن ثم فلن يلغي التلفزيون غيره من وسائل الإعلام، لكن مزاياه النسبية خاصة في بلاد العالم الثالث تحفظ له تفوقه، ومن تلك المزايا:

- 1- أن الصورة التلفزيونية أضحت لغة عالمية بين الشعوب، وتزداد أهمية تلك اللغة السهلة حيثما تنتشر الأمية.
- 2- رخص التكلفة على المتلقي.
- 3- قلة التركيز المطلوب للمتابعة.
- 4- سرعة مراسلي التلفزيون في الانتقال إلى أماكن الأحداث.
- 5- إمكانية نقل الأحداث وقت وقوعها على الهواء مباشرة.
- 6- ولا شك أن الصورة التلفزيونية المباشرة لا يسهل تزويرها، وإن نجح البعض في توظيفها بشكل أو آخر.

* * *

مشكلات الصحافة التليفزيونية العربية

أولاً: استمرار هيمنة سلطات الدولة في العالم العربي على الإعلام، برغم تراجع الملكية العامة لوسائل الإنتاج وانتهاج سياسة التخصخصة، وسن فصل ذلك أكثر في البحث الخاص بالتخطيط الإخباري.

ثانياً: توظيف أهل الثقة على حساب أهل الخبرة

تعاني الصحافة التليفزيونية العربية -شأنها شأن الصحافة المقروءة- من فرض السلطات أو أصحاب المحطات بعض الدخلاء محدودي الخبرة في المؤسسات الإعلامية، بل ولا يستحي أولئك الدخلاء من مزاحمة المحترفين. إن ذلك يسهم في تراجع مستوى المهنة والموضوعية، ومن ثم عزوف أو زهد قطاعات من الرأي العام عن متابعة قنوات بعينها.

إن مراجعة السير الذاتية لعدد من ممارسي المهنة في بلادنا العربية تكشف عن مأس. لقد صادفت بنفسي في بعض أهم وسائل الإعلام والمحطات التليفزيونية العشرات ممن جاؤوا من تخصصات بعيدة كل البعد عن علوم الإعلام.

وعلى سبيل المثال: فإن عقلية العسكر التي جبلت على تلقي الأوامر وتأدية التحية والتنفيذ لا يمكن أن تتحول ببساطة إلى عقلية قادرة على إدارة إعلام التنوير واحترام الرأي الآخر. ومن ناحية أخرى فثقافة أغلب الضباط الذين استلموا مناصب إعلامية على مدار تاريخ الإعلام العربي عموماً لم تكن تتعدى العلوم العسكرية التي تعلموها لسنوات قليلة في الكليات العسكرية. ولا شك أن كل العاملين في أجهزة الإعلام من مرؤوسي هؤلاء الضباط كانوا يدركون تماماً أنه لا مجال البتة لمخالفة أوامر العسكر. فالدبابات والمصفحات تريض على أبواب الإذاعة والتليفزيون، والسجون الحربية تسلك المخالفين أو المشتبه في معارضتهم الزعيم الملهم وبطانته من "الثوار".

والخلاصة أن الديكتاتوريات العربية وأمراض التخلف الحضاري جنت على مهنة الصحافة المقروءة، والمسموعة والمرئية في العالم العربي جناية يطول تأثيرها السلبي.

ثالثاً: ضعف وانتهازية بعض الإعلاميين

يستشعر بعض الإعلاميين في البلاد العربية ودول العالم الثالث ضعفاً شخصياً أمام

التهديد أو الإغراء السلطوي فيقبلون تسخير أنفسهم لحساب جهات حكومية أو أمنية. وسرعان ما يقر في أذهان كثير من الزملاء داخل المؤسسة الإعلامية أن هذا هو أقصر الطرق للترقي والشهرة والمزايا العينية والمادية.

إن ضعف الكوادر الصحفية أمام إغراءات وضغوط وألاعيب كثير من صناع القرار والأجهزة الأمنية، يدفع البعض للحديث عن نهاية عصر الإعلام والصحافة لصالح التسيريات والفبركات، واعتبار الميديا والإعلاميين مجرد مطية لا غنى عنها في دنيا السياسة.

والحقيقة أن هذه التسيريات غير قاصرة على بلاد العالم الثالث وحده، بل أحيانا ما نجدها - ولكن بنسب أقل - في أوروبا وأميركا، وثمة أسماء شهيرة في هذا الصدد.

أما محلياً فيحضرني في هذا الصدد عدة وقائع عشتها شخصياً، أو شاهدتها وسمعتها من أطرافها، أولها: عندما كنت باحثاً بمكتب وزير الإعلام: ففي أحد أيام خريف عام 1978، وبينما نحن نغادر المكتب متجهين إلى المصعد أشار لي زميلي في المناوبة إلى غرفة واسعة تواجه المصعد المخصص للوزير، وقال لي الزميل - الذي توفاه الله بعد ذلك بعامين - "هنا في هذه الغرفة كان وزيرنا الأسبق عبد القادر حاتم يتلقى أفلام تعذيب المعتقلين من معارضي نظام عبد الناصر". "وكان المصور السينمائي (...). يصور مشاهد التعذيب بالسجن الحربي"، (أصبح ذلك المصور صاحب شركة خدمات وإنتاج تلفزيوني، كانت مسجلة في المركز الصحفي التابع للوزارة في مبنى التلفزيون حتى نهاية الثمانينيات تقريباً)، و"اعتاد حاتم مشاهدة الأفلام بنفسه، ثم الانطلاق بها إلى جمال عبد الناصر". زميلي الراحل هو الحاج زهران محمد محمود وكان برتبة مساعد أو "صول"، عندما عينه قائده العسكري (الذي أصبح وزير دعاية ناصر) مديراً لمكتبه عدة سنوات. والجدير بالذكر هنا أنني نشرت هذه الواقعة أكثر من مرة في بعض المجلات الإسلامية المصرية ولم يفكر السيد حاتم في الرد عليها.

أما الواقعة الثانية: فقد حكاها على الملأ المعتقل السابق الكاتب أحمد رائف في حلقة وثائقية بعنوان «أدب السجون» أذيعت بالجزيرة في يوليو 2005. وقد فصل في تلك الحلقة كيف أن التلفزيون المصري حمدي قنديل كان يذهب في أواسط الستينيات من القرن الماضي إلى معتقل القلعة ليُسجل الاعترافات التي "يدلي" بها المعتقلون، وذكر رائف

أن قنديل سبه هو والسجان الذي أحضره من السجن، إذ كانت آثار التعذيب لا تزال ظاهرة في أكثر من موضع بوجه رائف وجسده.

والجدير بالذكر أن الرئيس المصري الراحل أنور السادات أطاح بقنديل، ولفيف من الإعلاميين المصريين، ممن كانوا عمدة المدرسة الدعائية الناصرية، إلا أن هذا المذيع التلفزيوني عاد إلى الأضواء في أواخر عهد وزير الإعلام المصري الأسبق صفوت الشريف، وبدا أنه أصبح أكثر ليبرالية من ماضي شبابه، لكن تجربته الجديدة في برنامج المسمى "رئيس التحرير" لم تعجب مسؤولي الإعلام الموجه فأطيح به من جديد في أواخر التسعينيات وأوائل الألفية الجديدة.

وقد شاء القدر أن ألتقي بقنديل وجها لوجه في الدوحة أثناء الحوار الوطني اللبناني في مايو 2008، واعترف لي الرجل بالواقعة وبخطأ مسلكه حينذاك مبرراً ذلك بأن عبد القادر حاتم أمره أن يذهب مع فريق تصوير إلى المشير عبد الحكيم عامر، وقال قنديل: فذهبت إليه، فأمرني أن أذهب إلى مدير المخابرات، ومنه أخذت إلى مدير السجن الحربي، حيث جرت تلك الواقعة. وقد شهد هذا اللقاء الذي جرى في شيراتون الدوحة الزميل المصور أحمد طه والتقط لنا صورتين أثناء هذا اللقاء "على الواقف". وقد أكبرت في قنديل اعترافه بخطئه وحييته.

ثلاثة الوقائع: بطلها مذيع تلفزيوني مصري، أصبح فيما بعد مسؤولاً إخبارياً، وقد حكى لي ذلك الزميل بمرارة عقب تعيينه قبل نهاية السبعينيات كيف كان يجبر هو وفريق العمل على إعداد برامج حوارية يؤتى فيها بعدد من الناس الذين يمثلون العمال، ثم يدور الحديث عن ازدهار العمل النقابي في ظل النظام الساداتي. ومن الجدير بالذكر هنا أن ذلك الزميل لم يَحتمل الاستمرار في هذا الدجل والتضليل، فبحث لنفسه عن فرصة عمل في محطة تلفزيونية خليجية أرضية، قضى فيها نحو عشر سنوات. ثم عاد ليجد الأوضاع في التلفزيون المصري أسوأ مما تركه، فقد جرى كشف فضائح أخلاقية ورشاوى واختلاسات حكمت فيها المحاكم مؤخراً.

وقد أثمرت تلك الحقب الديكتاتورية في حكم بلادنا مشكلة مهنية أخرى، وهي أن بعض الصحفيين الذين نشأوا في محاضن هذا السوء الإعلامي، لا يستطيعون التخلص بسهولة من التردد والخوف الذي زرعه في نفوسهم الديكتاتوريات، حتى لو انتقلوا إلى

وسائل إعلام أخرى تتمتع بالمهنية والحرية، والسبب هو ما تعودوه من قيود، شبهتها أنا ذات يوم بالأحذية الحديدية التي اعتادت الأسر الصينية وضع أقدام بناتها فيها كي يتوقف نموها، لأن (صغر الأقدام من علامات الجمال في الصين).

إن مشكلة الدخلاء الهواة مثلهم مثل الصحفيين القادمين من محاضن الإعلام الديكتاتوري العربي، ربما يفيد في علاجها عملية إعادة تأهيل وتدريب طويلة نسبياً، قبل تسليمهم مسؤوليات تحريرية أو تنفيذية.

رابعاً: حاجة الصحافة التلفزيونية أكثر من غيرها للتقنيات الحديثة سريعة التطور

مثل:

- الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات.
 - هندسة الأقمار الاصطناعية والاتصالات الفضائية والبث المباشر.
 - فنون ووسائل التصوير والإخراج والإضاءة والمونتاج.
 - وسائل حفظ وتخزين واسترجاع التسجيلات البصرية الصوتية.
- وسأضرب مثلاً من رحلتي المهنية منذ عام 1981، إذ بدأت بكاميرات "أرفليكس" ذات فيلم سينمائي مقاس 16 ملم، كان لابد من تحميصه في المعمل، وهو ما كان يستغرق سويعات أو ربما يوماً كاملاً لتقديم الصور في نشرات الأخبار.
- ثم ظهر جيل كبير الحجم نسبياً من كاميرات الفيديو المتصلة عبر "كيبل" تمر فيه إشارات الصوت والصورة إلى مسجل منفصل لا يقل وزنه عن ثلاثين كجم، ومن ثم تحتم أن يكون فريق إنتاج الأخبار الميدانية ثلاثة أشخاص (مراسل، ومصور، وفني مسجل صوت)، ثم ظهر جيل كاميرات البيتاكام، فالكاميرات الرقمية العادية وعالية الجودة.

وبعدما كان على المراسلين التلفزيونيين بالخارج الانطلاق لبث الشرائط المصورة من غرفة التحكم المركزي بالمحطات التلفزيونية، أصبح كثير من المراسلين مدعومين بوحدة مونتاج في حجم حقيبة السمسونات الصغيرة، ووحدة بث مباشر S.N.G محمولة على سيارة صغيرة، أو أقل حجماً تسمى فلاي أوي FLY AWAY يتم تثبيتها في موضع

الحدث بشكل أو آخر، وقد سبق ذلك ظهور جهاز (الفيديو فون).

وقد بدأ المراسلون اليابانيون عام 2005 في بث بعض ما يصورونه إلى محطاتهم، باستخدام تقنيات النقل عبر الإنترنت بواسطة الكمبيوتر الشخصي المحمول (اللاب توب).

ومن الجدير بالذكر أن العقد الأخير من تسعينيات القرن الماضي شهد طفرة في استخدام الكمبيوتر في غرف الأخبار واستوديوهات بث البرامج والنشرات، بعدما كان ذلك حتى بدايات الثمانينيات يتم يدوياً باستخدام الأفلام والشرائط والأوراق. وبلغ التطور في السنوات الخمس الأخيرة مداه بظهور برامج سوفت وير على شبكة كمبيوترات معظم المحطات الكبرى، تساعد الصحفي التلفزيوني - سواء داخل غرفة الأخبار أو في المكاتب الخارجية - على الاطلاع الدائم دقيقة بدقيقة على ما تبثه وكالات الأنباء النصية والمصورة، وعلى حساب ثواني ودقائق التقارير والمقاطع الصوتية البصرية، وتقطيع صورته بنفسه، وعلى التواصل اللحظي مع إدارة التحرير.

لعل هذا التحدي في متابعة واستيعاب التطورات التكنولوجية المتطورة من جانب الكوادر الصحفية يصدق على الأجيال الوسيطة ممن تخطوا الثلاثين. لكن الشباب الذين تعاملوا مع الحاسوب منذ سنوات الدراسة الابتدائية يحققون طفرات وابتكارات في عالم الميديا الجديدة. وتبقى مشكلة ضعف إمكانيات شراء أو توفير أدوات هذه التكنولوجيا في عالمنا العربي بظروفه المادية والتعليمية الصعبة.

خامساً: ندرة الكوادر الصحفية المؤهلة والأمنية، المتمتعة بالحس الخبري والسياسي والتحريري، والقادرة على التواصل وتكوين المصادر لتحقيق السبق، وحسن تقدير الأولويات أثناء المتابعات أو عند إعداد النشرات وبثها إلى المشاهد.

سادساً: وهناك كثرة العرض في سوق الأخبار، فقد أضحت السماء ملبدة بالفضائيات التي يسابق بعضها البعض لتلبية الطلب على هذه البضاعة الجديدة، في الوقت الذي لم تعد عمليات التغطية أو المتابعة الفورية قصراً على محطة دون أخرى، إنما الإشكال حالياً هو كيف تجذب هذه المحطة أو تلك أكبر عدد من المشاهدين، وما هي الفنون الصحفية الكفيلة بذلك، خاصة إذا علمنا أن المشاهد يمكنه بضغطة إصبع لا تستغرق سوى ثوان معدودة، يمكن أن يتحول إلى محطة أخرى.

سابعاً : خصوصية الإدارة الصحفية التلفزيونية

لا شك أن إدارة الإعلام الإخباري التلفزيوني تختلف عن غيرها من أنواع الإدارة، إذ تتطلب القدرة الفائقة على اتخاذ القرارات الحكيمة والسريعة تحت الضغط، وذلك بحكم التعامل اللحظي مع الأحداث والأخبار. كما أن معظم الصحفيين والمخرجين والفنيين العاملين في هذه المهنة يتصفون بقدر زائد من الشعور بالأنا والنجسية. يضاف إلى ذلك كله التنوع في شرائح وطبقات ومشارب الجمهور المتلقي للرسائل الإعلامية.

إن كل مسؤول في إدارات الإعلام الإخباري التلفزيوني عليه أن يراقب ويتابع دولا العمل اليومي ويرصد الأخطاء ويقيم الإعلاميين العاملين ربما ساعة بساعة، وعليه أحياناً اتخاذ قرارات فورية صعبة، قد تسبب في إثارة غضب بعض الرؤوسين أو توترهم.

كما يجب أن يتحلى مديرو التحرير ومسؤولو النشرات، وطواقم العمل الصحفي والتقني بقدر كبير من سعة الصدر والحلم والقدرة على امتصاص غضب وحساسية بعض الرؤوسين. ومما قد يفيد في ذلك أن يكون المسؤولون الإعلاميون مؤمنين برؤية ورسالة المحطات التي يعملون فيها، فلا يصح أن يكون بينهم من يمارس مهام وظيفته لمجرد الوجهة أو الدخل المادي المرتفع مثلاً، وعلى كل منهم أن يتذكر طوال الوقت أنه يتعامل مع رؤوسين من نوع خاص، يستشعرون كثيراً من الاحترام لذواتهم وقيمهم وأفكارهم.

ولا بد من وحدانية القمة في المحطات الإخبارية، أو بمعنى أدق ألا تتوزع المسؤولية العليا في القمة بين أكثر من شخص طالما أن المدير المسؤول صحفي تلفزيوني في الأساس. ومن رأيي بعد الملاحظة والمعايشة، أن كل مسئولي النشرات التلفزيونية المناوبين هم رؤساء تحرير تنفيذيون في مناباتهم، ومن ثم فلا حاجة لمنصب رئيس تحرير عام، خاصة مع افتراض وجود سياسة تحريرية متفق عليها سلفاً، أو يجري الاتفاق عليها وتعديلها أو تحديثها حسب شروط وقواعد مهنية. إن هذه الوجدانية في القمة تجنب المحطة مواقف خلافية قد تحدث على رؤوس الأشهاد بين رئيس التحرير العام والمدير، وتصل إلى غمز ولمز كل منهما في الآخر، بل وتحزب ضعاف النفوس، كل فريق مع أحدهما

ضد الآخر، وقد تلعب عناصر من خارج المحطة، سواء من أجنحة متشاكسة داخل السلطات بالدولة أو من خارجها، على هذا الخلاف.

ومن سمات القيادي الإخباري الناجح القدرة على بث الثقة في نفوس مرؤوسيه، وزيادة حرصهم الدءوب على التميز، وعلى الشعور الدائم بالانتماء والولاء للمحطة. ويجب أن تتوفر في المدير الإخباري روح المودة والتواصل مع مرؤوسيه، فعليه أن يحيط معدي النشرات بكثير من مظاهر الاحترام والثقة، ذلك أن كلا منهم مطالب طوال ساعات عمله باتخاذ القرار المناسب في ثوان معدودات حرصًا على تحقيق السبق الخبري الصادق.

من الضروري أن يتواصل كل مسؤول إنسانياً مع مرؤوسيه، وأن يستعرض معهم مشكلاتهم من حين لآخر، وأن يقيم المراحل المنقضية سلبيًا وإيجابيًا، ولا شك أن عدالة توزيع الفرص والمكافآت وحسن توزيع الموارد تفعل مفعول السحر في نفوس المرؤوسين، ومن هنا يستطيع المسؤول المحاسبة على الأخطاء من دون أن يتهمه البعض بالتحيز أو الشللية.

ولابد أن يعيد المسؤول النظر من وقت لآخر في هياكل العمل ومسؤوليات ومنتسبي كل إدارة أو وحدة أو قسم -على رأس كل هؤلاء مراسلو المحطة- وأن يطلب من كل منهم مقترحات وخططًا وأهدافًا مرحلية وإستراتيجية، وأن يناقش الجميع في تلك الأهداف ومستويات الأداء وطرق قياسه، وأن يصارحهم بشأن الحكم على جودة عملهم، وعليه مراعاة التفرقة بين الأخطاء الناتجة عن الاجتهاد غير الموفق، وتلك الناتجة عن الإهمال والتقصير والغفلة.

وعلى مسؤولي الإدارة العليا أن يحسنوا اختيار مساعديهم وطواقم سكرتارياتهم، وأن يفوضوا قدرًا من سلطاتهم لمن يقدر على اتخاذ القرارات دون الحاجة إلى الرجوع إلى المستوى الأعلى في كل صغيرة وكبيرة، وأن يتابعوا من فوضوهم ويفحصوا أعمالهم لتدارك ما قد يقع من أخطاء. ومن الخطأ الفاحش فيما أعتقد من خلال تجربتي الطويلة نسيًا أن يبين المدير مساعديه، أو مديري الإدارات ورؤساء الأقسام، أو يلوهمهم ويقرعهم عيانًا بيانًا على رؤوس الأشهاد من المرؤوسين والعاملين.

والمدير التلفزيوني الناجح يجب أن يجيد التخطيط الإستراتيجي، وأن يتخذ لنفسه

فريقاً ممن يحددونه، وأن يتعرف بشكل دوري معهم - عبر جمهور المحطة - على مردود الرسائل الإعلامية والتغطيات أو المتابعات، وأن تتم على ضوء ذلك تعديلات وتغييرات مدروسة على شكل ومضمون النشرات والبرامج الإخبارية.

ولابد أن يحسب المدير بشكل دوري طاقات وخبرات القوى العاملة، وأن ينميها ويدعمها بالتدريب، كما ينمي الموارد المادية والتسهيلات التقنية المتاحة، ومن ثم فيجب أن يوالي قياس الأداء أثناء العمل.

والحقيقة أن العالم العربي يفتقد فيما أرى حتى الآن (2008)، نوعية القيادات الإعلامية الخبيرة المؤهلة والكافية لمواجهة الطلب المتزايد من الفضائيات الجديدة، ولعل المستقبل القريب يشهد صعود جيل جديد ممن تخصصوا أكاديمياً في الصناعة الإخبارية التلفزيونية، ومارسوها وعانوا الأمرين من قيادات "أهل الثقة".

* * *

التقييم الدوري للإعلاميين

تسوي بعض إدارات التحرير عند إجراء التقييم السنوي للإعلاميين بين القيم الحسائية المخصصة للأداء المهني، وبين قيم حسن الهندام والانضباط ومواعيد الحضور والمحافظة على أجهزة العمل وما شابه ذلك من أمور شكلية، ويثير هذا النوع من التقييم استياء أغلب الصحفيين، وقد تطورت الأمور في السنوات القليلة الماضية، بحيث زادت القيم الحسائية المخصصة للأداء الصحفي لتصبح نسبتها سبعين في المائة، كالتالي:

- الاستيعاب والفهم لطبيعة الوظيفة واحتياجاتها وأعمالها... 5 درجات.
- الإنتاج من حيث الكم: 5 درجات.
- الالتزام بمواصفات الإنتاج المحددة: 5 درجات.
- إنجاز الأعمال في الأوقات المحددة: 5 درجات.
- مراعاة دقة ومعايير جودة الإنتاج الصحفي: 5 درجات.
- مدى تحمل المسؤولية والقدرة على اتخاذ القرار عند الضرورة: 5 درجات.
- الإبداع والتميز والفاعلية: 5 درجات.
- المبادرة والتطوير والاقتراح: 5 درجات.
- المشاركة في تقويم أداء المحطة: 5 درجات.
- القدرة على العمل الجماعي وروح الفريق: 5 درجات.

وتتوزع النسبة الباقية على الانضباط والسلوك ومن ذلك مثلاً:

- الالتزام بمواعيد الدوام المحددة: 3 درجات.
- عدم الغياب أو الخروج أثناء العمل: 3 درجات.
- الالتزام بلوائح العمل وقوانينه: 3 درجات.
- الاستجابة للاستدعاءات الطارئة: 3 درجات.
- المحافظة على أسرار المؤسسة وسمعتها: 3 درجات.

- احترام رؤساء العمل: 3 درجات.
- التعاون مع الزملاء: 3 درجات.
- تقبل النصح والإرشاد: 3 درجات.
- المحافظة على ممتلكات العمل: 3 درجات.

التقييم المتبادل

جرت العادة في الشركات والهيئات العامة أن يتم تقييم العاملين بواسطة رؤسائهم المباشرين، وأن يقوم الرئيس الأعلى بالاطلاع على تلك التقييمات وقد يسمح أو لا يسمح للمرؤوس أن يبدي رأيه اعتراضاً أو رفضاً. لقد صادفت في إحدى المحطات العربية الشهيرة كارثة مهنية في هذا الخصوص؛ وهي إسناد بعض المسؤوليات الصحفية لمستجدين في عالم المهنة، فقد جيء فيها بشخص هادئ ليصبح رئيساً لأحد الأقسام المهمة، ثم سمح لهذا الشخص المستجد أن يقيم من أفنوا سنوات طوال في ممارسة الصحافة المرئية في بعض المحطات الأجنبية والعربية بل وفي ذات المحطة الشهيرة!. يحدث هذا في حين يقيم المرؤوسون والمتدربون أو الدارسون رؤساءهم أو مدربيهم وأساتذتهم في بعض الجهات والمؤسسات بالخارج، بل وتفعل ذلك عدة جامعات أجنبية في بلادنا، ولعل هذه الطريقة أصبحت من بين بديهيات الدورات التدريبية التي يقوم عليها المدربون التلفزيونيون الأجانب.

إن هذه الواقعة تدفعني دفعا لفكرة التقييم المتبادل بين الرؤساء والمرؤوسين، وفيما يلي عينة من الأسئلة التي يمكن أن تطرحها الإدارات الإعلامية النزيمية في مجال تقييم أو مراجعة أو تقييم المرؤوسين لرؤسائهم:

- 1- هل تعرف التاريخ المهني لرئيسك المباشر وغير المباشر؟
- 2- هل تشعر أن رئيسك المباشر ومن يعلوه في المسؤولية يعدل بين مرؤوسيه، ولا يميز بين الأكفاء على أساس من جنس أو عرق أو من مذهب أو فكر أو دين؟ -اضرب

أمثلة لما تعتبره تمييزاً-.

3- هل يحرص رئيسك المباشر ومن يعلوه في المسؤولية على بعض المجاملات الشخصية معك؟

4- هل طلبت مقابلة ومناقشة رئيسك المباشر فرفض؟

5- هل طلبت مقابلة ومناقشة المدير في أمر تعتقد أنه هو وحده من يجب أن يفصل فيه فرفض أو سوّف في الاستجابة مدة طويلة؟

6- هل قدمت أفكاراً أو اقتراحات تتعلق بتطوير عملك، ولم تتلق ردّاً أو تعليقاً من أي نوع؟

7- هل حدث أن قدمت اقتراحات طبقت من دون أن تنسب إليك؟ إن حدث فاذكرها على وجه التحديد؟

8- هل تشعر في قرارة نفسك أن هناك من يعتمد تحقيرك أو التقليل من شأنك بين الزملاء؟

9- هل تشعر أن رؤساءك يعرفون الحد الأدنى أو الكافي عن خبراتك وطاقتك وإمكاناتك المهنية؟

* * *

التعريف بغرفة أخبار التلفزيون وأقسامها

أ- الأقسام وآليات العمل اليومي

غرفة الأخبار في أي محطة تلفزيونية هي المطبخ الذي تعد فيه النشرات والأخبار العاجلة والتقارير وبعض البرامج الإخبارية، بغرض بثها على الهواء مباشرة أو مسجلة. وتضم هذه الغرفة عادة الأقسام أو الوحدات الصحفية، ويلحق بغرفة الأخبار عادة أقسام تقنية بها عشرات الفنيين المهرة. وتتعدد مصادر الأخبار التي تذيعها المحطات التلفزيونية، ويمكننا ترتيب تلك المصادر من حيث الأهمية كالتالي:

* المراسلون.

* وكالات الأنباء المتلفزة.

* وكالات الأنباء النصية.

* ما قد تتلقاه المحطة من مواد بصرية كشرائط الفيديو، أو الاسطوانات الممغنطة، أو ملفات الفيديو المرسلة عبر الإنترنت. أو البيانات النصية المرسلة على الفاكس أو على عناوين المحطة أو موقعها على شبكة الإنترنت.

* التصريحات والمقابلات المسجلة مع الشخصيات العامة والمسؤولين.

* الصحف والمجلات والنشرات ومواقع الإنترنت.

* الاستماع ومتابعة المحطات الإذاعية والتلفزيونية.

ويتم تقسيم الفريق الصحفي العامل في غرفة الأخبار حسب تخصصات ومهام كل مجموعة منه كالتالي:

* التخطيط.

* تحرير و"إنتاج" النشرات والبرامج الإخبارية، حيث يعمل مشرفو ورؤساء تحرير النشرات المناوبون ومساعدوهم والصحفيون، والمذيعون ومقدمو ومعدو البرامج، ومدققو اللغة والمترجمون.

* المتابعة الصحفية للمراسلين، (بعض المحطات تفصل متابعة المراسلين إداريا عن متابعتهم صحفيا).

* المقابلات.

* الجرافكس.

* مراقبة الجودة ورصد المحطات المنافسة.

* * *

ب - آليات إنتاج النشرات

- نقطة البدء من التحرير الإخباري أو "دسك الإنتاج" Production desk ، حيث تتم عمليات انتقاء وتقرير وصياغة وترتيب ما يذاع من الأخبار في شكل نشرات كاملة أو كأخبار عاجلة على مدار الساعة. ويقوم صحفيو غرفة الأخبار مع المدققين اللغويين بإنتاج ومراجعة عدد غير قليل من أخبار النشرات.

- ثم تأتي شبكة مراسلي المحطة كأهم وأبرز ما يسهم في تميزها المهني، ويعهد لقسم متابعة المراسلين Assignment، بالتعامل مع مكاتب الشبكة صحفياً، وذلك بإبلاغهم ما ترى المحطة تنفيذه من تغطيات، أو يقوم القسم بتلقي أخبار واقتراحات المراسلين وإقرارها أو رفضها بعد إحاطة إدارة التحرير، ثم يتولى أعضاء قسم المراسلين مراجعة نصوص وصور تقارير المكاتب وإعدادها للبث في النشرات أو البرامج.

- وللأخبار القادمة من المراسلين أفضلية خاصة مقارنة بأخبار الوكالات، ومن ثم فلقسم التبادل الإخباري News Gathering أهمية كبرى إذ يتعامل مع مكاتب ومراسلي المحطة، ويتعاقد وينسق مع شركات واستوديوهات البث والإنتاج الإخباري في العالم عبر الأقمار الاصطناعية، كما يتابع تحريك طواقم ومعدات التغطية والنقل المباشر من أي مكان.

- أما الأخبار التي ترد من وكالات الأنباء المصورة فيتم استقبالها وتسجيلها في قسم الـ "فيد" Feed Recording على مدار الساعة.

- وتخضع الأخبار أثناء إنتاجها لعملية المونتاج Editing ، حيث تُركب الصور وتضبط الأصوات المصاحبة والمدة الزمنية تمهيداً للبث.

- وحيث إن بعض الأخبار والبرامج تستلزم أحياناً صوراً أرشيفية، فهناك المكتبة التي تمد الصحفيين ومنتجي البرامج بما تحتفظ به من الصور والمواد الفيلمية، وتقوم بتخزين البرامج الخاصة والنشرات والتقارير المذاعة، سواء كانت من إنتاج المحطة أو مشتراة أو مهداة من غيرها.

- وقد نشأ قسم جديد بفضل التطورات الهائلة في سعة أجهزة الكمبيوتر ويطلق على هذا القسم أو الوحدة "الإنجست" Ingest وهو الذي يتلقى كثيراً من المواد البصرية،

إضافة إلى ما يرسله المراسلون من تقارير وصور، ويقوم بتخزين هذه المواد على "سيرفر" ذي سعة تخزينية كبيرة، ومن ثم يمكن لصحفيي المحطة البحث عن الصور اللازمة للخبر أو التقرير الإخباري ومشاهدتها وتركيبها حاسوبياً بأنفسهم، دون الحاجة إلى شرائط الفيديو المعتادة.

- وفي بعض الأحيان يلزم استخدام رسوم بيانية أو بيانات نصية أو صور فوتوغرافية وخرائط مع الخبر التلفزيوني، وهذا هو دور قسم الجرافيكس Graphics، حيث يتم إعداد تلك المواد المصاحبة للمواد الفيلمية، ويتم تصميم تلك المواد فنياً بشروط كأن تكون بألوان جذابة، ومكتوبة ببنط معين، ومختصرة، وأن تعوض قلة الصور التلفزيونية المتاحة في لحظة إنتاج الخبر أو البرنامج.

- وأخيراً ينتقل الخبر إلى الاستوديو أو الجاليري Gallery، حيث تتم إذاعة مواد النشرات إلى المشاهدين. ويقود مسؤول تحرير النشرة داخل الاستوديو فريقاً مكوناً من مخرج النشرة وعدد من الفنيين في تخصصات الصوت والصورة والحاسوب. ويظل هذا المسؤول على اتصال لحظي بزملائه في غرفة الأخبار، كما يتابع الصور الواردة من الوكالات أولاً بأول عبر الأقمار الاصطناعية، وقد يلتقط منها مباشرة ما يرى إضافته ضمن النشرة الجاري بثها.

- قسم الحاسوب، وقد تطورت عمليات إعداد النشرات التلفزيونية حاسوبياً خلال العقدين الماضيين بشكل مذهل، ولا يكاد هذا التطور يقف عند حد. ويمكن القول: إن الصحافة التلفزيونية ما كان لها أن تحقق مستويات تفوقها اللحظي الحالي لولا استخدامات الكمبيوتر، في تجهيز النصوص وفي ضبط زمن المواد البصرية والسمعية والنشرات والبرامج بأجزاء من "الثانية"، وليس "الدقيقة" الواحدة، ناهيك عن التطور الهائل الذي أدخله استخدام الكمبيوتر في المونتاج والتصوير ونقل الصورة والصوت والإخراج والبث المباشر، عبر الأقمار الاصطناعية.

ولذلك نبدأ باستعراض أحد أهم تطبيقات وملامح برنامجي الـ (سوفت وير) في إعداد الصفحات النصية والنشرات والصور في معظم محطات التلفزيون خلال الأعوام القليلة الماضية:

وهو "سوفت وير" أو برنامج يُحمّل على شبكة كمبيوترات المحطة وعليه ما يلي:

1- وكالات الأنباء النصية، وتلك التي تقدم الأخبار المتلفزة على مدار الساعة من شتى أنحاء العالم، وذلك مع قوائم وصفية لمقاطع ومناظر تلك الأخبار، (ويطلق على الأخيرة دوب شيت Dub Sheet) ويقوم الصحفي باستعراض تلك الوكالات بكبسة بسيطة على اسم أي منها بـ "ماوس" الحاسوب.

2- صفحات لكتابة مقدمات ونصوص القوالب الإخبارية، وما يعرف بـ "اسكربت" التقارير الإخبارية، وقياس مدتها الزمنية عند كتابة كل حرف وكلمة، فضلاً عن التحكم في تلك المدة للتناسب مع المتاح من زمن البث.

3- هيكل ترتيب صفحات النشرات والبرامج Skeleton، وهو عبارة عن مصفوفة يقوم مسؤول النشرة أو البرنامج بترتيبها تنازلياً بما يجهزه الصحفيون والمراسلون من أخبار وتقارير مصورة، وذلك حسب الأولويات التحريرية التي يحددها لكل خبر، وحسب المدة المقررة سلفاً للبث. وتتم تلك العملية بترقيم صفحات المصفوفة تنازلياً مع مراعاة ترك أرقام بينية لاحتمال الإضافة أو التأخير والتقديم، فمثلاً ترقيم الصفحات تنازلياً بأرقام كالتالي: 1-4-8-10-14-18-22-26-30-34، فإذا ورد خبر مهم في آخر لحظة بعد الانتهاء من ترتيب النشرة يمكن إعطاء الصفحة الجديدة رقماً متقدماً مثل 2 أو 3 وعندئذ تتقل الصفحة أوتوماتيكياً حسب التسلسل الجديد المطلوب.

هذا وتتيح الإمكانيات اللاحدودة للحاسوب وبرامج السوفت وير المتجددة والمتطورة، العديد من الآليات والإجراءات التي تسهل العمل في غرفة الأخبار، والتواصل اللحظي بين الأقسام، والعاملين بعضهم البعض، وأيضاً بينهم وبين المراسلين ومسؤولي التحرير والبرامج وغير ذلك.

ثانياً- نظام تخزين واستعراض الصور الواردة News Browse ويتضمن:

- استعراض ومشاهدة أفلام المواد الواردة.
- طريقة تقطيعها أو تركيبها بشكل أولي.
- كيفية نقلها عبر شبكة الحاسوب إلى غرف المونتاج، ومنها إلى هيكل كل نشرة،

ومن ثم إلى البث الفوري.

ويخدم غرفة الأخبار من النواحي الفنية أو التقنية عدة أقسام أو وحدات أخرى أهمها:

الإخراج، والتصميم الفني (الترويج والموسيقى)، قسم البث، قسم الصوت، قسم الإضاءة والكاميرات، والإستوديوهات، وغرفة السيطرة أو التحكم المركزي، والماكياج، والإدارة الهندسية والصيانة، ويضاف إلى ما سبق أقسام إدارية مثل التنسيق والشؤون الإدارية، والتسويق، والعلاقات العامة والإعلام وغيره.

* * *

ج - مبادئ وأصول العمل في الأقسام الصحفية التلفزيونية

أولاً: قسم التخطيط الإخباري والبرامجي

فلسفة وأهداف التخطيط التلفزيوني

المفهوم العام للتخطيط التلفزيوني الإخباري والبرامجي - فيما أرى - هو وضع وتصميم وضبط الأداء الإعلامي للمحطة حاضراً ومستقبلاً، بحيث يكون متوافقاً مع الأهداف والرسالة والرؤية، في ضوء الموارد المتاحة أو المتوقعة. أما المفهوم الضيق للتخطيط الإخباري فهو الاستعداد الجيد والمبكر لتغطية الأحداث، والتنبؤ قدر المستطاع بالمتوقع حدوثه في مناطق النزاعات، مع تجنب الوقوع في أسر أجندة الوكالات العالمية. ويقع على عاتق المخططين الإعلاميين اقتراح أفضل زوايا تناول المناسبات المهمة في حياة الشعوب. ويجب أن تكون المحطات المنافسة حاضرة في الأذهان طوال الوقت.

وبناء على ما تقدم فأنا أرى أن أهداف القائمين بالتخطيط التلفزيوني العام تختلف حسب ملكية كل محطة أو الدور المنوط بها، ويمكن تقسيم المحطات التلفزيونية من حيث الملكية إلى:

- 1 - المحطات الحكومية الصرفة التي تخضع لرقابة رسمية صارمة.
- 2 - المحطات شبه الحكومية التي تُمول من ميزانية الدولة وتُدار بقدر كبير من الاستقلالية.
- 3 - المحطات الخاصة المرتبطة أو التابعة للنفوذ الحكومي.
- 4 - المحطات الخاصة المستقلة التي تمولها الإعلانات أو الأنشطة التجارية لأصحابها.
- 5 - المحطات الحزبية أو العقائدية الدينية.

المحطات الحكومية في النظم الشمولية غايتها الأولى الزعيم أو الرئيس أو الأسرة الحاكمة، وبعض ذوي النفوذ من الوزراء أو بطانة الحاكم. وتعكس معظم برامج وأخبار تلك المحطات قرارات الزعيم وبطانته المقربة وتحركاتهم ومقابلاتهم، كما يجب أن "تلمعهم" وتوهم المشاهدين أنهم مركز الكون. هذه المحطات لا تمل الكلام الكبير

والأجوف عن دور الإعلام في التنمية، وتوظيفها السلطات في كثير من الأحيان لحمالات الدعاية الحكومية كتنظيم النسل أو الترويج لأفكار القائد وإلهاماته (الميثاق الوطني أو الكتاب الأخضر أو مشروعات كالسد العالي أو توشكي أو كالنهر العظيم). معظم هذه المحطات أضحت فاقدة للمصداقية، ولم تعد تلقى اكتراثاً كبيراً من الجمهور خاصة بعد ظهور الفضائيات المهنية شبه المستقلة.

المحطات شبه الحكومية المتمتعة بهامش من الحرية تضع الأحداث والفعاليات المهمة نصب أعينها، وتجتهد في البحث عن الحقيقة والتوازن وتعميق معرفة المشاهد بخلفيات تلك الأحداث.

المحطات الخاصة المرتبطة بنفوذ الحكومات، تكاد تكون نسخة من المحطات المملوكة للدولة، ولعل فلسفة إنشائها ارتبطت بمحاولات نظم عربية معينة إيهام الناس بخطوات إصلاحية شكلية، تماماً كما سمح بظهور ما يسمى بصحف المعارضة أو بعض الصحف اللندنية عربية التمويل. ولا يحتاج المراقب بل والمشاهد العادي إلى جهد كبير كي يكشف مدى ارتباط معظمها بحكومات معينة.

وتهدف المحطات الخاصة (كالبنانية والإيطالية والأميركية) إلى الربح في المقام الأول، وتكمن خطورة تأثيراتها في طغيان الدور الترفيهي الإلهائي، ولا تحظى الأخبار في بعضها باهتمام كبير. (انظر ملحق المحطات الفضائية العربية وأسماء مالكيها في آخر الكتاب).

التخطيط في المحطات المذكورة يرتبط بأهداف مالكيها، والغرض من إنشائها. وأياً ما كانت تلك الأهداف، فإنه يجب على التخطيط المهني الجيد أن يستهدي بما يعرف ببحوث المشاهدين، إذ ليس من الحكمة أن تتصور أن كل ما يبث مقبول ومرضي عنه من كثير من شرائح المشاهدين، وبخاصة الشباب. والحقيقة أن بعض المحطات الحكومية العربية العريقة لديها إدارات لبحوث المشاهدين، لكن معظم البحوث تغبرك بغرض إيهام الكبار برضا الجماهير عن المسؤولين الإعلاميين.

وإضافة للطرق التقليدية في تصميم استمارات تلك البحوث، وحسن اختيار العينات الأقرب إلى تمثيل الشرائح المستهدفة، فقد سهلت مواقع المحطات على الإنترنت عمل استطلاعات الرأي بشأن النشرات والبرامج. ومن الأسئلة التي يجب طرحها على

المشاهدين دورياً (كل ستة أشهر أو سنة مثلاً)، ما رأيك في المدة الزمنية الأنسب للنشرة الصباحية أو المسائية أو المواجهز، أو برنامج كذا وهل ترغب في المزيد من أخبار أوروبا وأميركا، أو هل تعتقد أن الأخبار العلمية والثقافية في نشراتنا كافية ... بالطبع صياغة الأسئلة يحتاج جهداً من إدارة التحرير، وإدارة البرامج، كما أن رصد وتحليل النتائج يحتاج كوادرات إحصائية متخصصة.

ويقاس نجاح مخططي أي وسيلة إعلامية بمدى الابتكار والتجديد الذي يؤدي إلى توسيع رقعة المستهدفين بالرسالة الإعلامية، ومدى القدرة على اجتذاب شرائح أخرى من المجتمع. ومن هنا فلا بد من حسن اختيار القائمين بمهام التخطيط، وأن تتوافر فيهم سنوات غير قليلة من خبرة العمل الإعلامي، فضلاً عن الانتماء الثقافي للمجتمع المستهدف بالرسالة الإعلامية، والمعرفة التامة بخصائص الرأي العام أو المشاهدين.

والتخطيط يجب أن يرتبط بعناصر العملية الإعلامية المتعارف عليها، أي المرسل والمستقبل والرسالة والوسيلة والبيئة المحيطة.

إن المخططين مرسلون دائمون، ويجب أن يكونوا متنبهين طوال الوقت لعظم مسؤوليتهم باعتبارهم يسبقون زملاءهم المراسلين ومسؤولي الإدارة التحريرية اليومية (من حيث عنصر الزمن) في اختيار واقتراح الرسائل الإعلامية الموجهة إلى الرأي العام بشتى شرائحه.

خصائص مستقبلتي الرسالة الإعلامية؛

لا يمكن للقائمين بالتخطيط أن يدعوا دونما دراسة ومعرفة خصائص مستقبلتي الرسالة الإعلامية الحاليين والمتوقعين، ولا بد أن يتنبه المخططون بشكل مستمر إلى أية تغيرات في المجتمع المتلقي وأحواله المعيشية والمزاجية، فمثلاً ليس من حسن التخطيط أن نتجاهل أو ننسى أن المجتمعات العربية تزداد شبابية بشكل غير مسبوق، ومن ثم فيجب أن نطعم خططنا دائماً بما يتناسب مع حاجات وتطلعات الشباب، وإلا افتقدناهم تماماً.

ويجب أن يدرك المخططون أن نسبة من يتحدثون اللغات الأجنبية تزداد في الطبقات الوسطى العربية بشكل ملحوظ، بسبب انتشار مدارس اللغات، والجامعات الأجنبية، وهذا الأمر يفرض علينا دائماً الانتباه إلى أن مستمعينا ومشاهدينا المتحدثين بلغات أجنبية سوف يقارنوننا دائماً بالميديا الأجنبية أو قد يستغنون عنا بالكامل في ظروف معينة.

والأمر الثالث ضمن خصائص المجتمع المتلقي هو العجلة والسرعة وعدم التركيز التي أصيب بها الناس في بلادنا، هذه الصفة يجب أن تدفع المخططين إلى الانتباه لاحتمالات إصابة المتلقي بالسأم من التغطيات الصحفية والبرامج المطولة أكثر من اللازم.

أهداف الرسالة:

وعموماً يجب أن يسأل المخططون أنفسهم، ماذا تريد وسيلتنا الإعلامية أن تقوله للناس؟، هل هي مجرد ناقل للأحداث والأخبار؟، وهل ذلك ممكن عملياً؟ وهل الحيادية المطلقة موجودة حقاً في أي وسيلة إعلامية بما فيها الأوروبية أو الأميركية؟ أو ليس مجرد انتقاء وإبراز وترتيب القصص الإخبارية يعد نوعاً من الانحياز؟ وهل البديل هو أن ندفع الناس إلى توجهات أو مواقف وردود أفعال معينة؟ وهل يجوز أن نعمن في إحباط الناس أو هل يتوجب علينا أم نسهم في زرع الأمل في نفوسهم؟

هذه بعض الإجابات:

* يجب نقل الحقيقة، بأكبر قدر من الاجتهاد في رصد زواياها، وتعميق معرفة الناس بخلفياتها وتوابعها، ويجب أن تكون المحطات المحترمة مرآة عاكسة للواقع وأحداثه في مختلف أنحاء الدنيا، الأهم فالأقل أهمية، والمرآة الجيدة لا تحدث تشوهات في الصورة.

* الحيادية المطلقة أكذوبة يراد بإلحاح البعض بها أن تكون وسائلنا الإعلامية بلا طعم ولا لون ولا رائحة، علماً بأن الماء الرقاق له طعم مستساغ، ولون قد يسميه البعض شفافاً.

* نعم يجب أن تكون الرسالة الإخبارية والبرامجية متوازنة.. لكن الصحفيين بشر من دم ولحم وعاطفة ومن المستحيل ألا تختلج أعلامهم وألستهم بالحزن أو تتوتر أوتارهم الصوتية أحياناً أثناء تقاريرهم عن قتل وإهانة البشر في فلسطين والعراق مثلاً.

* الرسالة الإعلامية مهما كانت قسوة الأحداث لا يجب أن تزيد الناس إحباطاً.

التخطيط والتحفيز:

التخطيط يجب أن يسهم في وضع آليات من شأنها تحفيز مراسلي محطات التلفزيون -بل وكل وسائل الإعلام- على الابتكار والتجديد وسرعة الإنجاز. ويجب أن يتم رصد

ومتابعة كم وجودة المواد الإخبارية التي ينتجها المراسلون، وأن تتوفر بيانات إحصائية تتيح - من مجرد النظر - معرفة المقل والكسول والنشط.

* إن التخطيط الجيد يجب أن يتعرف دائماً على رجوع الصدى الإعلامي، فذلك يشجع المتلقي على التفاعل مع الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية. ومن ثم يمكن القول بأنه لا تخطيط جيد بدون وجود دراسات وبحوث الرأي العام العلمية المخدومة والدقيقة.

* التخطيط يتعامل مع المكاتب القائمة بالفعل، ومع المناطق التي يمكن أن يوفد إليها الصحفيون في لحظات معينة كالكوارث أو التوترات والمؤتمرات المفاجئة.

* يجب مراعاة قدرات وإمكانات العاملين والمراسلين، ولا بد أن يكون بين المخططين والمراسلين أخذ ورد وتبادل للمعلومات.

* لا يصح أن يفترض المخططون الجهل فيمن يقومون بالتنفيذ. وفي نفس الوقت فإن اقتراح بعض الموضوعات وزوايا التناول لا يجب أن يؤخذ بحساسية مفرطة من جانب الزملاء في الميدان، ويجب تذكر أن أهل مكة أدرى بشعابها، فقد يؤدي إصرار بعض المخططين على التفاصيل إلى رد فعل عكسي غير مرغوب من جانب زملاء الميدان.

* المتابعة نصف التخطيط، وما لم تتم متابعة تنفيذ الخطط بلباقة ومودة مع المراسلين ومخططي البرامج، فسوف يتراجع المردود ويتقدم المنافسون.

* التخطيط للتغطيات الخاصة ولحملات والتقارير المعمقة لا يعني مجرد تقديم الأفكار والموضوعات بهدف التعريف والتثقيف والتحليل المواكب للأحداث، إنما يجب مراعاة توزيع الموضوعات وتنويعها وعدم تكرارها عشوائياً، وينبغي مراعاة التقسيمات الجغرافية والفئوية (مشرق، مغرب، دول إسلامية، عالم خارجي أوروبي، آسيوي، وأميركي، فضلاً عما يقدم للفئات والشرائح العمرية كالشباب والنساء وذوي الاحتياجات الخاصة ... إلخ).

* * *

نماذج من اقتراحات تخطيطية عامة لاجتذاب مزيد من المشاهدين

تسعى كل محطة بلا شك لاجتذاب أكبر عدد من المشاهدين من شتى فئات وطبقات الرأي العام والمتخصص. وتزداد الحاجة لهذا المسعى في الوقت الراهن بسبب منافسة الفضائيات بعضها بعضا. وأرى أن السبق في الحصول على الخبر بالصورة والصياغة الجيدة أصبح سهلا إلى حد كبير بمجرد توفير الميزانية والكوادر الصحفية. ومن هنا تكمن أهمية التخطيط والابتكار والتجديد في محتوى وشكل النشرات والبرامج.

وإذا تذكرنا أن المواد الخبرية تتسم بجفاف طارد للمشاهد غير المتخصص أو غير المسيس، فإن المخطط عليه أن يبدع في اقتراح المغريات الكفيلة باجتذاب شرائح من فئات الشباب أو النساء أو غيرهم. فلنطرح هنا بعض الأفكار على سبيل المثال:

1- ضرورة تنويع وتطعيم النشرات دائما بغير السياسي من الأخبار المصورة، كأخبار الطب والصحة والمعلومات والثقافة، والأخبار الغريبة والشيقة والإنسانية. ويلزم المحافظة الدائمة على نسبة محددة من تلك الأخبار طوال اليوم والليلة.

2- الإكثار من التحقيقات الإخبارية القصيرة "الفيتشرز" وعدم التضحية بها بسهولة، باعتبارها من بين أدوات التحايل لجذب المشاهدين. ويجب ألا يمل المسؤولون من تنبيه وتكليف المراسلين لاكتشاف ما تذخر به البلدان التي يعملون فيها، على أن يكون لتلك الفيتشرز الأولوية على ما تبثه الوكالات الأجنبية المصورة.

3- تكليف المراسلين بأن يقدموا خططاً شهرية أو نصف شهرية، ولتجري محاسبتهم على التقصير، ومكافأتهم على الإنجاز المتميز المتفرد، ويجب تغيير مواقعهم كل ثلاث أو أربع سنوات على الأكثر.

4- تقديم نشرات أخبار ذات طبيعة محلية أو إقليمية عربية مفصلة (مشرق - مغرب - شام - خليج ... إلخ) مما قد تهملها المحطات الحكومية أو الخاصة المقيدة رقائياً.

5- كما يجب الاهتمام بغير المسلمين في العالم العربي بإعطائهم مساحة أكبر من الاهتمام الإخباري.

6- الاقتصاد يتسم بتعقيداته ومصطلحاته الفنية الطاردة للمشاهد العادي، ولو استطعنا تقديم نشرات اقتصادية مبسطة أكثر من الحادث حالياً فربما نجحنا في اجتذاب

أعداد أكبر من المشاهدين، كالباحثين عن فرص استثمارات صغيرة، أو فرص عمل جديدة، أو أفضل أسلوب للدخار الشخصي. وبدلاً من الاقتصار على نقل أسعار صماء للعمليات والنفط والبورصات الأجنبية والعربية، يمكن لمحرري النشرة الاقتصادية تجسيد وترجمة هذه الأرقام الصماء إلى أمثلة من واقع تعاملات عموم المشاهدين في مشترياتهم الشخصية مثلاً.

هذا وقد دشت الجزيرة لأول مرة وحدة للتخطيط في منتصف أغسطس عام 2004 تحولت بعد نحو عام إلى قسم، وفيما يلي أهم ما كان منوطاً بها:

1- إمداد مديري المكاتب والمراسلين بمواد صحفية ومعلومات وافية للتغطيات (مثل الشخصيات والدول والمنظمات والأحزاب والوثائق والمعاهدات والأزمات والحروب وأحداث العام).

2- صياغة وإعداد مقترحات مفصلة للخطط المبدئية التي يحتاجها العمل اليومي. وكانت الوحدة تعتمد فيما توفره على وكالات الأنباء، ومواقع الإنترنت والصحف والمجلات، وما يمدّها به المراسلون من خطط أسبوعية وشهرية.

3- المشاركة في تقييم عمل المراسلين والقصص التي يرسلونها.

4- وضع معايير لتقييم تعامل المراسلين مع الخبر والصورة من حيث الدقة والسرعة والشمولية، أخذاً في الاعتبار أداء مراسلي ومكاتب القنوات المنافسة. وكانت وحدة التخطيط تقوم بمتابعة، وتسجيل نقاط التفوق أو الإخفاق في زوايا التعامل مع الحدث، بالنظر إلى المواد المتوفرة للمراسل والمعلومات التي دعم بها، كما كانت ترصد القضايا المثارة التي غفل عن تغطيتها، وبالمقابل الموضوعات المهمة التي حققت المحطة انفراداً فيها.

ومن أهم هذه المعايير:

- المبادرة والمتابعة.
- كم ونوعية الإنتاج.
- الدقة والسرعة والموضوعية.

- التعامل مع الصورة في التقارير.
- تعاون وتجاوب المراسل مع المقر.
- السبق الصحفي.

5 - تلقي ما يرسله مديرو مكاتب المحطة عن الأحداث المتوقعة أسبوعيًا، بما فيها الفعاليات المعروفة سلفًا، والموضوعات التي تصلح كتقارير فيتشرز - اجتماعية، ثقافية، اقتصادية، سياسية - مع الأخذ في الاعتبار البعد الإنساني المتعلق برجل الشارع العادي. ويضاف إلى ذلك الأحداث ذات الأهمية الخاصة التي تحتاج إلى تغطية أوسع.

* * *

فوائد التخطيط الإخباري وأنواعه

لا شك أن التخطيط في العمل الإخباري يوفر المال والوقت والجهد، ويؤدي إلى التجويد والسرعة في التغطية، كما يزيد من فرص تحقيق السبق في ظل المنافسة الشرسية مع المحطات الأخرى. وكلما اجتهد القائمون بالتخطيط في البحث والتفكير وتوسيع دوائر العلاقات والمصادر والمعارف، كلما أمكنهم تغطية أحداث وفعاليات مستقبلية متعددة، ومن ثم فالتخطيط يساعد على ألا تفوت المحطة أية أحداث تهم مشاهديها، فلا ينصرفون عنها إلى محطات أخرى. والتخطيط الإخباري ينقسم من حيث الفترة الزمنية المستقبلية التي يغطيها، إلى ثلاثة أنواع:

أولاً: التخطيط العاجل

ويقوم به في العادة المراسل القائم بتغطية حدث مفاجئ، وقد نسميه هنا التعامل السريع مع الحدث، ومثاله حوادث الاغتيال والحروب المفاجئة والكوارث كالزلازل والفيضانات وانهيار المنازل والحرائق الكبرى. في مثل هذه الوقائع أو الأحداث يجب أن يتحلى المراسل والمنتج والمصور أيضاً بسرعة بديهية وحسن تصرف ومقدرة على وضع خطة عاجلة تضمن لهم ما يلي:

- * الوصول لموقع الحدث بأقصى سرعة.
- * جمع معلومات سريعة قبيل وأثناء التوجه لمكان الحدث (عبر الهاتف أو غيره).
- * تحديد من يمكن الاتصال بهم من مسؤولين أو مصادر موثوقة.
- * استعراض مكان الحدث من جانب المصور أو ما يسمى بالـ Location Hunting.
- * وتحديد النقطة التي يمكن أن يتحدث منها المراسل إلى المشاهدين وفي خلفيته أفضل ما يمكن أن يعبر عن الحدث.
- * اختيار زاوية تناول الحدث بما يضمن التميز عن المنافسين الموجودين في المكان، وقد تكون الزاوية، إضافة للصور الجيدة المعبرة، نوعية وكم المعلومات الصحيحة، أو تعليقات أفضل مختص جرى اختياره كي يشرح للمشاهدين من موقع الحدث.

*وأخيراً يجب أن يتحسب المراسل من احتمالات تعرض الشريط أو الشرائط التي يتم تصويرها للمصادرة من جانب بعض السلطات الأمنية الموجودة بالمكان.

خبرات شخصية من التخطيط للأحداث المفاجئة:

حادث اغتيال الرئيس السابق أنور السادات:

المراسل والمنتج الإخباري التلفزيوني يجب أن يفهما جيداً ما يحيط بهما من أجواء التوترات السياسية على صعيد الصراع السياسي الداخلي، وعلى صعيد العلاقات الإقليمية والدولية، ومن ثم يجب أن يكون لدى كل منهما قدرة على التنبؤ ببعض ما يمكن وقوعه من أحداث، على أساس قراءة وتحليل التطورات الجارية.

وتطبيقاً لهذه القاعدة، فقد توقعت شخصياً ردات فعل لما أقدم عليه الرئيس الراحل أنور السادات في 5 سبتمبر عام 1981، من اعتقالات شملت رموزاً من كل القوى السياسية المصرية حينذاك، وهذا التوقع جعلني أصر على حضور ما يسمح للإعلام الأجنبي رسمياً بتغطيته من زيارات وتحركات السادات. ولم يكن المراسل الياباني في البداية متحمساً لكنه اقتنع بوجهة نظري، فذهبنا إلى منصة العرض العسكري يوم 6 أكتوبر بعد الحصول على البطاقات الصحفية من الجهات الأمنية، وجلسنا مع باقي الزملاء على بعد نحو عشرة أمتار من الجانب الأيسر للرئيس، لا يفرقنا عن أرض العرض سوى نحو ثلاثين متراً، وفجأة توقفت سيارة نقل الجند وترجل قاتل السادات وإذا بطلقات رصاص مباغتة سريعة تنهمر نحو المنصة، فأدركت بعد لحظات أن ثمة محاولة لاغتيال الرئيس، وبحكم خبرة بسيطة كضابط احتياط سابق انبطحت أرضاً جاذباً معي بقوة المراسل الياباني خشية أن تصيبنا طلقات الرصاص. كان علينا بعد دقائق أن نفكر بسرعة في خطتنا الفورية للتغطية، وانتهزنا أول لحظات توقف الرصاص لنطل برؤوسنا فإذا بالدماء في كل مكان بينما الهرج والمرج والتزاحم ينفض بسرعة من قلب المنصة جرياً إلى أطرافها، وكان الوزراء والحرس يهرولون مبتعدين.

وهنا بدأت أول عناصر الخطة السريعة وهي محاولة الحصول على الخبر اليقين بشأن مصير السادات، فاعترضت طريق أكثر من وزير أثناء هرولتهم مبتعدين، وبينهم وزير الداخلية النبوي إسماعيل لكنهم رفضوا التوقف، أو التصريح بأي شيء، وهنا قررنا أن نتجه إلى حيث تركنا سياراتنا لنسرع بها إلى المكتب كي نرسل خبراً أولياً هو إطلاق النار

على السادات في منصة العرض العسكري، وأن مصيره لم يعرف بعد. وكان يهرول معنا الزميل مراسل البي بي سي آنذاك بوب جوينز. وصلنا المكتب حيث أبلغنا الخبر المبدئي هاتفياً، - لم تكن الهواتف الجواله قد اخترعت بعد- ثم وضعنا خطتنا التالية وهي متابعة مصير السادات، فانطلقت أنا إلى مستشفى المعادي العسكري لتحري التطورات وإبلاغها من أقرب هاتف إلى المراسل في المكتب، وفي نفس الوقت كانت إدارة التحرير في طوكيو قد أمرت بتحريك طواقم مراسلينا في لندن وباريس، وهما الأقرب لنا زمناً وجغرافياً، فوصل الفريقان بعد ساعات من الحادث. وسأحدث في موضع لاحق عن تحريك المراسلين والتنسيق بين أكثر من مراسل بواسطة إدارة التحرير.

انهيار منزل

كنت يوماً عائداً إلى منزلي بعد يوم طويل من العمل المكتبي، وفي الطريق شاهدت عن كثب عاموداً من الأتربة يتصاعد في السماء، ثم سمعت صرخات وقرقعات على بعد، فتحولت بالسيارة بسرعة نحو المكان الذي تنبعث منه تلك الأصوات، وقيل أمتار من الوصول إلى الموقع علمت أن مبنى من عدة طوابق ينهار على من فيه، وعلى الفور هاتففت المكتب، وحددت مكان المبنى المنهار على وجه الدقة لطاقم المحطة فوصلوا بسرعة، وبدأنا التصوير فوراً، وبعد دقائق اعتبرتها كافية للالتقاط أهم الصور طلبت من المصور أن يخرج الشريط ويسلمه لي، ثم استدعيت السائق، وأمرته أن يجري به إلى السيارة ويتركه بداخلها ثم يعود. وبعد دقائق من هذا التصرف حدث ما كنت أتوقعه، فقد التف حولنا عدد من رجال الشرطة وأمرونا بالتوقف عن التصوير، ثم أصرروا على اقتيادنا لكبير الضباط الذين وصل تَوَّاً، ولم يمهلنا الأخير كثيراً للنقاش فأمر بسحب الكاميرا واستخراج الشريط من داخلها. ودون جدوى حاولنا أن نفهمه أننا نقوم بواجب مهني تمليه عليه طبيعة وظيفتنا، وأنه ليس من حقه أن يصادر الشريط أو يمنعنا من مواصلة تغطيتنا، وحسباً للنقاش أمر جنوده بطردنا من المكان وإذا رفضنا يقبضوا علينا!

كان الوقت يجري بسرعة، وكنا قد أبلغنا المحطة أننا بصدد إرسال صور كارثة انهيار مبنى سكني كبير فحسمنا أمرنا وتركنا الشريط المصادر والموقع، وانطلقنا إلى المكتب حيث شاهدنا الجزء الذي صورناه وكان كافياً لتقرير بشأن الحادث، وتم إرسال التقرير من التلفزيون المصري إلى طوكيو بعد أقل من ساعة من انهيار المبنى.

مقتل السياح بالأقصر (نوفمبر 1997):

كان طاقمنا المقيم بالقاهرة يغطي أحداث العراق، وقد فوجئت بعد سماع الخبر باتصال من طوكيو كي أسافر فوراً على أول طائرة متجهة للأقصر، فوصلت إلى المدينة السياحية قبل الغروب، واتجهت من فوري إلى مستشفى، قيل: إن جثث الضحايا اليابانيين وغيرهم نقلت إليه، وبدأت الاتصالات الهاتفية لجمع المعلومات اللازمة، في حين كانت المحطة قد حركت طاقمنا في جنيف ليصل في العاشرة مساءً، واستطعنا بعد ترتيباتي أن نحصل على أول صور لجثث القتلى ومستشفى الأقصر العام قبيل منتصف الليل، وتم بثها مباشرة باستخدام تسهيلات محطة التلفزيون المحلية.

استيقظنا فجراً كي نصور مع أول ضوء المكان الذي شهد مقتل السياح اليابانيين وغيرهم في معبد حتشبسوت. وصلنا المكان وكانت بقع الدماء لا تزال باقية على الأرض، فصورنا بعض اللقطات الجيدة ثم فعلت نفس ما سبق في حادث انهيار المنزل: أخرجت الشريط الأول وأرسلته إلى السيارة التابعة لنا، وما هي إلا دقائق حتى بدأت قوات من الحرس الجمهوري المصري تتدفق على المكان، فقد كان رئيس الجمهورية في الطريق لمعاينة الحادث وبرفقته وزير الداخلية الذي أطيح به في ذلك اليوم، وكما توقعت أوقفنا العسكريون عن التصوير، وأصروا على استخراج الشريط من الكاميرا، ومصادرتة، دون أدنى التفات إلى احتجاجاتنا.

ثانياً: التخطيط في المدى المتوسط

ومن أمثلته: التخطيط لتغطية المظاهرات، والندوات، والمؤتمرات والفعاليات التي تتقرر قبل أيام قليلة من عقدها أو وقوعها، وفي هذه الحالات يكون لدى المراسل متسع من الوقت للتخطيط المتأن، وتوظيف علاقاته وخبراته بالبلد التي يعمل فيها، وذلك كي تخرج تغطيته أفضل من غيره من المنافسين. أهم ما يمكن الاستعداد به في مثل هذه الأحداث، الخلفيات المعلوماتية الكافية، وزاوي تناول الحدث، التي يجب أن تكون مشبعة بأحدث التطورات، وأن تكون الصور أكثر ثراءً وتعبيراً عن الموضوع.

في هذا النوع من التخطيط لا بأس من تدخلات أو نصائح تخطيطية من جانب المستوى الأعلى في المقر الرئيسي للمحطة، ويتوقف الأمر هنا على مدى خبرة المراسل وطبيعة العلاقة بينه وبين مرؤوسيه المباشرين في قسم متابعة المراسلين. والحقيقة أن هذا

الجانب في الجزيرة يبدو لي جيداً، حيث إن عملية مراجعة الإسكربت تمثل مصفاة مهنية تساعد على تجنب أخطاء السهو أو قلة الخبرة أو الانحياز الفكري.

مثال: مسودة خطة قدمتها كمسؤول أول وحدة تخطيط في الجزيرة:

تصور مبدئي للتغطية الواجبة بمناسبة تسليم السلطة في العراق

(يوم التسليم ويومان أو ثلاثة بعده)

تهديد:

يفسر بعض المراقبين تسليم السلطة للعراقيين من جانب قوات الاحتلال بأنه عملية رمزية تهدف لتبريد الميدان العراقي الملهب بالمقاومة، ويفسرها آخرون بأنها بداية الانسحاب الفعلي الذي يحفظ ماء الوجه الأميركي البريطاني. ويبدو لي أن التفسير الأول أقرب إلى الصحة؛ إذ ليس من المنطق أن تنسحب أميركا وبريطانيا من هذه العملية الإستراتيجية بعد مرور عام واحد فقط عليها، ومن ثم يكون تسليم السلطة تكريسا مغلفاً بغلالة عراقية للبقاء الاستعماري الجديد في المنطقة العربية.

التعامل الإعلامي من جانب المحطة فيما أرى يجب أن يعكس التفسيرين بقدر كبير من المهنية واقترح ما يلي:

1 - أن تستضيف النشرات في ذلك اليوم أو قبله أكثر من أكاديمي متخصص في القانون الدولي للتحديث عن مفهوم السيادة ومقتضياته، اعتماداً على قرار مجلس الأمن الصادر لهذا الغرض.

2- إعداد تقارير إخبارية قصيرة أو أخبار مختصرة متلفزة: OOVs تتضمن:

- * مظاهر عمليات التسليم والتسلم، كالاحتفالات والكلمات المتبادلة.
- * أي انسحابات أو إعادة توزيع القوات المحتلة في بعض مناطق العراق المترامية.
- * افتتاح السفارة الأميركية الجديدة وما يحيط بها من قوات حراسة مدرعة (مرفق تفاصيل مفيدة بشأنها).
- * عمليات انتشار قوات الشرطة وما يسمى بجيش العراق الجديد.

3 - تقارير تحليلية طويلة نسبياً تشمل الصور والمظاهر التالية:

- * مظاهر الرضا أو التصديق (أو عدمهما) لدى القوى السياسية العراقية المتعددة.
- * موقف عامة الناس في الشارع العراقي -السنني والشيوعي- ويمكن أن يكون من بينها عينة من الجرحى أو أهالي القتلى، ومن الضروري تغطية خطب الجمعة قبيل الحدث وبعيده مباشرة.
- * بدء ممارسة الوزراء والمسؤولين العراقيين الجدد مهام أعمالهم في وزاراتهم.
- * إلقاء الضوء على لجان إعداد الدستور والانتخابات العامة (بإشراف الأمم المتحدة).
- * عمليات إعادة الإعمار ومدى تغلغل الشركات الأميركية، وتلك التي تعمل من الباطن معها.
- * صور السجون العراقية وأشهرها أبو غريب، حيث ستظل تحت مسؤولية قوات الاحتلال في الغالب.

ردود الفعل المتوقعة:

- ومن الطبيعي أن تكون هناك ردود أفعال إيجابية، أو متحفظة في الواقع الدولي والإقليمي على هذه العملية، الأمر الذي يحتم على مراسلينا في العواصم الكبرى (فرنسا-ألمانيا-موسكو-طوكيو-طهران-القاهرة-أنقرة) أن يستعدوا لرصدها وتحليلها.
- وتجدر الإشارة إلى أن وزير الدفاع الإسرائيلي شأؤول موفاز وعدداً من القيادات الإسرائيلية أعربوا عن قلقهم من عودة تهديد الجبهة الشرقية بعد تسليم السلطة للعراقيين في الثلاثين من يونيو المقبل خصوصاً في حالة بروز نظام حكم إسلامي في العراق تدعمه إيران.

ملحق: تفاصيل مهمة لتقرير عن افتتاح السفارة الأمريكية في بغداد:

- السفارة تفتتح يوم الأول من تموز/ يوليو 2004 بقيادة السفير الجديد جون نيغروبونتي، وفيما يلي بعض المعلومات التي قد تفيد الزملاء:
- مباني السفارة: كشف وكيل وزارة الخارجية الأمريكية للشؤون السياسية

مارك غروسمان أنه سيتم استخدام القصر الجمهوري السابق للرئيس العراقي المخلوع صدام حسين، حيث يقع مقر سلطة التحالف المؤقتة حاليًا، لمعظم عمليات السفارة الخاصة. إلا أنه استدرك بأن ثمة خطأ قيد التنفيذ لتطوير مرفق جديد للسفارة الأمريكية.

الموظفون: قال وكيل وزارة الخارجية: إن السفارة في بغداد سيكون لديها وظائف لألف أمريكي ولـ 700 مواطن أجنبي، مشيرًا إلى أن تدريب الموظفين العراقيين في السفارة قد بدأ، بحسب ما ذكره الموقع الإلكتروني لوكالة الإعلام الأمريكية.

أمن السفارة "المرئي"، قال غروسمان: إن السفارة ستكون تحت تصرفها، 141 عربية مدرعة من أجل المحافظة على الأمن.

الكلفة المالية: ويضيف غروسمان أن تكلفة تمويل بعثة الولايات المتحدة في العراق حتى نهاية السنة المالية الحالية، 30 سبتمبر/ أيلول ستبلغ حوالي 483 مليون دولار، وأضاف غروسمان أن تكاليف تشغيل البعثة الأميركية في العراق خلال السنة المالية 2005، التي ستبدأ في 1 تشرين الأول/ أكتوبر، 2004، قد تصل إلى مليار دولار.

وسيكون بروفایل نغروبونتي (أول سفير في العراق بعد الغزو الأمريكي) وبعض كبار موظفي السفارة إضافة جيدة.

انتهت المسودة التي كنت قد أعدتها شخصيًا للتعامل مع الحدث قبل نحو أسبوعين من وقوعه.

ثالثاً: التخطيط على المدى الطويل

المقصود به الاستعداد الجيد لتغطية الأحداث المعروفة مسبقاً على مدار العام أو عدة شهور قادمة، وفي مساحة جغرافية تغطي معظم -إن لم يكن كل- مناطق العالم ذات الأهمية للمشاهد المستهدف. ومن أمثلة الفعاليات المعروفة مسبقاً للكافة في عالم الأخبار على المستوى العالمي: مؤتمرات المنظمات الدولية والإقليمية، أو الانتخابات المحددة سلفاً لاختيار الرؤساء أو أعضاء البرلمانات والبلديات أو الظواهر الكونية المتكررة كالنوت والعواصف التي تتسبب في الكوارث، وقد يمكننا إضافة الحروب التي يصبح وقوعها في حكم المقرر (كحالة الحرب الأمريكية على العراق عام 2003) إلى جانب مناطق

النزاعات المسلحة الدائمة. التخطيط الإخباري هنا يصبح أحد أهم وظائف إدارة المحطة، وإدارة التحرير وقسمي متابعة المراسلين والتبادل الإخباري.

وقد لا يتسع المجال هنا لتقديم نماذج مفصلة بشأن التخطيط طويل المدى، لكنني أعتبر أن التخطيط لتغطية الحروب أصبح في منطقتنا العربية والإسلامية واجباً. ولقد عاصرت في عمري المهني حتى إعداد هذا الكتاب خمس حروب ناهيكم عن التوترات المسلحة: فمن الحرب العراقية الإيرانية، إلى غزو صدام حسين للكويت، ثم ما أعقبها من حرب إخراجها منها بقيادة أميركا، ثم شنت الولايات المتحدة الحرب على أفغانستان ومن بعدها العراق. وفي يوليو من عام 2006 شنت إسرائيل الحرب على لبنان وحزب الله. ويضاف إلى كل ذلك الحروب شبه الأهلية في العراق بعد الاحتلال الأميركي وفي لبنان. أما عما يجري في فلسطين فحدث ولا حرج عن الانتفاضتين الأولى والثانية (الأقصى) ضد الاحتلال الصهيوني، وأخيراً اقتلاع حركة حماس العناصر الفاسدة والعميلة من الأجهزة الأمنية الفتحاوية في قطاع غزة في يوليو 2007.

إن أي إدارة صحفية تليفزيونية في منطقتنا يتوجب عليها أن تخطط وتعد بعض صحفيتها لتغطية الحروب. ومن ذلك مثلاً التدريب المكثف نظرياً على العمل كمراسل حربي أو عسكري أو العمل في مناطق النزاعات. لقد كانت هذه مشكلة واجهتني في عملي مع اليابانيين من أول سنة، وقد أنقذتني خلفيتي العسكرية كضابط احتياط، ولعلها أنقذت معي أول مدير إقليمي لشبكة فوجي بالشرق الأوسط، إذ انبطحت أرضاً عندما بدأ قاتل السادات خالد الإسلامبولي وزملاؤه إطلاق الرصاص على منصة العرض العسكري، وقد فوجئت بالمراسل الياباني ينتصب واقفا ليستطلع الأمر، فما كان مني إلا أن جذبت أرضاً بقوة، وأفهمته أننا مالم نفعل فمن المحتمل أن تصيبنا رصاصات طائشة. المرة الثانية التي استثمرت واستذكرت معلوماتي العسكرية كانت أثناء تغطيتي الحرب العراقية الإيرانية على الجبهة طيلة سنوات تلك الحرب تقريباً، هذا بالإضافة إلى اقتراحي تجهيز الجزيرة "تحتة رمل" بأحد استوديوهاتها لميادين الحرب في العراق قبيل الغزو الأميركي، وهي الفكرة التي تذكرتها أثناء مساعدتي شبكة فوجي من الدوحة عام 2003.

على أن المثال الأبرز بشأن التخطيط طويل المدى هو تغطية الانتخابات، إذ أن مواعيد إجرائها معروفة مسبقاً في كثير من الدول تقريباً، ومن أهم الشروط الواجبة لإنجاز تغطية

انتخابية مهنية في رأيي أن تتوزع الطواقم جغرافيا لتعكس، التنوعات العرقية والطائفية والمذهبية بتوازن، وأن تحسن المحطة اختيار الصحفيين والمنتجين ممن تدعم بهم طاقم مكتبها في الدولة التي ستجري فيها الانتخابات، وأن تتم قبل وأثناء مرحلة الدعاية الانتخابية عملية بحث ودراسة للمجتمع بقواه السياسية والاقتصادية وتكتلاته الانتخابية، ويستفاد بتلك البحوث في إجراء المحطة بعض المقابلات والحوارات والندوات المفتوحة مع ممثلي القوى والأحزاب المتنافسة. والتخطيط للانتخابات لا بد أن يحدد أدوار منتجي وصحفيي الميدان وغرفة الأخبار، وأن تتضافر جهود أقسام أخرى كالبرامج والتبادل الإخباري معاً من أجل إنجاح التغطية.

الانتخابات الهندية عام 2003

قدمت تصورًا مختصراً المحددات تغطية الانتخابات الهندية جاء في مقدمته:

"إن متابعتنا الإخبارية، يجب أن تبرز نجاح واستمرارية التجربة الديمقراطية في الهند، فكثيراً ما يبرر الطغاة العرب وبطاناتهم قمع الحريات وتأجيل الديمقراطية بذرائع الفقر والامية حيناً، أو الحروب والتعدد الإثني أو الديني والطائفي أحياناً أخرى. الهند تثبت كذب هذه الذرائع لأنها برغم الفقر والامية والتعدد الإثني والديني تحرص على إجراء انتخابات نزيهة تؤدي إلى تداول سلمي للسلطة. يضاف إلى ذلك أنها تقدم النموذج على إجراء الانتخابات على مدار أسابيع، وبذلك فلا حجة في بلادنا لمن يتعللون بقلّة عدد القضاة المشرفين على إدارة العملية الانتخابية".

وأضفت: "ولهذا يجب التركيز في متابعتنا الإخبارية على عمليات التصويت في الولايات الفقيرة أو تلك التي يوجد فيها تعدد إثني وديني. كما يجب استعراض موقف مائة مليون مسلم هندي، وكيف ينظرون إلى الديمقراطية التي لا يتمتع بها كثير من إخوانهم في دول إسلامية أخرى. واقترح أن تصاحب التغطية الإخبارية تحليلات سياسية ومقابلات بشأن تلك الانتخابات".

وأثناء عمل المراسل كان يتم تقويم تنفيذه الخطة من حيث الالتزام بتنفيذ عناصرها، ونوع العقوبات التي حالت دون الالتزام الكامل... إلخ.

كما كان البعض يراجع ما يرسله المراسل من تقارير من حيث:

- الصور.
- الصوت الطبيعي.
- خلفية الـ "ستاند أبز".
- نصوص التقارير وعلاقتها بالصور.
- الحيادية.

عناصر التخطيط الجيد على المدى الطويل

- التوزيع الجغرافي الجيد للمكاتب والمراسلين.
- حسن اختيار الكفاءات الصحفية المناسبة لكل منطقة لغويًا وأمنيًا.
- التحريك السريع للمراسلين من منطقة إلى أخرى إذا اقتضى الأمر.
- توفير التقنيات الأساسية اللازمة للاتصالات وللتصوير والنقل المباشر للأحداث.
- ضرورة تبديل ونقل المراسلين كل 3 أو 4 سنوات، إذ يصيب معظم المراسلين بعد هذه المدة حالة من التعود على المنطقة، ربما تقود إلى تراجع حساسيتهم تجاه بعض التطورات والأحداث. ومن الضروري التنبيه في هذا الصدد إلى أن بعض السلطات الأمنية في بلدان معينة تظل تحاول التأثير على المراسلين الأجانب ترغيبًا أو ترهيبًا، أو تضعهم تحت أعينها بشكل مزعج، ولهذا تفيد خطة تبديل المراسلين في الحد من محاولات التأثير في تغطيات وتقارير الصحفيين الأجانب المقيمين أو الزائرين.
- ويجب أن تراجع الخطط السابقة من حين لآخر بهدف تحديثها ووضع خطط بديلة لضمان أفضل وأسرع وأشمل تغطية. كما يجب أن يشمل التخطيط البرامج السياسية الحوارية وغير الحوارية. والهدف هو ألا ينتقل المشاهد إلى محطة أخرى، طالما أن محطته المفضلة تقدم له وجبات إخبارية وتحليلية وثقافية كافية.

فلسفة توزيع المراسلين في ظل التنافس بين الفضائيات

لماذا يقرر المسؤولون في وسائل الإعلام افتتاح مكتب أو إيفاد مراسل إلى منطقة أو دولة، وعدم الاكتفاء بالاشتراك في خدمات وكالات الأنباء؟

سؤال ترتبط إجابته برؤية كل وسيلة إعلامية لدورها وواجبها نحو المتلقي، سواء كان قارئاً أو مشاهداً أو "مشاركاً" (في حالة وكالات الأنباء). كما يرتبط توزيع المراسلين بالطبع بالنواحي المالية ومدى توفر الكوادر الصحفية المدربة والمتخصصة.

ليست المسألة ترفاً ولا مجرد إثبات الوجود في منطقة لم يصل إليها المنافسون. ولا شك أن أية محطة عربية، تسعى لإحاطة مشاهديها وتعميق معرفتهم بأحوال وتجارب الشعوب والأمم الأخرى، بعيون وكوادر صحفية واعية. ومن هنا فليس وارداً أن يذهب مراسل إلى جهة أو دولة لمجرد رغبته (أو رغبتها)، في الحصول على فرصة أو الترويج وجلب بعض الإعلانات أو الأموال من حصيلة بيع برامج أو صور أو ما شابه ذلك.

لقد قيض الله تعالى لمحطة كالجزيرة قناة الدولة المالكة لها بقدر غير مسبوق عربياً من الحرية والدعم المادي والأدبي، ولا شك أن السنوات الأولى من عمر المحطة شهدت محاولات لا بأس بها من التطور وإثبات الذات، وهذا هو ما يجعل كل باحث عن الحقيقة، وسط التطورات التي تموج بها الدنيا، يتمنى من هذه القناة قدرًا أكبر من المثالية المهنية في تغطياتها وبرامجها المتنوعة.

ولهذا فمن حق مشاهدي الجزيرة عليها أن تراجع نفسها من وقت لآخر بغرض الحرص على استمرار النجاح والتطور إلى الأفضل، ومن هذا المنطلق كنت قد طرحت عام 2004 ملاحظاتي التالية بشأن توزيع وعمل المكاتب والمراسلين.

الشرق الآسيوي:

إن مكتبينا في اليابان والصين، يجب أن يقدم ما يحقق طموح المشاهدين من تلك المنطقة الحضارية الصاعدة. إن الشرق الآسيوي فيه ثراء حضاري وتقني لا يمكن أن يماري فيه أحد، وأكاد أقطع أن كافة وسائل الإعلام العربية أهملت هذا الشرق لحساب

الغرب عقودًا طويلة، وليس من المنطقي مهنياً أن يقتصر مراسلوننا في الصين واليابان على متابعة الأحداث والأخبار التي تستحق التغطية بالمعايير التقليدية المتعارف عليها، وذلك لأن المتلقي غالباً ما ينصرف عن مشاهدة الأخبار الجافة القادمة من أقصى الدنيا.

ثمة ضرورة للتذكير من وقت لآخر برؤية وفلسفة المحطة فيما يتعلق بالتوجه نحو الشرق، مع توضيح المطلوب بشكل محدد، ثم متابعة تنفيذ ذلك بدقة وعبر آليات معروفة مسبقاً للزملاء، وعلى سبيل المثال:

الصين:

إن المجتمع الصيني الذي يأمل أو يؤمل منه الانطلاق إلى مستوى الندية مع الإمبراطورية الأميركية، والذي ينتج التكنولوجيا في كل مجالات الحياة بأرخص الأسعار، وبشكل أضحى يهدد صناعات ومنتجات العالم الأول، هذا المجتمع يستحق الغوص في أعماقه، وتقديم قصص إخبارية عن خبرات هذا الشعب ومشكلاته أولاً بأول. التغطيات الإخبارية التي أتصورها من الصين يجب أن تتسع لتتناول أخبار التكنولوجيا، والحلول الابتكارية للمشكلات التي تواجه الصينيين على كافة الأصعدة. إن مفهوم الخبر المرتبط مباشرة بالسياسة والسياسة وحدها يجب أن يعاد النظر فيه من جانب إدارة التحرير ومن ثم من جانب الزملاء المراسلين حيثما كانوا. يجب أن ننطلق أكثر إلى النسق الاجتماعي والثقافي الصيني في ظل زحف العولمة الأميركية المادية والثقافية. ومن المناسب أن تشترك البرامج في التفكير في هذا الأمر إلى جانب زملاء مكتب بكين.

اليابان:

وبنفس المنطق لا يصح أن يكتفي زميلنا في طوكيو بالأخبار ذات الطابع السياسي المباشر كالانتخابات والاجتماعات والتغييرات الوزارية أو الصراعات الحزبية والمؤتمرات ... إلخ، ذلك كله فيما أزعـم لا يمكن أن يسهم في جذب مشاهدينا، بل لعله يؤدي إلى العكس أي دفعه إلى محطة أخرى، ولسان حاله "ما شأني بذلك".

أحسب أن المشاهد العربي يمكن أن يبقى متابعاً شاشة الجزيرة في حالة المواد الإخبارية والبرامجية التالية على سبيل المثال من اليابان: ماذا يجري بين الجنود الأميركيين

والأهالي اليابانيين في المناطق القريبة من القواعد العسكرية الأميركية (في أوكيناوا وغيرها)، وما هي المشاعر اليابانية نحو أعداء الأمم الذين أصبحوا أصدقاء وحلفاء في مواجهة الخطر النووي الكوري الشمالي، أو في الساحة العراقية؟، وماذا تفعل الأسرة اليابانية في مواجهة التفكك المجتمعي الناتج عن التقدم التكنولوجي والعولمة على الطريقة الأميركية؟. لماذا يعيش الياباني ثقافته وتقاليده ويزداد تمسكا بها حتى لو عاش خارج بلاده مبعوثاً أو مغترباً لطلب العلم أو الترويج للصناعات والمنتجات اليابانية؟. ما هي الأسباب على المستويين "الماكرو والمايكرو" التي جعلت اليابان تتقدم بعد الهزيمة الماحقة وكيف ظل الأمل يراود الناس في تجاوزها؟. (الإسقاط على أحوالنا وأوضاعنا العربية المتردية لا بد أن يكون ماثلاً في ذهن أعضاء مكتب الجزيرة في طوكيو)، وكيف تواجه الرأسمالية الصناعية اليابانية التهديد الصناعي الصيني الذي يكاد يتسبب في كساد كثير من المنتجات اليابانية على المستوى الدولي؟

الهند:

التركيز الأهم في أخبار وتغطيات أي محطة عربية من الهند يجب أن يكون على إصرار المجتمع على إنجاح تجربة التعايش بين الأعراق والأديان برغم وجود الفقر والتعصب بين قطاعات شعبية غير قليلة. والنموذج الديموقراطي الهندي يجب أن يقدم بإلحاح من زوايا متعددة، وكذا أخبار التقدم على صعيد تكنولوجيا المعلومات وصناعات الأسلحة والصناعات المدنية والاكتفاء الذاتي من المحاصيل الزراعية الأساسية، ولا يعني ذلك كله بالطبع إهمال الجوانب الإخبارية التقليدية مما تنقله أيضاً وكالات الأنباء.

منطقة الملايو:

تعج هذه المنطقة بصراع ديموغرافي خفي حيناً وظاهر حيناً آخر بين الملايو والعرق الصيني المدعوم من إمبراطورية الصين الصاعدة، ولا تتوانى السياسات الإستراتيجية الأميركية أيضاً عن ترسيخ أدواتها العسكرية والثقافية هناك تحسباً للتمدد الصيني، وفي هذه الظروف تتعرض دول كإندونيسيا وماليزيا والفلبين وتايلاند إلى صراعات مجتمعية وثقافية تستحق اهتماماً أكثر من جانب المراسلين العرب في تلك المنطقة، ولا مانع في

نظري من أن تفرد لهم أو تفرض عليهم كماً معيناً من الدقائق يومياً أو سبوعياً،
بصرف النظر عن الأخبار المباشرة التي تبثها الوكالات، مصورة كانت أو نصية.

باكستان وأفغانستان:

نعم هذه المنطقة تحظى بتغطية إخبارية جيدة بحكم التطورات المتلاحقة فيها، لكن
الملاحظ هو قلة التناول الإنساني والثقافي والاجتماعي عبر التحقيقات المصورة الطويلة أو
الخفيفة، ولا شك أن كم التغييرات الاجتماعية والثقافية المستهدفة بعد مرحلة إسقاط
طالبان يغري بهذا النوع من المتابعات المفتقدة إلى حد كبير.

أفريقيا البائسة:

إن الاهتمام الإخباري بمشكلات ومآسي وأمراض الأفارقة الموروثة من مرحلة
الاستعمار وما تلاها من مراحل الديكتاتوريات والصراعات العرقية، اعتبره شرطاً
أساسياً لتعاملنا العربي والإسلامي مع هذا العمق الإنساني القريب منا. لا بد أن تستهدف
رؤيتنا للعمل من القارة الأفريقية بالأساس إعادة الجسور المدمرة معها، والمنافسة مع
الوكالات الغربية التي تتجذر هناك عامّاً بعد عام، وأن نرصّد التمدد الإسرائيلي خلف
ظهر العالم العربي، وأن نتابع الوجود الأميركي بالقارة بدعوى الحرب على "الأصولية
والإرهاب".

نيجيريا:

كلنا يعرف أن أكثر دول أفريقيا سكاناً هي نيجيريا، ولكننا لا نعرف لماذا تتأخر
المحطات العربية حتى الآن في افتتاح مكاتب هناك، أمل أن نجد عما قريب مراسلاً
متجولاً على الأقل في هذه الدولة، ولعله يجوب أيضاً دول الغرب الأفريقي.

جنوب أفريقيا:

لا أظن أن في هذا البلد حالياً ولمدة سنوات قادمة ما يستحق مكتباً دائماً، لقد كانت
الفترة الذهبية للوجود هناك هي فترة ما بعد انتهاء الأبرتهاید - نظام الفصل العنصري
مباشرة، وما يستجد ربها يكفي لتغطيته مراسل متجول.

(جدير بالذكر أيضا أن الإدارة أرسلت بعد شهور من كتابتي وتسليمي إياها تلك الورقة، زميلا شابًا إلى جنوب أفريقيا ليصبح مراسلا مقيما... ولم يمكث ذلك الزميل هناك كثيرًا ثم أعيد إلى الدوحة)

أميركا الجنوبية:

من المعروف أن جاليات وأقليات عربية غير قليلة استوطنت أميركا الجنوبية (أواللاتينية) وبالذات من الشوام والفلسطينيين ودول المغرب العربي، وكما نعرف جميعا فقد وصل بعضهم إلى سدة السلطة في أكثر من بلد، ومما يزيد من أهمية هذه المنطقة بالنسبة لتغطياتنا المستقبلية وجود قواسم حضارية وسمات اقتصادية متقاربة. لذلك فقد يكون من المناسب افتتاح مكتب إقليمي في واحدة من كبريات الدول هناك كالبرازيل أو فنزويلا أو المكسيك، يتحرك منه المراسل للمتابعات الإخبارية والبرامجية، وكما سبق القول فإن قدرًا من التناول "الفني" والإنساني للأخبار من تلك الأصقاع البعيدة مطلوب لاجتذاب المشاهد العربي، وليس الأخبار بمعناها المباشر والجاف الطارد لغير المتخصصين أو المهتمين.

(ومما يجدر ذكره أن المحطة بادرت بتعيين مراسلة لها في فنزويلا، وقد دأبت تلك الزميلة النشطة على التجول في أكثر من دولة هناك، كما أنتج صاحب أحد البرامج الحوارية أكثر من حلقة من البرازيل وغيرها، ناهيك عن حلقات وثائقية عن عرب أميركا اللاتينية).

المتابعة والتقويم المستمر

ولابد من الإشارة في مجال التخطيط الإخباري إلى أهمية متابعة وتقويم عمل المراسلين، وأن يتضمن ذلك الرصد الدائم والإحصائيات الدقيقة لإنتاجهم كمًّا ونوعًا. ومقارنة عمل كل مراسل في فترات محددة، أو مقارنته بسلفه أو بزميله في نفس الظروف في محطة أخرى.

إن التخطيط الجيد وحده لا يكفي للحصول على نتائج جيدة، ولتنخيل أن خطة ممتازة جرى إعدادها دون أن يلتزم المراسلون بتنفيذها، أو اعتبر بعضهم أن قضية التخطيط نوع

من التدخل غير المقبول في عملهم، وهناك حالات يراهن فيها بعض المراسلين على عدم متابعة القائم بالتخطيط للتنفيذ. ومن هنا نقول: إنه حيث يوجد تخطيط لا بد أن تكون هناك متابعة ومحاسبة ومراجعة، ولهذا أيضا يقترن قسم أو إدارة التخطيط دائما بكلمة المتابعة.

كما يفضل أن يدخل التقييم ضمن وظيفة التخطيط والمتابعة بحيث تدرس الأخطاء وكيفية تلافيها مستقبلا، أو يتقرر مكافأة المجيدين أو المبدعين، ومحاسبة المقصرين.

مصادر الخطط الإخبارية والبرامجية وموضوعاتها

1- اقتراحات وحدة أو قسم التخطيط: وهذه تفرضها طبيعة الرؤية والأهداف المرحلية والعامّة للمحطة نحو مشاهدتها وتحقيقاً للتفرد والتفوق على منافسيها، وقد يلزم في بعض الأحيان أن تتكتم الإدارة مع المخططين على بعض الخطط المستقبلية إلى وقت قصير قبيل الشروع في التنفيذ ضماناً لعدم تسربها.

2- الخطط التي يكلف المراسلون بإعدادها دورياً، ويجب أن تتضمن ما يلي:

موضوعات سياسية: تتناول الصراعات السياسية بين القوى الداخلية أو الإقليمية والمنازعات والانتخابات، إضافة إلى الندوات ومؤتمرات المنظمات الدولية والإقليمية التي ينتظر أن تصدر عنها مواقف أو أفعال ذات وزن.

3- موضوعات خفيفة إنسانية أو علمية أو ثقافية تتعلق بالعادات والتقاليد أو الغرائب.

4- موضوعات اقتصادية تتعلق بالموارد والأنشطة الاقتصادية باختلاف فروعها وأزماتها، والسياحة، ومؤتمرات وقرارات المنظمات الدولية الاقتصادية.

أمثلة:

أ- تغطيات إخبارية متوقعة على مدار شهر قادم في الدولة أو المنطقة التي يعمل فيها، على ضوء ما تعلنه مسبقاً الهيئات الحكومية أو الخاصة أو الجمعيات الأهلية، وما يمكن للمراسل التنبؤ به بناء على معطيات معينة أو خبراته الخاصة وعلاقاته بمصادره.

ب- مقترحات للموضوعات "الفيتشرز" العلمية والاجتماعية والثقافية والإنسانية.

5- أهم الأحداث والفعاليات المتوقعة التي توردها وكالة رويترز ومصادر أخرى كمواقع المنظمات الدولية أو الإقليمية على الإنترنت.

القائمون بالتخطيط

من البديهي أن التخطيط الإخباري التلفزيوني عملية تتطلب فيمن يارسونها حساً صحفياً وسياسياً جيداً، ومهارات صحفية تلفزيونية تراكمية، كما يفترض أن يكون لدى القائمين بالتخطيط قدرات بحثية ومصادر عديدة للمعلومات.

الحس الصحفي والسياسي ضروري لاكتشاف وتمييز الأهم والأقل أهمية من بين الأحداث والفعاليات المتوقعة، ثم اختيار ما يناسب جمهور المشاهدين وسياسة المحطة لتغطيته، ولا شك أن مثل هذا الحس يساعد في التنبؤ بالأحداث وردود الأفعال المحتملة على قرارات أو سياسات بعينها. أما المهارات الصحفية التلفزيونية فللمساعدة في إرشاد المراسلين الشباب إلى أفضل أساليب "تلفزة" الفعاليات والمواد الخبرية المتوقعة حدوثها. ولا شك أن التطور اليومي في شبكة المعلومات العالمية "الإنترنت" سهل كثيراً قضية البحث اللازمة لإثراء التقارير الإخبارية والتحليلية، بمعلومات عن الشخصيات، والأحداث السابقة والحالية والمستقبلية.

ولا يجب أن يكون مخطوطو الأخبار والبرامج أفراداً من خارج بيئة وثقافة المشاهدين، أو مجرد صحفيين مبتدئين، وذلك أن شرط النجاح والجدية في التخطيط هو معرفة المخططين لخصائص وطباع وأمزجة شرائح مستقبل الرسالة الإعلامية.

ويحضرني هنا مثال صارخ على كارثية تولية أناس من خارج الثقافة العربية مسؤولية التخطيط كما يحدث في واحدة أو أكثر من الفضائيات العربية. فقد كان أحد هؤلاء يفكر في خطة مسبقة لتغطية وفاة زعيم عربي من دولة في المغرب العربي، وكتب ضمن التكاليفات المسبقة يقول: إن مراسل القناة في فرنسا عليه أن يبدأ فور حدوث وفاة الزعيم في البحث عن عشيقة سابقة للرجل أيام شبابه في العاصمة الفرنسية. ويبدو أن ذلك المسؤول التخطيطي الأجنبي كان قد قرأ بعض كتابات غير موثقة وربما غير صحيحة تتهم

الزعيم المغربي بهذه التهمة الأخلاقية (على الأقل في ثقافتنا العربية). طرح صاحبنا الأجنبي الموضوع أمامي من باب الاستئناس برأيي وباعتبار سابق خبرتي في هذا القسم وقد اعترضت بشدة على هذا النوع من التفكير، وأكدت له أن ثقافتنا العربية الإسلامية تأبى هذا الأسلوب، وأن المهنة تقتضي عدم التعويل على إشاعة أو أقاويل مرسلة. ولم يقتنع صاحبنا فطلبت منه أن يستشير زميلاً مغاربياً أقدم مني في المهنة. ومن فضل الله أن الزميل المذكور اعترض بشدة على الفكرة كما أكد للزميل الأجنبي أن قصة عشيقته الزعيم ليست حقيقية.

دورية عمل وحدة أو قسم التخطيط الإخباري والبرامجي

1- التخطيط لمناوبات اليوم والليلة:

يقوم فريق وحدة أو قسم التخطيط بإعداد قائمة يومية تتضمن أهم الأحداث والمناسبات المعلومة مسبقاً مما يخدم تناولها وظيفه ورؤية وأهداف المحطة. ولا مانع من الاستئناس باقتراحات الصحفيين. وتعرض هذه القائمة في اجتماعات التحرير على مدار مناوبات اليوم والليلة للاستفادة منها، على أن تلزم إدارة التحرير المراسلين بالمساعدة في ذلك وتتم محاسبتهم على عدم التنفيذ.

2- التخطيط نصف الشهري:

ويقوم فريق التخطيط بإعداد أجندة الفعاليات والأحداث المتوقعة اعتماداً على حصيلة ما توفر من وكالات الأنباء، ومن المراسلين، ومما يتحصل عليه أعضاء الفريق بطرقهم الخاصة، ومصادرهم الصحفية، ودوائر علاقاتهم الشخصية الموثوقة. وتعرض هذه الأجندة في اجتماع يضم إدارة التحرير ومسؤولي بعض الأقسام ذات العلاقة للاتفاق على ما يستحق تنفيذه من بنود تلك الأجندة، ويخطر جميع المعنيين رسمياً. والمعروف أن شبكة الحاسوب بمعظم المحطات التلفزيونية الكبرى تتضمن صفحات مخصصة لحفظ وإبلاغ مثل هذه الخطط.

3- يشترك فريق التخطيط دورياً في تقييم ما اتفق عليه من خطط ومدى نجاح التغطية وجوانب الإفادة والقصور فيها.

4- يعد الفريق قائمة بأسماء الشخصيات المهمة التي يحتمل الحاجة إلى بث سيرها الذاتية في أحوال كالوفاة أو تولي المناصب. ويكلف صحفيون أو مراسلون من ذوي الكفاءة بإعداد تلك السير في شكل تقارير جاهزة للبث.

5- قد يقترح الفريق تغطيات برمجية أو سلسلة تقارير من المناطق التي تلوح فيها بوادر أزمة أو كارثة أو تحتاج إلى اهتمام خاص.

6- ويمكن اقتراح أفكار وسياسات تساعد في تثقيف وتنوير وتحصين الرأي العام من الوقوع ضحية الأجندات الخاصة للوكالات والتسريبات الاستخباراتية المعادية لمصالح وهوية الأمة.

وختامًا .. يمكن تلخيص الموضوع بالشكل التالي كما يعرضه مدرّبو التخطيط في مركز التدريب التابع للمحطة:

التخطيط الإخباري التليفزيوني

Planning

لماذا؟

Why?

1. Reduces on the day panic.

- تخفيفاً للأعباء والتوترات المصاحبة للعمل الإخباري اليومي.

2. Enables best use to be made of resources.

- للاقتصاد في الموارد، ولضمان أفضل استفادة بها.

3. Allows more creative use of the medium.

- من أجل الإبداع في أداء المحطة (أو الوكالة أو الصحيفة).

4. Adds depth and authority to coverage.

- التخطيط المسبق يضيف عمقاً في التغطيات الإخبارية، ويمنح ثقة أكثر للقائمين

بها.

5. Can add exclusivity...you 'make' the news.

- التخطيط يساعد في تحقيق سبق، ومن ثم يمكن أن تكون ممن يصنعون الأخبار.

ماذا نخطط ؟

What?

1. Key events:- elections, conferences, exhibitions, anniversaries.

- الأحداث المهمة، الانتخابات، والمؤتمرات، والمعارض، والمناسبات السنوية.

2. special themes:- pollution, transport, education, health, science.

- الموضوعات والتحقيقات والقضايا النوعية، مثل التلوث البيئي، النقل، التعليم، الصحة، العلوم.

3. Location specials:- obs from villages, factories, airports, resorts

- المواقع التي تتمركز فيها عربة البث كالقرى أو المصانع أو المطارات أو المنتجعات.

4. Emergency planning:- weather, earthquake, flooding, air-crash.

- التخطيط العاجل لتغطية الكوارث الطبيعية كالزلازل والفيضانات، والحوادث كتصادم القطارات أو سقوط الطائرات.

5. Routine sources:- universities, government, hospitals, agriculture.

- التخطيط لتغطيات روتينية من الجامعات أو بعض الجهات الحكومية أو المستشفيات أو المناطق الزراعية

وسائل مساعدة للقائم بالتخطيط

How?

1. Holds all maps. (useful to know where to go precisely)

- الخرائط ضرورية لتحديد الأماكن بدقة.

2. Keeps reference books and guidebooks plus can help with web searches.
- الكتيبات الإرشادية والمراجع إضافة إلى البحث الإلكتروني عبر الإنترنت.
3. Compiles weekly and monthly forward diary for editor's meetings.
- أجندة الأحداث الأسبوعية والشهرية المتوقعة لتقديمها في اجتماعات التخطيط.
4. Organises crew/camera diary, and knows where people are in the day.
- دفتر يومية عن دوام طواقم المصورين وأماكن وجودهم أثناء العمل.
5. Produces notes for locations:- addresses, names, technical points.
- أجندة بالأماكن المهمة وأفضل مواقع التصوير فيها في حالة الحاجة لذلك،
والعناوين المهمة في المدينة أو الدولة.
6. Notifies new contacts (new professor, new industrialist etc)
- قائمة بأسماء الشخصيات المهمة والمصادر مع تحديثها دائما.
7. Keeps record of difficulties/failures for future reference.
- سجل المشكلات والصعوبات السابق مواجهتها بغرض تجنب تكرارها.
8. Monitors (through correspondents) emerging themes
(drought, congestion, unemployment).
متابعة المراسلين بشأن الموضوعات المتوقعة كمواسم الجفاف، والظواهر الاجتماعية
كالبطالة أو التوترات الجماعية .

* * *

نحو ميزانية معتدلة للمكاتب الخارجية

أولاً: كيف يمكن تحديد بنود الميزانية الأوفى للمكاتب؟

ثمة طريقة سهلة نسبياً وهي النظر في النفقات الفعلية التي صرفت خلال العام المنصرم ، ومراجعة مدى الرشد في إنفاق كل بند، وهل كان من الممكن عدم إنفاقه أصلاً، أو هل كان من الممكن تخفيضه بشكل أو آخر.

ثانياً: اقتراحات معدة:

- ضرورة الاستعاضة بكاميرات المحطة عن استئجار كاميرات شركات الإنتاج الخاصة.

- إيقاف نظام تأجير السيارات والاستعاضة عنه بالشراء.

- السيطرة على المكالمات الدولية ومراجعة فواتيرها بدقة.

- قيمة إيجارات المكاتب في كل عاصمة تشكل قسماً كبيراً من أقسام ميزانية أي محطة، ومن الممكن بحث مسألة شراء تلك المقرات، أخذاً في الاعتبار أن قيمة ما يدفع كل شهر يمكن أن يكون قسطاً ضمن صفقة الشراء، ولا يخفى أن القيمة المادية لمعظم العقارات تتزايد اللهم إلا في بعض الظروف الاستثنائية.

- يجب ألا يشغل المراسل المسمى مدير مكتب نفسه كثيراً بالأمر الإداري، ويحسن أن يعهد بمعظمها إلى موظف إداري تكون وظيفته متصلة أيضاً بالإدارة.

- لا بد أن يُبحث جميع المراسلين على ضرورة الاستفادة من عضوية المنظمات الصحفية المنتشرة في العالم والتي تسعى دائماً للحصول على تخفيضات خاصة لأعضائها في تذاكر السفر والإقامة في الفنادق.

- من الضروري أن تسعى إدارة المحطة إلى الحصول على تخفيضات من هذا القبيل من كافة شركات السياحة والطيران والفنادق.

- يفضل أن يخصص مبلغ من ميزانية كل مكتب لشؤون العلاقات العامة المحلية، وتوثيق الصلات بالمصادر الجيدة.

- من المفترض أن يعهد إلى كل مكتب خارجي بمهام إدارية إضافية تخص المقرر الرئيسي، كالقيام ببعض ما قد يسند إلى شركات السياحة أو التسويق، وأعني بذلك ما يتعلق بزيارات وفود المحطة إلى العواصم التي توجد بها المكاتب، والمساعدة في تسويق بعض الإنتاج البرامجي والإخباري.

- الميزانية التقديرية الجديدة لا بد أن تأخذ في الاعتبار أن المحطة بصدد التوسع الكمي والكيفي في عمل المكاتب، ولهذا نتوقع زيادة نسبية في مخصصات كل مكتب، طبعاً بعد المراجعات المشار إليها آنفاً.

- ومن الضروري أيضاً تقرير نظام تحفيز مادي للمجيدين والمبدعين من بين العاملين في المكاتب الخارجية، ولا مانع نظرياً من إعادة النظر في نظام الرواتب المقطوعة على ضوء عملية تقييم للمراسلين.

ثالثاً: توقع أحداث العام الجديد التي تستوجب إنفاقاً مختلفاً أو إضافياً

- مثال ذلك الانتخابات في الدول التي للمحطة مكاتب فيها.
- انعقاد القمة العربية الدورية في شهر مارس.
- قمة للدول الإسلامية في إطار منظمة المؤتمر الإسلامي.
- وهناك الاجتماعات الدورية لكل من الاتحاد الأفريقي والآسيان والاتحاد الأوروبي، إضافة للمنظمات المثيلة في الأمريكيتين.
- تغطية موسم الحج.
- ومن الطبيعي أن تكون نهاية العام الميلادي فرصة لمجموعة من التقارير المخططة مسبقاً (year end).
- احتمالات وفاة بعض الحكام والرموز السياسية والشخصيات العامة ممن تجاوزوا السبعين (والأعمار بيد الله سبحانه).

- وعموماً ثمة أحداث أو فعاليات دورية عديدة أخرى على المستويات الدولية والإقليمية يجب على المراسلين المعنيين أن يحيطوا المحطة بها علماً.

- التنبؤ بمظاهر عدم الاستقرار السياسي في مناطق النزاعات الحدودية أو الداخلية،
خذ مثلاً:

السودان - القرن الأفريقي (الصومال وأثيوبيا وإرتريا) - نيجيريا - الصحراء
المغربية - موريتانيا - سوريا ولبنان - بوروندي - أفغانستان - إندونيسيا - تركستان
الشرقية، تايوان - الصين - الفلبين - روسيا - الشيشان - جورجيا - أذربيجان - كشمير
- عمليات إرهابية متوقعة في أوروبا وأميركا.

رابعاً: المكاتب مصدر لدخل إضافي للمحطة ... كيف؟

1 - إن التوسع المدروس في إنتاج المكاتب تقارير تليفزيونية قصيرة متعلقة بالجوانب
غير الإخبارية المباشرة يمكن أن يدر على المحطة دخلاً طيباً، مثال ذلك قصة علمية تصور
تجربة معملية متفردة، أو جراحة دقيقة تجرى لأول مرة في إحدى مستشفيات أميركا أو
أوروبا أو العالم العربي، أو حتى طريقة بدائية للعلاج من صحراء موريتانيا أو إحدى قرى
مصر (كالعلاج بالكي بالنار).

لقد عاصرت في منتصف الثمانيات بيع المحطة التي عملت فيها عدداً من القصص
إلى الشبكات الأميركية الكبرى، ومن ذلك على وجه التحديد تعامد الشمس على وجه
تمثال رمسيس في معبد فرعونى بأبي سنبل جنوبي أسوان، وقامت محطات منافسة باحتكار
تصوير عملية "تخريم" بعض حوائط الهرم الأكبر وتحليل أخشاب مراكب الشمس أو
شيء من هذا القبيل.

وفي هذا الصدد وبحكم علمنا أن وزارة الثقافة المصرية شرعت في نوع من
خصخصة بعض أمور الآثار، يمكن التفكير في التفاوض على رعاية ترميم بعض الآثار
العربية أو الإسلامية أو القبطية والمسيحية في مصر وغير مصر، (شاهدت عبر سنوات
ترحالي المهني في كل من إيران وتركيا وسوريا ولبنان، وأوروبا وآسيا، فضلاً عن جنوب
وشمال مصر عشرات المواقع الأثرية التي يمكن احتكار تلفزتها أو تلفزة ما قد يجري فيها
وبيع الصور التي تنفرد بها المحطة).

خامسا: ترشيد بعض أوجه الإنفاق غير الضرورية

- تقليل نفقات اختبار الصحفيين الجدد وعدم سفر بعض مسؤولي المحطة إلى بعض الدول لعقد الامتحان. أتذكر أن الامتحان الذي عقدته البي بي سي للعمل في مشروع التلفزيون العربي قبيل توقفه لم يحضره مدير القسم العربي ولا رئيس التحرير في المحطة البريطانية بل مراسلة البي بي سي في القاهرة. وأؤكد هنا أن اختبار وجلب الصحفيين الجدد يمكن أن يتم دون نفقات سفر وإقامة وبدلات ... إلخ.

میزانیات التدريب ورفع المستوى المهني:

برغم أن هذه المخصصات مقررة سلفاً لكن الذي لا شك فيه أن هناك حاجات تدريبية طارئة قد لا تكون في الحسبان، من ذلك مثلاً أن تشتري المحطة تقنيات صوت وصور جديدة أو أن تتحول إلى نظام إلكتروني مختلف للحصول على خدمات الوكالات المصورة أو النصية، كما تحتاج المحطة إلى تحديث موقعها على الإنترنت أو شراء برامج حوائية أكثر قوة ... إلخ.

ولعلنا ننوه في هذا المقام إلى بعض معايير اختيار المتدربين من غرفة الأخبار، أو من مراسلي المحطة: فالأولوية يجب أن تكون للمجيدین الواعدين من الصحفيين، وأن يتعهد من تخصصهم المحطة بدورات تدريبية بأن يقضوا مدة كافية للإفادة من خبرات التدريب الجديدة.

كما نحب أن نشير إلى ضرورة الاستفادة تدريبياً من مخزني الصحفيين والمراسلين ، وذلك باستيعابهم وتأهيلهم كمدرين ينقلون خبراتهم للأجيال الجديدة داخل المحطة.

* * *

ثانياً : قسم تحرير وإنتاج الأخبار التلفزيونية

تمهيد :

لابد من العناية الشديدة عند اختيار وتعيين الصحفي التلفزيوني، وللأسف فإن الواقع العملي في كثير من المحطات العربية يشير إلى تسلل مستمر لأعداد غير قليلة من غير المؤهلين علمياً ولا عملياً لهذه النوعية من العمل الصحفي. ولم تعد ثمة أعذار، لا سيما بعد تزايد كليات ومراكز ومعاهد الإعلام. فمن غير المقبول أن يأتي بعض ذوي الوساطة أو صحفيي الجرائد والوكالات فجأة ليعملوا في غرفة أخبار التلفزيون. ولا يعني ذلك تقليلاً من شأن الزملاء في تلك الوسائل، لكن المشكلة تكمن في الأخطاء الناتجة عن عدم إلمامهم الكافي بفنون وأدوات العمل التلفزيوني، ولعل ذلك يفسر شيوع الأخبار المفتقدة للمواد البصرية والسمعية الأنسب. فالحقيقة أن معظم أولئك الصحفيين غير التلفزيونيين لا يحصلون على فرص تدريب بالشكل الصحيح، وقد لمست ذلك بنفسي، فاقترحت يوماً ما عام 2002 استبدال طريقة التدريب التقليدية المتسرة عبر ما يسمى بالـ Shadowing، أي التدريب أثناء ممارسة العمل، عبر ملاحظة وسؤال الزملاء الأقدم، بطريقة أكثر مهنية وعلمية، وهي إلحاق الزملاء الجدد بدورات مكثفة وشاملة في وحدة أو مركز للتدريب الداخلي.

إن الطريقة التقليدية المشار إليها أشبه بتدريب الصبية في الورش البدائية، حيث يرسل الصبي لصاحب الورشة، فلا يبذل لتدريبه جهداً مبرمجاً بل يتركه وحظه، اعتماداً على قدرة الصبي على التعلم الذاتي من خلال الملاحظة ثم التجربة والخطأ.

وقد قوبلت فكرتي بإنشاء وحدة أو مركز تدريب بقول البعض لي: "إننا لا نعين صحفيين مبتدئين بل أصبحنا نغري الجاهزين الممارسين بأعلى الرواتب. فكان ردي بأنه وإن كانت هذه سياسة تبدو مريحة وتختصر الوقت، لكنها لا يمكن أن تغني عن الحاجة لتدريب المخضرمين القادمين من محطات أخرى. إنهم بالتأكيد سيكونون بحاجة للتدريب على أسلوب عمل وسياسات المحطة. وأضفت أنه في بعض الأحيان يكون توظيف الخريجين الجدد أفضل من الاستعانة بذوي الخبرة، من باب سهولة تشكيل وإدارة حديثي التخرج مقارنة بالأكبر سنًا. ولعل هذا النقاش كان من ثمراته بعد ذلك تأسيس مركز للتدريب.

ومن الأمور المهمة الواجب على إدارة التحرير الانتباه لها، مسألة العدالة في إتاحة فرص السفر والترقي للصحفيين، فالطموح والغيرة المهنية صفات إنسانية، وما لم تأخذ إدارة التحرير في حساباتها هذه القضية تسود في غرف الأخبار التلفزيونية حالة من الإحباط والعمل "من غير نفس"، وهذا شيء قاتل، بل ولعله أحد أهم أسباب تراجع بعض المحطات.

المهارات التحريرية للصحفي التلفزيوني:

- القدرة على تلمس ما يهم المشاهد من أخبار وأحداث (الحس الخبري المرئي).
- إجادة الكتابة للصورة التلفزيونية، وليس تطويع الصورة للنص المكتوب.
- التمكن من الكتابة باللغة الصحفية السهلة الصحيحة غير المتقكرة.
- إدراك خصوصية الصحافة التلفزيونية باعتبار أن الصورة أبلغ وأصدق من الكلام، ومن ثم فيجب اختصار كلمات الخبر التلفزيوني ومدته الزمنية، خاصة وأن من السهولة تطويع الصورة بعملية المونتاج وتنويع اللقطات حسب التأثيرات والإيجاءات المبتغاة في الخبر، وأن القراءة المصاحبة للصورة لا تحتاج لنفس القدر من التلوين الصوتي الذي تفرضه قراءة الأخبار المسموعة.

قيادية رؤساء تحرير النشرات ومهنتهم:

أشرت على صفحات سابقة في عجالة إلى الصفات والمهارات الواجبة فيمن توكل إليه مهام قيادة الفريق الصحفي المناوب، وأود أن أضيف إلى ما سبق الخلاصات الشخصية التالية:

- إن هذه المهمة تفترض قدرًا من المواهب القيادية والتحريرية والمنطقية، مما قد لا تتوفر بالضرورة في كل إنسان فضلاً عن كل صحفي، ومن هنا فهذه المسؤولية ليست درجة وظيفية يتم ترقية الصحفي إليها بعد سنوات معينة من العمل في غرفة الأخبار. ومن رأيي أن إدارة المحطات الناجحة هي التي تستطيع تقويم واختيار رؤساء تحرير النشرات، وفي نفس الوقت تراعي قدرات ومهارات الصحفيين الأخرى، وتعرف كيف تستفيد بها، فالصحفي القدير الذي لا يرغب أو لا يصلح لقيادة فريق التحرير، قد يصلح كمراسل جيد، أو كمحاور، أو يتحول إلى ما يوازي كاتب العمود في الصحافة المقروءة،

بمعنى أن يحضر اجتماعات التحرير في مناوبة العمل ثم يترك له أن يختار بنفسه زاوية أو حدثاً مهماً ليكتب فيه تقريراً تحليلياً معمقاً، ومن ثم يستفاد بتراكم معارفه وإحاطته الأوسع.

- ومن أسف فإن بعض المحطات الفضائية الكبرى لا تنتبه إلى مدى حساسية هذه المسألة في العمل التحريري اليومي. وعلى العكس فقد درجت إدارة بعض المحطات على تحريض رؤساء تحرير النشرات المناوبين على الصحفيين الكبار سنّاً وخبرة، وقد حدث أن مديراً حديث العهد بالإدارة كان يسأل في امتحان لاختيار زملاء جدد لرئاسة تحرير النشرات: ماذا تفعل لو رفض صحفي قديم ما تكلفه بإنجازه من أخبار بدعوى عدم اقتناعه بالموضوع أو أن الخبر لا يستحق؟. والحقيقة أن هذا الأسلوب ينم عن قلة خبرة فاضحة بالعمل القيادي الصحفي والإعلامي.

- الصفات القيادية لا يصح أن تفهم على أنها مجرد إصدار الأوامر والتكليفات بمتابعة وصياغة وإنتاج خبر أو تقرير إخباري، لكن الصفات القيادية في غرفة الأخبار فيما أرى، تفرض دماثة الخلق، والقدرة على ترويض بعض الرؤوس العنيدة أو المتحذلة، وفهم قدرات الصحفيين، مع قدر محسوب من الصرامة والحرص على العدالة في التكليفات.

- لا يجب أن يستمر مسؤولو تحرير النشرات في أداء هذا العمل بعد سن الخمسين كثيراً، والسبب في رأيي هو التغيرات الفسيولوجية التي تطرأ على أجسادنا وعقولنا في هذه المرحلة العمرية. إن هذه الوظيفة تقتضي توافقاً عصبياً عضلياً وسرعة استجابة، واتخاذ القرارات المتغيرة على مدار المناوبة الإخبارية. المكان الطبيعي لمن يتخطون سن الخمسين من رؤساء تحرير النشرات إما البرامج حيث الإيقاع الإنتاجي الأبطأ، أو تدريب الأجيال الجديدة التي تلتحق بالمحطة، أو تقديم الاستشارات التخطيطية والتحريرية وما شابه ذلك.

لقد علمتني الخبرة اليابانية أن الصحفي يعامل كلاعب الكرة: كلما كبر سنّاً ابتعد نسبياً عن أرض اللعب، حيث يستفاد بتراكم خبراته في مواضع أخرى ضمن الفريق. لقد قاهلني يوماً المراسل الرابع للمحطة اليابانية التي ارتبطت بها، وكان من سبقوه في المكتب الإقليمي بالقاهرة أكبر مني سنّاً: إنني أستحي وأنا أصغر منك أن أكلفك بعمل، ولذلك

ستصبح علاقة المحطة بك ذات شكل آخر.

وقد تمسكت شخصياً بهذه المبادئ والأصول عندما نقلت من موقعي كمدير تحرير بموقع الجزيرة على الإنترنت إلى القناة. وكان علي أن أستعد لمسؤولية رئيس تحرير نشرات، لكنني رفضت المهمة بإصرار، وقلت لمدير الجزيرة السابق محمد جاسم العلي: "إن مكاني الأنسب هو البرامج الإخبارية. (وكنت قد بلغت الخمسين من عمري بداية 2003). وقد تفهم الرجل الموقف، وانضمت في حينه إلى فريق البرنامج الإخباري المعروف "قضايا الساعة".

وما يجدر ذكره بهذا الصدد أنني نبهت الإدارات التالية إلى هذه المعاني أكثر من مرة.

- وأخيراً فالمهنية التي قصدها في العنوان الفرعي تتطلب من المشرف أو المسؤول التحريري عن النشرات أن ينتبه طوال مناباته إلى خطورة الأجندات الخاصة لوكالات الأنباء العالمية، وأن يكتشف ويستل انحيازاتها وأيضاً الانحيازات الفكرية والأيدولوجية للمراسلين والصحفيين، وألا يترك نفسه لأمواج الأخبار المتدفقة، فوظيفته كالربان الذي يقبض على الدفة ليووجه الفريق الصحفي الوجهة التحريرية التي تخدم الحقيقة والمشاهد فقط.

- ومن جهة أخرى فإن مشرفي ومسؤولي النشرات التلفزيونية مطالبون بإعمال العقل الإبداعي وعدم التقيد بالتركيز على الأخبار السياسية، وإهمال أخبار المجالات الأخرى العديدة في حياة المشاهدين. صحيح أن أخبار الحروب والصراعات السياسية الداخلية والكوارث لا تنقطع، لكن الصحيح أيضاً أن المشاهد - وبالذات في عالمنا العربي- أضحى يمل السياسة وأخبارها. ولعلي لا أبالغ كثيراً إذا قلت إن مسؤولي تحرير النشرات التلفزيونية مطالبون بإعادة النظر في مفهوم الخبر بناء على السمات العامة والمستجدة للقطاعات الأوسع من المشاهدين. إنني أدعي أن نشراتنا الإخبارية تفتقد بشكل كبير الأخبار العلمية والثقافية والإنسانية والفنية، ولا يكفي ألبتة أن تكون نسبة مثل هذه الأخبار 1 أو 2٪ على مدار البث البالغ 24 ساعة في كثير من المحطات.

* * *

قوالب الخبر الرئيسية من حيث ما يصاحبه من صور

(كاب، أوف، كليب، تقرير)

صناعة الأخبار التلفزيونية بقوالبها الفنية بدأت وازدهرت في أوروبا وأميركا ، وقد نمت إلى جانبها صناعة منتجات إلكترونية عديدة، لعل أهمها في العقدين الماضيين تكنولوجيا الحاسوب وبرامجه المعروفة بالـ "سوفت وير"، ولهذا فإن مصطلحات ومختصرات أسماء القوالب الخبرية المتداولة ترتبط باللغة الإنجليزية وأدوات البرامج الكمبيوترية الإخبارية. ويبدو أنه ليس من السهل تعريب هذه المصطلحات، ولهذا فسوف نعتمدها هنا مع بعض الشرح اللازم للقارئ غير المتخصص أو للزملاء الشبان في عالم المهنة. وسوف أعود بعد قليل لتفصيل أكثر في شأن القوالب الخبرية التي يتم تدعيمها بمواد بصرية من قسم الجرافكس.

أما الـ "كاب" CAP (وهي الحروف الإنجليزية الثلاث الأولى من كلمة Caption) فهو خبر نصي قصير لا تتوفر له صور تلفزيونية في لحظة بثه، ويستعاض عنها بصور فوتوغرافية ثابتة أو خارطة مثلا، ويقوم قسم الجرافيكس بإلحاقها بنص الخبر، بناء على ما يحدده المحرر. ومدة "الكاب" تتراوح ما بين عشر إلى خمس عشرة ثانية فقط. وقد يتكون الخبر من أكثر من كاب وعنئذ يسمى كاب/ آني (اختصار كلمة Animation)، إذ يقوم قسم الجرافيكس بعملية الانتقال أو التحريك من كاب إلى آخر يليه، وذلك تبعا لقراءة المذيع أو المذيعة أثناء النشرة.

والـ "أوف" OOV (وهي الحروف الأولى لكلمات Out of vision) إذ يقرأ المذيع نصًا خبريًا بينما الصور المتلفزة تداع على الشاشة دون أن تظهر صورة المذيع نفسه، إذن فهو خبر بصور تلفزيونية حديثة أو أرشيفية، ولا يجب أن تزيد مدته كثيرا عن ثلاثين ثانية.

والـ "كليب" Clip هو مقطع صوتي مصور من تصريح أو خطاب مسؤول أو شخص مهم، ويتم تقديمه بجملتين أو ثلاث يقرأها المذيع ثم يظهر الشخص نفسه متحدثا.

أما التقرير vtr (Video text report) فهو قصة خبرية أو تحليلية يعدها المراسل

الميداني أو الصحفي داخل غرفة الأخبار. وتتراوح مدته الأنسب من دقيقة إلى ثلاث تقريبا، ويستخدم فيه مُعده صورا حديثة أو أرشيفية مناسبة للنص، كما يمكن أن يستخدم مادة أو معلومات نصية أو بيانية يكون قد حددها لقسم الجرافكس. ويمكن للتقرير أن يتضمن مقطعاً صوتياً قصيرا أو اثنين مما يدلي به شخص معني بالحدث أو موضوع التقرير. ويسمى هذا المقطع بالإنجليزية "سك" "Sonic" أو ساوند بايت "Sound Bite". وهناك بعض الشروط الفنية الواجب مراعاتها عند إعداد التقارير الإخبارية من هذا النوع أهمها مراعاة التتابع الزمني وعدم العودة مرة أخرى إلى مكان خرجت منه الكاميرا... إلخ. وفي حالة المراسل الميداني يمكن أن يظهر في آخر التقرير كمن يوقع صوتيا باسمه عليه، أو قد يظهر بنفسه لعدة ثوان بداخل التقرير وهو يسأل شخصا مسؤولا أو من الجمهور أو متفقدًا مكان الحدث أو متوجها إلى الجمهور عبر الكاميرا فيها يطلق عليه الجسر أو بالإنجليزية "البريدج" "The bridge".

التقرير الداخلي الذي يعد داخل غرفة الأخبار يراعي ذات الشروط الفنية تقريبا وإن كان اسم صاحب التقرير الداخلي يظهر مكتوبا أسفل الشاشة بعد ثوان قليلة من بدء بثه وفي بعض المحطات يقرأ المعد اسمه في نهاية التقرير دون ظهور صورته الشخصية. وفي الحالة الأولى يستحسن أن يقوم قسم المراسلين بمراجعة النص الذي كتبه المراسل ويقره عليه أو يقترح بعض التعديلات أو إضافة بعض الصور أو السينكات. أما في التقرير المعد في غرفة الأخبار فيراجعه مسؤول النشرة أو مساعده. ويقوم المدقق اللغوي بمراجعة نص كل التقارير، فضلاً عن باقي النصوص المذاعة في النشرات.

التعامل التحريري مع الخبر حسب مصدره

أشرنا آنفاً إلى تعدد مصادر الأخبار المرئية، ويحتاج إنتاج الخبر الوارد من كل مصدر من هذه المصادر إلى مهارات وقدرات تتفاوت حسب المصدر ذاته وحسب السياسة التحريرية للمحطة.

إن الأخبار الواردة من المراسلين تختلف عن تلك المأخوذة من الوكالات من عدة زوايا أهمها مثلاً: أن المراسل محيط بالسياسة التحريرية ويعرف خصائص المشاهد المستهدف، ومن ثم فمراجعة وإعداد هذه النوعية من الأخبار في "دسك" المراسلين لن يحتاج جهداً كبيراً. ويتوقف الأمر بالطبع على مدى خبرة ومهارة المراسل، ولا يمنع ذلك

إدارة التحرير من التدخل بالحذف أو التعديل أو إلغاء الخبر بالكلية حسب اللحظة أو النشرة وأحداثها.

المهارات المتعلقة بهذه الأخبار لا تزيد كثيرًا عن الإحاطة الضرورية بمبادئ تركيب الصور أو المونتاج والحس التحريري المعتاد، سواء كان الخبر مجرد صور ترافقها قراءة المذيع النص المحرر أو مقطع صوتي أو تقرير إخباري مطول. لن نتحدث هنا كثيرًا عن مهارات استقبال وتقييم المادة المصورة المرسلّة عبر الأقمار الاصطناعية، فتلك مهمة أو وظيفة قسم "النيوز جاذرنج" "The News Gathering" أو التبادل الإخباري.

أما الأخبار المنقولة عن الوكالات المصورة فتحتاج مهارات تحريرية وحسًا سياسيًا وثقافيًا أكثر بالتأكيد، لأن كل خبر هنا عبارة عن مادة خام، تعلم الوكالات مقدما أن كل محطة سوف تتعامل معه تحريريًا وفنيا بما يناسبها.

المهارات الأساسية هنا أبرزها التمكن من فهم اللغة الأجنبية، والقدرة على اكتشاف المواضيع التي يجب حذفها أو إضافتها، حسب ثقافة وتقاليد المشاهدين والسياسة التحريرية، فقد تتضمن الصور لقطات غير لائقة مما تعد غير ذلك في الغرب (كمساحات العري النسائية) أو صور الدماء والأشلاء البشعة، أو ما شاكل ذلك. أما تحريريًا فيجب أن يتمتع الصحفي بقدر كبير من الحس السياسي ليتمكن من اكتشاف التحيز الثقافي أو الأيدولوجي في بعض الأخبار وبصفة خاصة ما يتعلق بالأديان والمصطلحات المشحونة بمعان أو إيجاعات، ومثال ذلك "المتوردون والشوار والإرهاب والمقاومة والفداية أو الاستشهادية" ... إلخ.

إن البيانات والفاكسات والشرائط التي ترسل إلى المحطة أو تبث على الإنترنت تستلزم توفر حس سياسي ومهني يحول دون توريط المحطة في مشكلات، إذ غالبًا ما تكون تلك المواد معبرة عن قوى سياسية وجماعات ذات أجندات سياسية أو طائفية أو مذهبية. ويتحتم أن تتوفر فيمن يتحمل قرار استخدامها القدرة على التمييز بين الصور المسموح وغير المسموح بإذاعتها، فضلاً عن جودة الفيلم ودقة عناصر الخبر، والمثال الأبرز في هذا الصدد الشرائط التي كانت تصل للجزيرة ثم قناة "العربية" منسوبة لـ بن لادن أو أنصار صدام حسين بعد خلعه، وفصائل المقاومة العراقية، والمقاتلين الشيشان... إلخ.

أما صور وأفلام التبادل الإخباري مع المحطات الأخرى فالمفترض أن يكون الصحفي الذي ينتج أخبارا منها قادرا على اختيار زاوية تناول لا تلتزم بالضرورة بما تناولته المحطة التي ترسل تلك المواد.

الإحساس بالصورة

تحدثنا عن أهمية الحس الصحفي بصفة عامة، ونشير هنا إلى أن ثمة حاجة إلى قدرة خاصة لدى محرر الخبر المرئي، سواء ميدانياً أو في غرفة الأخبار، وهي اختياره اللقطات المعبرة التي تغني عن الكلام الكثير، والحقيقة أن هذه القدرة هي التي تميز صحفياً تليفزيونياً عن آخر، صحيح أن المونتير يقوم بدور ما لاحقاً، لكن الكلمة الأولى والأخيرة يجب أن تكون للصحفي وليس للمونتير، ولن يستطيع الصحفي فرض كلمته على المونتير ما لم يكن قد تدرب على التمييز الجيد للصور المعبرة من غير المعبرة، وعلى أصول الانتقال من لقطة لأخرى، وعلى أصول وتأثيرات الإضاءة وحركة الكاميرا (بان، تلت أب، تلت داون، كلوز، زووم إن، زووم أوت، وتوقيات استخدام فلاشر الكاميرا بشكل يعطي أفضل صورة).

هذا ومن المعروف أن بعض مهرة الصحفيين التليفزيونيين يستغني أحيانا عن وظيفة مونتير الأخبار، ويقوم بنفسه بتقطيع وتركيب صور الخبر الذي يعده. إن الكتابة للصورة تحتاج تدريباً ومهارة؛ كي لا يشتت ذهن المشاهد، أو يقرر الانتقال إلى محطة أخرى يملك صحفيوها الحس العالي لانتقاء الصور المعبرة.

المعيار العملي لقياس الحس التليفزيوني عند الصحفي هو أن يتخيل نفسه وقد أغمض عينيه عند إذاعة خبر أنتجه، فإذا كان الصوت وحده كافياً لاستيعاب الخبر فمعنى ذلك الفشل، أما إن شعر أن الصوت المصاحب لم يشف غليله ولم يجعله يفهم أبعاد الخبر بدون الصور فذلك دليل على التوفيق.

الإنتاج الميداني للخبر المرئي

وظيفة مهنة الصحافة كما تعلمتها هي خدمة الحقيقة والولاء للرأي العام، وهي مهنة تشترط الموهبة، والحيوية والجرأة، إضافة إلى كونها دروساً يمكن تلقاها في كليات ومعاهد الإعلام. وتعد مهنة الصحافة متعة مرهقة يعيشها محبوها الممارسون لها في شتى أوقاتهم ليلاً ونهاراً، لا فرق بين أوقات الراحة أو الأجازات وبين أوقات الدوام الرسمي. المنتج

والمراسل التلفزيوني الناجح يجب أن يكون عاشقا لمهنته، برغم أثقالها الإضافية، من كاميرات وميكسرات وكشافات ووسائل إضاءة إلى جانب أجهزة المونتاج والبت الفضائي المباشر. وتتميز الصحافة التلفزيونية منذ وجدت بأنها عمل فريق ديناميكي يجب أن يكون متفاهما متعاوننا طوال الوقت.

المحك الأكبر لقياس مهارة وقدرات الصحفي التلفزيوني في رأبي هو العمل الميداني، حيث يجب على المراسل أن يحقق سبق في الحصول على الأخبار، وأن يدير فريق التصوير، وأن يصوغ الخبر ويرتب صوره، ثم يث المادة إلى المحطة في الوقت المناسب للنشرات في ظل المنافسة الشرسة مع المحطات الأخرى.

وفي سبيل ذلك كله يتحدى الصحفي التلفزيوني نفسه، وكلما نجح يشعر بنشوة وسعادة ذاتية، ويلقى إعجاب وتقدير المشاهدين، ومسؤولي محطته.

والصحفي التلفزيوني الميداني لابد أن يتحلّى بصفات ومهارات عامة متعددة، يشترك في معظمها مع زميله في وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والإليكترونية، من أهم تلك الصفات ما هو أخلاقي يتعلق بالأمانة والدقة والتجرد والتواضع، ومنها ما هو إنساني كالقدرة على التواصل وتكوين المصادر والصدقات الموثوق في أمانتها. ويضاف إلى كل ذلك ما يرتبط بطبيعة الصحافة التلفزيونية، من المعرفة الواسعة بتكنولوجيا وإمكانات وأنواع الكاميرات والميكروفونات ووسائل النقل المباشر والبت والاتصال عبر الأقمار الاصطناعية والإنترنت، وسرعة التصرف بشأن الأمور اللوجستية التي تضمن لفريقه توفير وسائل الاتصال والانتقال بسرعة. والقدرة على الكتابة للصورة باختصار غير مخل، والحس الأمني المرفه لمعرفة الممنوع والمباح في البلد الذي يعمل فيه والقدرة على توسيع المباح واختراق الممنوع بدون خسائر قد تؤدي إلى ما لا تحمد عقباه.

من تجرّبي اليابانية

أول الدروس النظرية التي تلقيتها في مستقبل عملي في FUJI TV كبرى المحطات التلفزيونية اليابانية الخاصة عام 1981 هو أن أكون مستعدا 24 ساعة يوميا، وسبعة أيام أسبوعيا على مدار العام، للعمل الشاق ذهنيا وعضليا. فملاحقة الأخبار أينما ووقتها وقعت وتحقيق سبق على المنافسين يقتضي ذلك. الدرس الثاني: هو أن التميز لا يأتي إلا من إجادة كل فنون العمل الصحفي والتلفزيوني، بمعنى أن يكون لديك الحس الصحفي

المرهف وقوة الملاحظة، وتوقع الخبر واقتناصه أسرع من غيرك، والاستعداد للمجازفة (التي لا تكلف المرء حياته)، والقدرة على اتخاذ القرار السريع بشأن ما يجب أن تعطيه الأولوية فيما يحيط بك من أحداث. أما الدرس الثالث: فهو الحرص على الرياضة اليومية من باب المحافظة على القوة والحيوية البدنية، وأخيرا كان علي أن أتدرب تدريجياً على ممارسة التصوير والمونتاج تحسباً لأية ظروف تمنع المصور من العمل، وتوفيراً لوقت البث عبر الأقمار الاصطناعية.

أسهمت أول ما أسهمت في نقل ومتابعة أخبار الصراع السياسي بين السادات ومعارضيه، ذلك الصراع الذي انتهى بقتله، وقد كنت أنا الذي أصرت يوم السادس من أكتوبر عام 1981 على أن نذهب: أنا كمنتج ميداني، والمراسل الياباني إلى العرض العسكري، وكان الرجل متردداً بل ورافضاً، باعتبار ذلك مجرد مظهر احتفالي لا خبر فيه، بينما كنت أنا أشعر ببرميل البارود الذي يشتعل فتيله قرب السادات.

كان غرور السادات وسوء تعامله في أواخر عهده مع معارضيه قد بلغ درجة جعلته يرغبى ويزيد ويهدد ويتوعد، ثم ينفذ وعيده باعتقال الجميع من أقصى اليمين لأقصى اليسار في الخامس من سبتمبر 1981، ثم لم يتورع علانية عن سب عدد من أبرز الرموز الدينية التي تحظى باحترام وشعبية بين المصريين مسلمين وأقباطاً.

ووقعت الواقعة: فقد اغتيل السادات، ونحن، أي المراسل الياباني وأنا، على بعد أمتار عشرة منه. فبدأت رحلة ممارستي العملية لكافة فنون الصحافة التليفزيونية من هذا الحادث الدرامي. وأستطيع القول: إنني اكتسبت في الشهور التالية للحادث معظم خبرات المهنة. فقد كانت مسؤولياتي تشمل الإنتاج الإخباري الميداني بالحصول على أحدث الأخبار والتطورات وردود الفعل ثم الترجمة إلى الإنجليزية، والتنسيق لبث المواد والتقارير الإخبارية عبر الأقمار الاصطناعية، بعد عمل المونتاج السريع، إضافة إلى استقبال وتسكين ثلاث فرق تليفزيونية جاءت من لندن وباريس ومن المقر الرئيسي في طوكيو لتساعد مكتب القاهرة.

بعد شهور قليلة من انتهاء توابع اغتيال السادات كان علينا تغطية حرب صدام حسين ضد إيران، فكان أن توليت عبء إعداد كل شيء تقريباً من أجل متابعة المعارك الكبرى من الجانب العراقي حتى النهاية في العام 1988. أسهمت في التغطية من جبهة

القتال طيلة تلك السنوات إنتاجا وتصويرا وترجمة. في تلك سنوات تحملت عبئا نفسيا فظيحا بحكم الخطر الذي كاد أكثر من مرة يودي بحياتي وحياة زملاء اليابانيين، وبحكم مشاهدتي وتصويري آلاف الجيف والجثث والأشلاء على الجبهة وخطوط النار، وبحكم الكبت والهوان الذي كان كثير من العراقيين يخبئونه ويتظاهرون بعكسه خوفا من بطش الديكتاتور وزبانيته. والأقسى من كل ذلك مشاهدتي رموز النخب الانتهازية العربية الداعمة لصدام على حساب الشعب الإيراني الثائر على الشاه وقوى الاستكبار الأميركي والغربي عموما.

وأسهمت ميدانيا طيلة تلك الفترة أيضا في تغطية كافة أحداث مصر والعالم العربي من الخليج إلى المحيط. وخرجت إلى خارج الدائرة العربية في اتجاه أفريقيا وأوروبا أحيانا. وكانت فترات الهدوء تسمح لي أن اقترح وأنتج مئات القصص الثقافية والتاريخية والدينية والبيئية مدفوعا بضرورة أن أقدم بلادنا العربية من كافة الزوايا الشيقة للمشاهد الياباني. وأزعم أنني نجحت نجاحا كبيرا في هذه المهمة التي ساقطني إليها أقداري، وقد صادف ذلك كله هوى في نفسي كأحد المؤمنين بالهوية الحضارية لأمتي العربية الإسلامية.

والحقيقة أنني وجدت من رؤسائي وزملائي اليابانيين في القاهرة وطوكيو ترحيبا وتشجيعا منقطع النظير. ولست أنسى شهادات، أعتر بها صحفيا وإنسانيا، وإن كنت أخجل من سردها في هذا المقام خشية أن أقع في دائرة تركية النفس. إلا أنني في العام الثامن من التحاقني بالمحطة كنت كثيرا ما أسأل نفسي، وماذا بعد؟ أين دوري بل واجبي نحو الرأي العام المصري والعربي؟ ومن تصاريف القدر أن الرئاسة الدورية لمكتب المحطة تبدلت في العام 1987. وفوجئت أن المدير الجديد صحفي من قسم الحوادث في الجريدة اليابانية التابعة للمحطة، وليس لديه أدنى فكرة عن العمل الإخباري التلفزيوني. لم أصدق نفسي، فقررت أن أحتج بلباقة عند رئاستي في طوكيو، وهاتفتهم هناك مستغربا هذا التعيين، فعاجلني محدثي بأن علي أنا أن أدرب المراسل الجديد وأشرح له ما لا يعرفه سواء من معدات العمل أو أبجدياته!! وفغرت فاهي من الدهشة.. أنا الصحفي المصري أدرب زميلا يابانيا من المفروض أن أكون مرؤسه؟!

وبلا فخر بدأت المهمة لمدة عام تقريبا، وكان ذلك الزميل مهذبا مطيعا إلى درجة تخجل، وما أن تعلم حتى بدأت ألاحظ تغيرا في أسلوب تعامله معي. ويبدو أنه اكتشف

أن من الصعب استمرار العلاقة بيننا بعد تدريبي له. وفي نفس الوقت كنت أشعر أن مشروعى الإعلامى الناشئ والفريد يحتاج منى تفرغاً كاملاً، فأثرت ترك فوجي تي في بسلام.

بعد ذلك أنتجت عدداً من أهم الفعاليات السياسية والتحقيقات التلفزيونية والأحداث منذ 88 وإلى نهاية القرن الماضى، ومما أعتز بإنتاجه ندوة ضمت رموز مصر الفكرية عما يسمى الإرهاب عقب حوادث العنف الدموية التي تورطت فيها جماعتي الجهاد والجماعة الإسلامية بداية التسعينيات. كما نفذت تغطيات وثائقية لفعاليات وأنشطة نقابية وسياسية مصرية وأجنبية منها مواقف التيارات المصرية من حرب الخليج الثانية للتلفزيون الإنجليزى آي تي في، وزلزال عام 92 في مصر وحادث قتل السياح بالأقصر عام 97، وانتشال بعض الآثار الرومانية من قاع خليج أبي قير بالإسكندرية عام 2000.

مبادئ تفصيلية في إنتاج التقارير الميداني

التقرير الإخباري الميداني هو صلب الصحافة التلفزيونية ووجبتها الطازجة الدسمة. ومهما أجاد صحفيو غرفة الأخبار في إعداد التقارير الداخلية فإن الأولوية في النشرة تكون غالباً لتقرير المراسل الميداني. وبرغم أن التقرير الميداني ينسب للمراسل، إلا أن له شركاء أساسيين، هم المنتج والمصور والمونتير.

ويمر كل تقرير ميداني عادة بالمراحل الإنتاجية التالية:

- الفكرة.
- البحث عن المعلومات والشخصيات.
- خطة العمل والتنفيذ بما في ذلك المونتاج الأولي أو النهائي.
- "الفيد" أو إرسال المادة المصورة للمحطة بالأقمار الاصطناعية أو شبكة الإنترنت فائقة السرعة أو الفيديو فون مثلاً، (إذا كان المراسل يعمل خارج الدولة أو بعيداً جداً عن مقر المحطة).

نماذج من مساهماتي بالأفكار والمعلومات والتنفيذ

- قبائل البشارية والعبادة في حلايب وشلاتين

قرأت في إحدى المجلات الأسبوعية أن منطقة الحدود المصرية السودانية المتاخمة لساحل البحر الأحمر يعيش فيها آلاف من البدو الرحل الذين لا يتحدثون العربية ولا يعرفون من الإسلام شيئاً كثيراً، وأنهم يرفضون محاولات الدولة المصرية توطينهم، وأنهم لا يستحمون إلا نادراً ويعيشون على الرعي وحليب النوق. اقترحت فكرة إنتاج عدة تقارير عن هؤلاء البدو على مدير المكتب فوافق. واجتهدت في تجميع كل المعلومات المتاحة عنهم من أرشيف الصحف والمجلات المصرية.

وبقي كيف يمكن الوصول إليهم في تلك البقعة النائية جداً من جنوب شرق مصر. اتصلت بصديق "متنفذ" في إحدى المؤسسات الصحفية. وطلبت منه مساعدتي للحصول على موافقة محافظ البحر الأحمر آنذاك الفريق يوسف عفيفي. وقد كان وقد قدم لنا الرجل، رحمه الله حياً كان أو ميتاً، أكثر مما كنا نحلم به: سيارتي لاند كروزر بسائقيهما لمدة أسبوع. وأنجزنا من هناك عدة تقارير أظن أن أحداً من المحطات المصرية والعربية والأجنبية لم يفكر فيها أو ينجزها حتى تاريخ نشر هذا الكتاب.

- مستشفى للطب النفسي تعالج مرضاها بالصلاة وترتيل القرآن

في بداية عملي (منتصف عام 1981) قرأت خبراً عن مستشفى للأمراض النفسية يلجأ صاحبها - وكان طبيباً صوفيّاً مشهوراً - إلى علاج مرضاه بالصلاة وترتيل القرآن الكريم انطلاقاً من قول النبي - صلى الله عليه وسلم -: "أرحنا بها يا بلال". وجدت أن الموضوع جديد وشيق ليس للمشاهدين اليابانيين فحسب بل لي شخصياً. وبحث عن إحصائيات وحقائق منشورة عن أعداد المرضى النفسيين ومشكلات علاجهم في مصر. وكان التصوير داخل أي من المستشفيات النفسية أمراً يبدو مستحيلاً، ومع ذلك قررت أن أزور الطبيب صاحب المستشفى لأحاول إقناعه بالموافقة على التصوير وقد كان، بعد قبولنا بالتزامات معينة حرصاً على المرضى وأهاليهم والمستشفى.

- صيد الإسفنج من قاع البحر المتوسط شمال غربي مصر

وقدمت فكرة إنتاج فيتشر عن صيد الإسفنج من تحت مياه الساحل الشمالي قرب

الحدود المصرية الليبية. وقمت بالبحث المعلوماتي المكتبي ثم الميداني فوجدت كمًا مغريًا من التفاصيل أهمها مثلا: أن أفضل أنواع الإسفنج في العالم موجود في تلك المنطقة عديمة الأمواج والتيارات المائية التحتية، ووجدت ضمن المنشور في إحدى الصحف عن الموضوع أن وكالة الفضاء الأميركية ناسا تستخدم هذا النوع من الإسفنج لتبطين حوائط سفن الفضاء. زرت الشركة التي كانت تستخرج الإسفنج وتجهزه للتصدير والتصنيع بمدينة الإسكندرية، والتقيت بمديرها وبعدد من الغواصين فرحبوا بالتصوير. وبقيت مشكلة كيف يمكن لنا التصوير تحت الماء؟ وبعد بحث مجهد توصلت إلى مصور فوتوغرافي هاوٍ للغطس كان يعمل بالغردقة في البحر الأحمر فأبدى استعداداه لإنجاز المهمة. وقد عرفنا على شخص أرمني متخصص بتصنيع "هاوسنج"، وهو صندوق لكاميرا الفيديو لا يسمح بتسرب المياه إليها أثناء التصوير. صنعنا عنده واحدا لكاميرا فيديو هاندي كام، وسافرنا إلى الساحل الشمالي، حيث رافقنا الغواصين على مركب الصيد. انطلقت المركب بطاقم غواصيها وطاقمنا المكون من المراسل الياباني والمصور الغواص والمنتج (الكاتب) عدة كيلومترات داخل المياه. نزل مصورنا الغواص مع صيادي الإسفنج تحت الماء، في حين كنت أنا أصور المراسل، وعملية تقطيع وتجفيف حصيلة الصيد فوق المركب. وكانت "الفيتشر" من أروع ما شاهده اليابانيون من المنطقة العربية في ذلك العام.

- تعامد الشمس على وجه رمسيس الثاني داخل معبده يومي مولده وتتويجه

الحقيقة أنني كنت أول من اقترح وشارك في إنتاج وتصوير هذه العبقرية الهندسية الفرعونية عام 1984 بعدما قرأت كتابا عن براعة الفراعنة في علوم الفلك والجغرافيا والهندسة وفنون العمارة. وجاء في الكتاب أن الشمس تشرق مرسله ضياءها لمسافة 60 مترا داخل المعبد بادئة بوجه رمسيس الثاني.

وقد أذاعت محطة فوجي "فيتشر" ما قمت والمراسل الياباني سيتارو موراو بتصويره، ثم باعت المحطة التقرير لعدد من محطات التلفزيون الأميركية، وتلقينا عليه شهادة تقدير بعد ذلك.

ومن يومها بدأت وزارة وهيئة تنشيط السياحة في مصر تروج مناسباتي تعامد الشمس على وجه الملك الفرعوني صباح يومي ميلاده وتتويجه في 22 فبراير و22 أكتوبر

من كل عام. وتقدر بعض التقارير الصحفية المنشورة عام 2006 في مصر زوار هذا المعبد لمشاهدة الظاهرة بأكثر من 9 آلاف سائح أجنبي وعربي ومصري.

- كارثة الجفاف في شمال الحبشة قبيل منتصف الثمانينيات

ضرب الجفاف مناطق شاسعة من الأقاليم والقرى الشمالية الإثيوبية بسبب انقطاع المطر شهوياً طويلاً في بداية ثمانينيات القرن الماضي. وتنادت هيئات دولية وإنسانية في العالم لإنقاذ ضحايا الكارثة. وقد قررت إدارة التحرير في شبكة فوجي إرسال طاقم القاهرة المكون من مدير المكتب آنذاك سيتارو موراو وكاتب هذه السطور. وبعد سفرنا برا من أديس أبابا إلى منطقة الشمال الإثيوبي تسمى "كورام" مكثنا هناك أياماً أتيحتنا فيها عدة قصص عن أحوال المنطقة الزراعية ونحيمات الضحايا الذين كانوا بين الموت والحياة بفعل شدة الجوع وتفشي الأمراض. وقد قمت أنا بالتصوير بالتناوب مع المراسل موراو. والحقيقة أن معاناتي النفسية من هول مناظر الضحايا لم يَفْقْها سوى معاناتي من تصوير الآلاف من جثث القتلى والمصابين الإيرانيين والعراقيين على الجبهة العراقية طيلة سنوات الحرب مع إيران.

- مأساة سفينة العودة الفلسطينية

تفتق ذهن بعض قيادي منظمة التحرير الفلسطينية ذات يوم من أيام العام 1987 عن فكرة "فانتازية" غير مدروسة جيداً. كانت الفكرة هي نقل بضع مئات من اللاجئين الفلسطينيين على ظهر سفينة تبحر من قبرص إلى ساحل فلسطين المحتلة. وراقبني الحكاية التي نشرت كخبر صحفي، فجمعت بعض المعلومات عن اللاجئين الفلسطينيين، ثم هاتف أصحاب الفكرة وحصلت على موافقتهم على أن نتابع تنفيذهم إياها ميدانياً.

وافقت إدارة التحرير في طوكيو على سفرنا إلى قبرص. وهناك رتبت مع بعض "المسؤولين" الفلسطينيين في نيقوسيا. وقد لفت نظري وزميلي الياباني آنذاك مدى ثقتهم الزائدة في أنفسهم، وأنافتهم المفرطة، وطريقة إنفاقهم المالي. فقد كنا كصحفيين في واحدة من أغنى محطات التلفزيون اليابانية ننزل في الهيلتون، وتناول بعض وجباتنا في المطاعم الكبرى في نيقوسيا. وكثيراً ما كنا نشاهد المسؤولين الفلسطينيين ممن نسق معهم موجودين في هذه الأماكن. والمعروف أن قبرص كانت ولا تزال أحد أهم مراكز أجهزة المخابرات وبينها الموساد. بقينا عدة أيام ننتظر اتفاق الفلسطينيين مع سفينة قبرصية. وفي

كل يوم يبلغوننا بتراجع من يتفوقون معهم من أصحاب السفن بسبب ضغوط وتهديدات إسرائيلية. واستمر الوضع على هذا عدة أيام حتى فوجئنا بخبر اغتيال اثنين من مسؤولي منظمة التحرير في نيقوسيا. هرعنا إلى مكان الحادث وصورت بنفسي بقع الدماء التي لم تكن قد جفت بعد. وبالطبع استحال تنفيذ فكرة سفينة العودة.

- قصف طائرة حربية عراقية المدمرة الأميركية ستارك في مياه الخليج عام 1987.

بثت الوكالات ذلك الخبر وكانت الحرب العراقية الإيرانية لا تزال مشتعلة. وتقرر أن نسافر فوراً إلى البحرين لتصوير ما يمكن تصويره. هرعت إلى شراء تذاكر الطيران بعد الاتصال بالسلطات البحرينية حيث إحدى قواعد الأسطول الأميركي. وسافرنا بلا حقائب ملابس فوصلنا قبيل سويعة من مراسم نقل جثث البحارة الأميركيين داخل مطار المنامة. وفي المطار صورت بنفسي تلك المراسم وهي على ما أتذكر تأدية التحية العسكرية للجثث الموضوعة داخل تسعة صناديق ملفوفة بالعلم الأميركي، أثناء عزف السلام الوطني للولايات المتحدة. ثم تحدث المراسل الياباني في ختام التقرير المصور وأخذنا الشريط فوراً إلى غرفة الماستر كنترول بالتلفزيون البحريني حيث أرسلنا الصور عبر الأقمار الصناعية إلى مقر محطة فوجي في طوكيو.

* * *

أعود لطرح أهم القواعد أو المبادئ التفصيلية المستخلصة من واقع الممارسة في صناعة الأخبار التلفزيونية. وأقتبس فيما يلي خلاصة تفصيلية لما قدمه في مركز تدريب الجزيرة مايكل ديلاهاي أحد المدربين المعتمدين لدى مؤسسة تومسون البريطانية.

يقول ديلاهاي:

عند اختيارك للقصة الإخبارية التي تريد إعدادها عليك الإجابة عن أربعة أسئلة:

1. ما مادة الموضوع؟
 2. ما زاوية تناول؟
 3. هل ثمة أرقام وحقائق تؤيد تلك القصة؟
 4. هل يمكن تلفزة الفكرة؟ بمعنى هل يمكن الحصول لها على الصور المناسبة أو المعبرة عنها؟
- ويعتبر المدرب الخبير أن عدم الإجابة عن السؤال الثالث قبل التصوير يعد خطأ شائعاً.

ويقول: إن مرحلة "ما قبل الإنتاج (pre-production): تشمل:

1- البحث.

2- التصوير.

ويضيف مايكل ديلاهاي: "تخيل أن التقرير التلفزيوني هو عبارة عن قطار يمر عدة عربات، فالقطار هو الفكرة والعربات هي الصور والمقابلات والأرشفة والرسوم البيانية والنص الذي ستستخدمه في رواية القصة. قبل التصوير تأكد أنك قد اخترت القاطرة والعربات، وتذكر أن الصور يجب أن تحكي القصة، فالتقرير التلفزيوني يجب أن يكون زواجا ناجحا بين الكلمات والصور".

ثم يشدد على أهمية التواصل مع المصور فيقول:

"تكلم مع المصور قبل التصوير (كما لو كنت مخرجاً) - تكلم معه عن التقرير - ماذا سيحوي؟ والطريقة التي ستقص بها القصة على المشاهد - واستشره حول اللقطات، وإذا كانت هناك حاجة لمعدات خاصة فأخبره بذلك قبل فترة كافية".

المسؤولية:

ويذكر المراسل بمسؤوليته عن التقرير أمام إدارة التحرير فيقول:
التصوير يحتاج إلى عمل المراسل والمصور، ولكن الأول هو المسؤول النهائي عن
جودة التقرير حتى مرحلة ظهوره على الشاشة.

وينصح المراسل بضرورة إعداد مسبقاً قائمة بالمناظر والأسئلة اللازمة فيقول:
"قبل الانطلاق إلى موقع التصوير على المراسل أن يكتب قائمة تشمل: اللقطات
التي تحتاج إليها القصة، وأهم الأسئلة التي يوجهها للضيوف".
ويصف ديلاهاي من يجهزون هذه القائمة مسبقاً بأنهم "المحترفون" حقاً، في حين
يدمغ من لا يكتبونها و"يتباهون بأنهم يخزنون هذه المعلومات في رؤوسهم بأنهم ليسوا
محترفين".

ثم يقدم الرجل نصائح فنية مهمة للمصور فيقول:
- احذر لقطات Zoom, Pan, Full-Focus ولا تلجأ إليها إلا لسبب واضح.
- تجنب وضع لقطات متحركة متتالية، مثلاً: لقطة pan ثم zoom ثم track، وتذكر
إما أن تتحرك الأشياء داخل إطار الكاميرا أو أن الكاميرا، أو عدستها تتحرك، وفي هذه
الحالة يجب أن يكون هناك سبب وجيه.

الذاتية والموضوعية:

كل لقطة يمكن أن تقاس على مقياس خطي بين الذاتي أو الموضوعي، فالـ **close-up**
هي أكثر ذاتية من اللقطات الواسعة. سل نفسك أي الأساليب أفضل للموضوع الذي
تتعامل معه واختر اللقطات التي تناسبه.

استخدام حامل الكاميرا:

بعض المصورين يفضلون أن يحملوا الكاميرا على أكتافهم طول الوقت، إلا أن بعض
اللقطات يجب أن تتم بعد تثبيت الكاميرا على الحامل الخاص بها كاللقطات القريبة
close-up في نهاية **zoom**. وتذكر أن أحد مهام المراسل هي حمل قاعدة الكاميرا.

اللقطات المتسلسلة:

تعتبر لبنات التقرير المصور، ولكنها تتطلب الكثير من الوقت لالتقاطها جيداً، وقد يضطر البعض إلى إعادة الحدث للحصول على تصوير أفضل.

الإعادة والتمثيل:

من المنطقي أحياناً أن تطلب من الشخص الذي تقوم بتصويره إعادة تمثيل حركة معينة كالنزول من السيارة والدخول في مبنى، ولكن إياك أن تطلب أو تحاول أن تعيد تمثيل الانفعالات كطلبك من أم أن تعيد صفع ابنها في محل البقالة.

ويعود المدرب إلى المراسل مرة أخرى فينصحه بشأن إجراء المقابلات ويقول:

حاول أن لا تقوم بإجراء مقابلة لأناس يجلسون خلف المكاتب، وحاول إضافة بعد إلى اللقطة. اجعل المقابلات أكثر حيوية، وإذا كان مناسباً قم بإجراء مقابلة الناس وهم يقومون بفعل ما؛ كقيادة السيارة، أو إعداد الطعام أو حتى كي الملابس. استخدم المونتاج لكي تبقى المقابلات قصيرة، ولا تزيد عن ثلاثين ثانية لكل مقطع إلا في حالة قيام الشخص بالكلام عن موضوع جد ممتع أو جد عاطفي. وبإمكانك استخدام مقطعين أو ثلاثة من نفس المقابلة في تقرير مصور واحد، ولكن عليك تجنب التصوير الكسول، حيث يقوم المصور باستخدام مقابلة واحدة وتقسيمها.

الإطار:

عندما تقوم بتصوير مقابلة تأكد من أن الصورة ذات تركيب صحيح وذات إضاءة جيدة ولديها بعد. تأكد من عدم وجود خلفية نافرة وكأنها شيء نابت من رأس الضيف كأوراق شجيرة أو أسلاك كهرباء عمودية.

التناوب:

إذا كان لديك مجموعة من المقابلات في تقرير واحد، قم بتصويرها من جوانب مختلفة لكي تتأكد بعد المونتاج من أنهم لا ينظرون إلى نفس الاتجاه. إذا كان التقرير عن نزاع معين والبعض "مع" والآخر "ضد"، فمن المجدي وضع كل من المجموعتين في وضع النظر في اتجاه واحد وهذا يسهل على المشاهد التعرف على ممثلي كل فريق من الآراء، وهذا يعطي انطباعاً أن هؤلاء واقفون وجهاً لوجه يتبادلون النقاش وكأنهم على طرفي طاولة في الأستوديو.

زاوية الكاميرا :

القيام بتصوير مقابلة باستخدام كاميرا تنظر من أعلى إلى الضيف سيكون من شأنه إعطاء انطباع بالتقليل من شأنه، أما إذا كانت الكاميرا تنظر من أسفل فسيكون من شأنه تضخيم ذلك الضيف، وعلى العموم ضع الكاميرا في مستوى العين أو أقل من ذلك بقليل. أحياناً قد تضطر للتنازل بعض الشيء عن تلك القاعدة لكي تدخل أشياء أخرى في الخلفية.

الأطفال وكبار السن :

عند القيام بمقابلة الأطفال وكبار السن، ضع نفسك والكاميرا على مستواهم .

الخط :

هو خط محوري يمتد بين شخصين أو شيئين أو يعبر عن خط الحركة. و في المقابلات هذا الخط يمتد بين ألوف المشاركين. في مباراة كرة القدم يتبع خط اللعب فيقطع الملعب من النصف بين الهدفين. عند التصوير والمونتاج حاذر من تحطي ذلك الخط كلما أمكن ذلك، وإذا كان عليك تخطيه، ففرق بين اللقطتين باستخدام لقطة **close-up** أو بلقطة على الخط نفسه.

اللقطات الوصلية cut-aways :

معظم أنواع التصوير بما في ذلك المقابلات تحتاج إلى اختزال الوقت والحركة وذلك باستخدام اللقطات الوصلية. وتأكد أنك صورت بعض اللقطات الوصلية وأنها مناسبة للموضوع، فإذا قمت بمقابلة طبيب، فسماعة الطبيب التي قد تكون على الطاولة تعتبر مناسبة، أما صورة تاج محل على حائط مكتبه فلا تكون مناسبة إلا إذا كان يتحدث عن رحلة عمل إلى الهند، وعادة ما تكون لقطات الـ **close-up** مناسبة في مقابلة عبر فيها الضيف عن انفعاله أو عواطفه من خلال يديه.

اللقطات التي تثير الأسئلة :

لا تقم بتصوير تلك اللقطات إلا إذا نويت أن تجاوب عليها، فعلى سبيل المثال: إذا صورت بقايا فطيرة على طاولة أحدهم فما الهدف من هذا؟ أو إذا استعملت لقطة **pan** وقطعتها من منتصفها، فهذا سيثير تساؤل المشاهد: إلى أي شيء ستؤول الكاميرا؟

المقابلات مع أشخاص يخفون هويتهم:

هناك طرق عدة لمقابلة أشخاص دون كشف هويتهم. أسهل شيء هو تظليل وجوههم، وأسلم شيء إسقاط ظلهم على حائط وتصوير ذلك. كن ذا خيال خصب.

معاودة التاكيد:

في نهاية المقابلة تأكد ثانية من أن الصور والصوت جيدة، وذلك قبل مغادرة الضيف من مكانه.

: vox-pops

يطلق هذا المصطلح على المقابلات القصيرة التي يتم إجراؤها مع أناس في الشارع (أوبعض أماكن التجمعات) عن موضوع واحد، وتستعمل عادةً لتوسيع الموضوع، ولكنها تعتبر أيضاً طريقة كسولة للتظاهر بأنك قمت بعمل بحثي كبير، فاستعملها بحذر، وحاول دائماً أن تبقي على الأسئلة التي تطرحها مع استخدام نفس الكلمات، ثم باستطاعتك بعد ذلك إزالة الأسئلة عند المونتاج، وذلك بجعل الأجوبة متتابعة. وتذكر دائماً أن تغير بين الجوانب التي تصور منها.

الصوت المصاحب للصورة:

من أجل التنوع، استعمل كلمات ضيفك بدلاً من التعليق، دع الرجل يقص القصة بنفسه واشرح تلك القصة بالصور.

الانفعالات:

إن انفعالات وجوه الناس تعطي انطباعاً أكثر قوة من الأشياء الجامدة، فمثلاً صور حريق ستكون أكثر تأثيراً إذا صاحبها صور شهود عيان. وابحث دائماً عن لقطات انفعال قريبة، ولكن تذكر دائماً أن الانفعال من الاستحالة تكراره أو إعادته، فإذا فاتك فقد خسرت.

اللقطة الاستهلاكية:

في الكثير من الأحيان تعتبر اللقطة الأولى أهم اللقطات في التقرير، فهي الصنارة التي تصطاد المشاهدين وتبقيهم مشدودين، فإذا لم تكن الصورة الأولى تشدهم فإنك ستفقددهم. لا تنتهي من التصوير دون التفكير في اللقطة الأولى.

اللقطات الرمزية:

وهي اللقطات التي تروي في ثلاثة ثواني ما تحتاج لـ 30 ثانية من التعليق، فمثلاً كان رمز انهيار الشيوعية هو سقوط تمثال لينين. كل قصة لها لقطاتها الرمزية، وعليك قبل توجهك للتصوير أن تفكر ملياً في تلك اللقطات.

الأرشيف:

سواءً كانت صوراً أو أفلاماً فإن استعمال الأرشيف هو طريقة فعالة لرواية أية قصة لها ارتباط بالماضي، تذكر أن هناك أرشيف مؤسسات وأرشيف شخصي، فكل منا لديه ألبوم صور لعائلته وقد يكون لدينا شريط فيديو، فعندما يكون تقريرك عن شخص معين فاسأله عن ألبوم صورته، وإذا كانت إحدى الصور ستثير رد فعل عاطفي كصورة ابن مات فركز الكاميرا على وجه الشخص، ثم أعد التصوير مرة ثانية، ولكن هذه المرة بأن تكون الكاميرا مركزة على الصورة من وراء كتف الشخص وهو ينظر إليها - وهي بيده - فالعواطف لا يمكن تكرارها.

الأصوات الطبيعية:

الأصوات الطبيعية هي البعد الثالث للتلفزيون، وهي التي تجعل تلك الصورة على الشاشة ذات بعدين، فالأصوات حولنا في حياتنا جميعاً، فدعونا نسمعها في التقارير. استعملها كعلامات ترقيم لتقاريرك: الفاصلة أو النقطة الصوتية. وقد تستعمل الأصوات الطبيعية لمدة 2-3 ثوان لتفيد الانتقال من مكان لآخر، كالانتقال من الداخل للخارج، والأصل هو أن تدع الصوت يتنفس.

قائمة اللقطات:

إن تشكيل قائمة للقطات مع التوقيت لبداية ونهاية اللقطات ستساعدك أنت والمونتير؛ ستساعد المونتير على إيجاد اللقطات بسرعة، وستساعدك على تصور اللقطات عندما تجمع المونتاج على الورق.

المونتاج على الورق:

الكثير من المراسلين يكرهون هذه الطريقة لأنها تتطلب الكثير من الوقت، ولكنها في الحقيقة توفر الكثير من الوقت، وذلك لأن التفكير في البناء المنطقي والصوري للتقرير

المصور سيوفر ساعات من العمل في المونتاج بحثاً عن لب القصة، وفائدة أخرى هي أن بإمكانك إعادة تشكيل التقرير عند ملاحظة عدم التسلسل المنطقي، وهذه العملية تتكلف وقتاً وجهداً أكبر في غرفة المونتاج، وخصوصاً إذا كنت تستخدم النظام الخطي linear.

إنّ أعظم النحائين عبر التاريخ أعدوا رسومهم قبل حمل الأزميل ونحت الرخام، فمحاولتك القيام بمونتاج تقرير مصور دون القيام بمونتاج على الورق تشبه محاولتك الهجوم على قطعة من الرخام لتكسيدها معتقداً أن هناك تمثال ما في الداخل.

المونتاج:

عمل التقرير الإخباري يشابه إعداد وجبة، فمرحلة ما قبل الإنتاج تقابل اختيار مقادير الطعام، والتصوير يقابل التوجه إلى السوق، والمونتاج يقابل الطبخ نفسه، ولأهمية المونتاج فإن فيلماً ممتازاً قد يفشله مونتاجاً سيئاً والعكس صحيح. التنوع هو الأساس، فقيامك بقطع وتركيب كل لقطة بنفس المدة تخلق رتابة في الإيقاع.

وعلى العموم لا تقطع وتركّب الصور عندما تكون الكاميرا تتحرك، حيث لا يستطيع القيام بهذا العمل إلا مونتير محترف.

التعليق:

حاول الإبقاء على التعليق قصيراً، ويفضل ألا يزيد على 20 ثانية لكل مقطع، وتذكر أنك تغذي مشاهديك بالمعلومات، وعلى عكس الصحافة المكتوبة فإن على المشاهدين التقاط تلك المعلومات بالسرعة التي تقررهما أنت وليس لديهم من فرصة للعودة لسماعها مرة أخرى. التلفزيون هو وسيلة "القضمة الواحدة" فأعط الفرصة للمشاهد لكي يمضغ اللقمة ويبلعها ويضمها، وذلك عن طريق كميات صغيرة. تذكر أن هدف التعليق هو تكميل الصور وليس لشرح ما يراه المشاهد على الشاشة بل لإضافة معلومات مناسبة وضرورية.

الوقوف أمام الكاميرا : piece-to-camera

كن صريحاً: هل هذا العمل ضروري أم هو فرصة لك لكي تظهر وتراك والدتك؟
تذكر أن الوقوف أمام الكاميرا ينقل اهتمام المشاهد من الموضوع الذي تطرحه في

التقرير إليك شخصياً. حاول أن يكون أحد أطراف الجسم (اليمين أو اليسار) أقرب إلى الكاميرا من الآخر لكي يضيفي بعداً أفضل. إذا أردت أن تقوم بالتصوير وأنت تمشي فتذكر أن تبدأ المشي قبل أن تتكلم (مثلاً خطوتين فقط قبل الكلام) لكي يتناغم إيقاع كلامك مع إيقاع مشيتك، وهذا يبدو أكثر عفوية.

أولوية الكلمات أم أولوية الصور؟

عمر هذا الجدل هو بعمر التلفزيون نفسه. أولوية الكلمات هي طريقة سريعة، ولكن غير مرنة وفظة، أما الطريقة الأخرى فهي أكثر فنية، ولكنها أبطأ، ولكن هناك "خلطة" تجمع بين حسنات الطريقتين وهي طريقة كتابة النص أولاً ثم تسجيله أخيراً، كل قطعة من النص تقاس مدتها، وبعد مَنَتجة الصور في تسلسلها الصحيح يتم تحديد الأمكنة التي سيسجل فيها الصوت، ومن ثم تعدّل المدة زيادة أو نقصاً، أو تضاف أصوات طبيعية. إذا كان هناك خيار بين تعديل النص أو الصورة فحاول دائماً تغيير النص لإعادة كتابة الكلمات أسهل من إعادة المونتاج. أخيراً، وعندما تتم مَنَتجة الفيلم كاملاً من ناحية الصور ومقاطع المقابلات، تقوم بتسجيل النص من البداية مع المونتير الذي يقوم بإضافة صوتك إلى التقرير، مع الإبقاء على الأصوات الطبيعية كخلفية، رافعاً درجة الصوت أو خفضه. فهل تتطلب هذه العملية وقتاً أكبر؟ نعم ولكن ليس أطول بكثير، وعلى أية حال فإنه كلما تمارس هذه العملية أكثر كلما تصبح أكثر سرعة.

رواية القصة:

التقرير المصور هو عبارة عن قصة، ويجب أن يكون تكوينه كذلك. تذكر مقولة جان لوك جودارد: "إن كل فيلم يجب أن يكون له بداية ووسط ونهاية، مع عدم الالتزام دائماً بذلك التسلسل." تذكر أن معظم القصص هي عن الناس - أشخاص حقيقيون- فاسأل نفسك دائماً: من سيكون متأثراً بتلك القصة بطريقة مباشرة؟ فإذا قمت بإنتاج تقرير مصور عن إغلاق محطة تلفزة فلا تجري مقابلات مع المدير العام فقط، ولكن مع الموظفين الذي سيفقدون عملهم والمشاهدين الذين سيفقدون براجمهم المفضلة.

وأخيراً:

تذكر أن التلفزيون لغة لها مفرداتها وقواعدها، ولاتقانها عليك ممارستها، وعندئذ ستصبح طليقاً في استخدام الصور كما أنت طليق في استخدام الكلمات.

تقنيات الكتابة للصورة:

هناك نظريتان محل خلاف بشأن الكتابة التلفزيونية: "الكتابة للصورة أولاً" و "كتابة النص أولاً". وتنقسم محطات التلفزة في العالم بين من يعتقد بأن الكلمة أكثر أهمية عند إعداد تقرير إخباري مصور وبين من يعتقد بأن الصورة هي الأكثر أهمية.

1- كتابة النص أولاً

الطريقة: يكتب الصحفي النص - في العادة بعد استعراض الصور الخام المتوفرة - ويسجل النص على شريط، ويترك مساحات لأجزاء من المقابلات أو "المقتطفات الصوتية". يقوم ممتج (مونتر) الشريط بعدها بتقطيع الصور حسب النص الذي سجله الصحفي (ثم يضع المقابلات والمقتطفات في المساحات المحددة). وبمعنى آخر يتوجب على المونتر وضع الصور لتكون متناسبة مع الكلمات. وإذا كانت الصور أطول من النص فيجب تقصيرها، وإذا كانت أقصر يجب تطويلها.

الإيجابيات: سريعة وسهلة.

السلبيات: في العادة يتم تقطيع الصور بصورة اعتباطية ودون اعتبار لطولها الجمالي أو ترتيبها. وبشكل عام فإن النص يكون طويلاً جداً ويقارب طول الصور تقريباً.

2- الكتابة للصورة أولاً

الطريقة: يتم إعداد وتنسيق الصور أولاً، ثم يقوم الصحفي بكتابة النص لتناسب تسلسل الصور التي قطعها المونتر. وأخيراً يقوم بتسجيل نصه وفق الصور.

الإيجابيات: الصور تأخذ حقها وتعطى قيمتها الجمالية كاملة، فالتلفزيون قبل كل شيء وسيلة إعلام بصرية. وبشكل عام يظهر التقرير أكثر مهنية وصقلاً.

السلبيات: عملية كتابة النص تأخذ وقتاً طويلاً وتحتاج لمهارة وممارسة.

الحل الوسط:

الطريقة: تتكون من خمس مراحل:

- 1- يقوم الصحفي باستعراض الصور الخام التي يلتقطها المصور.
- 2- يقوم بكتابة نصه وزمن كل مقطع من النص مقدراً بالثانية (يمكن استخدام

ساعة توقيت إذا لزم الأمر). ولكن لا يسجل كلماته.

3- يعرض الصحفي نصه المكتوب مع التوقيات على المونيتير. يقوم بعدها المونيتير بتقطيع الصور أخذًا تلك التوقيات بعين الاعتبار.

4- عندما يوجد تعارض بين نص الصحفي وتسلسل الصور لدى المونيتير يقوم الصحفي بتقصير كلماته أو تطويلها أو إعادة ترتيبها أو إعادة كتابة النص من جديد لكي تناسب الصور المنتجة. كما يمكنه إضافة وقفات أو سكتات لاستخدام الصوت الطبيعي لتعمل عمل الفواصل. وفي حالات استثنائية قد يطلب من المونيتير تغيير اللقطات أو إعادة منتجتها. ولكن إذا كان لديه خيار بين تغيير النص وتغيير الصور يجب على الصحفي أن يحاول أولاً تغيير نصه.

5- عندما يقتنع كل من الصحفي والمونيتير بأن النص أصبح يناسب الصور، يقوم الصحفي بتسجيل صوته.

الايجابيات: هذا الأسلوب حل وسط وجيد لأنه يعطي أهمية متساوية لكل من الكلمة والصورة. كما أنه يجعل التقرير "يتنفس" من خلال وضع مساحة للصوت الطبيعي.

السلبيات: يحتاج إلى ممارسة ويأخذ وقتاً أطول مما يأخذه أسلوب "كتابة النص أولاً". لكن النتيجة تظهر أن الأمر يستحق ذلك، وهو مناسب لإعداد "تقارير إخبارية خاصة" مدتها ثلاث دقائق أو أكثر حيث يسمح بشكل عام بإطالة زمن هذه التقارير.

مبادئ عامة في كتابة النص:

ملاحظة: المبادئ التالية خطوط إرشادية عامة وهي ليست قواعد ملزمة.

- اكتب مقدمة التقرير (التي يقرأها المذيع) أولاً قبل أن تبدأ كتابة نص التقرير. سيساعدك ذلك في التركيز على القصة ولن يجعل أول فقرة من تقريرك تكراراً لما قاله المذيع قبل قليل في المقدمة. قد يقوم محرر الأخبار بتعديلها لكنه سيكون شاكرًا لك إذا ساعدته في كتابة المقدمة. تذكر أنك تعرف قصتك أفضل مما يعرفها أي واحد غيرك.

- بشكل عام، وظيفة نصوص التقارير هي إيصال الحقائق والأرقام، بينما وظيفة المقابلة إيصال الرأي والموقف والعاطفة والنوادر والأمثلة. وهذه ليست قاعدة مطلقة

لكنه مبدأ مفيد.

- ليكن نصك قصيراً فأنت لا تكتب مقالاً لصحيفة. وفي التلفزيون، الصورة هي التي تحكي القصة. يجب أن يكون طول نص التقرير بين ثلث أو نصف الطول الإجمالي للتقرير.

- كل فقرة من النص يجب أن لا تزيد في العادة عن عشرين ثانية. فإذا كانت أطول من ذلك استخدم وقفة قصيرة (لثانيتين أو ثلاث ثواني) بالصوت الطبيعي. تذكر أنك تغذي معلومات المشاهدين، فلا تعطهم أشياء لا يمكن هضمها.

- لتكن الجمل التي تستخدمها بسيطة، إن فن كتابة النص التلفزيوني الجيد يعني كتابة جمل بسيطة دون تبسيط، حاول تجنب استخدام الجمل الاعتراضية. التلفزيون وسيلة تستخدم جملاً قصيرة. مثال: "أحمد صحفي تلفزيوني.. وهو يعيش في الدوحة.." هذه الطريقة أفضل من "أحمد الذي يعيش في الدوحة، يعمل صحفياً تلفزيونياً.." الجمل القصيرة أسهل أيضاً عند إعادة ترتيبها عندما تضطر لتغيير الكلمات لكي تناسب الصورة.

- لا تقم بوصف ما هو واضح في الصورة. لا تقل لي ما أراه بعيني ولكن قل لي لماذا أراه (مدرب البي بي سي، فرانك آش).. على سبيل المثال، لا تخبرني أن "الرئيس وصل في سيارة مرسيدس كبيرة سوداء مع موكب من أربع دراجات نارية" ما دمت أرى ذلك على الشاشة.

- استعمل اللغة العادية التي يستعملها الناس العاديون. الكلمات التي تستعملها يجب أن تكون من لغة التخاطب وليس اللغة الأدبية أو الشعرية. تذكر: أنت تتحدث مع المشاهد ولا تكتب له رسالة.

- لا تخف من طرح أسئلة اعتراضية. إن مخاطبتك للمشاهدين مباشرة يجذب انتباههم. على سبيل المثال: "إذن، كيف تخطط الحكومة لتخفيف حركة المرور؟"

- احفظ الصور في ذاكرتك وأنت تكتب الكلمات - كما لو أن آلة عرض سينمائية مثبتة داخل رأسك.

- إذا وقع خلاف بشأن حقائق أو أرقام معينة أو إذا لم يتم التأكد منها، فانسبها إلى

مصدر محدد- على سبيل المثال: "وفق مصادر الأمم المتحدة.."

- حاول تبسيط الأرقام باستخدام العبارات بدلاً من الأرقام والنسب. فبدلاً من القول 54٪ يمكنك القول: "أكثر من النصف"، أو حتى "النصف تقريباً". وبدلاً من 72٪ يمكن أن تقول: "حوالي ثلاثة أرباع" أو "سبعة أعشار تقريباً". ولكن عندما تكتب عن انتخابات أو استطلاعات يجب أن تذكر الأرقام أو النسب بالضبط.

- قل شيئاً محدداً، لا تقل أشياء فيها تعميم أو تأملات فلسفية. فأنت صحفي ولست شاعراً أو نبياً.

- أحياناً "الصور تتحدث عن نفسها". إن كان كذلك، دعها تتحدث. هناك أوقات يكون فيها أفضل نص هو "عدم وجود نص". تعلم أن "تكتب صمتاً". (مراسل الحرب السابق في بي بي سي، مارتن بيل).

- لتكن لغتك محايدة من الناحية السياسية والعاطفية. "إرهابيون، مقاتلو الحرية، فدائيون.." كلها كلمات تشي بالانحياز. استخدم كلمة تصف ما تريده دون أن تضمن شيئاً.

- تجنب استخدام الصفة والظرف فهذه كلمات وصفية والصورة تقوم مقامها بالوصف. دقق في نصك بحثاً عن الصفات وكلمة وجدت صفة اسأل نفسك إن كانت ضرورية أم لا.

- عندما تقدّم لمقابلة، احذر أن تقول في نصك ما سيقوله الضيف في المقابلة بعد قليل.

- تجنب الكلمات العامية، لا تحاول استعراض معرفتك أو ثقافتك باستعمال مفردات غريبة.

- الفقرة الأخيرة من النص هي الأصعب - لأنك قبلها تكون قد قلت كل ما تريد قوله تقريباً. يمكن استعمال خدعة مفيدة وهي أن تنظر إلى المستقبل أي أن تقول شيئاً عن كيف ستتطور القصة أو الحدث خلال الأيام القادمة أو الأسابيع أو الشهور أو السنوات القادمة. فالتأمل المبني على المعلومات مسموح به.

- عندما تنتهي من الكتابة، قم بتدقيق كل كلمة للتأكد من الحقائق. انتبه بشكل

خاص إلى الإشارات الزمنية: "غدا"، "هذا الأسبوع"، "الشهر القادم" .. الخ.

- عندما تقوم بتسجيل نصك، ليكن ذلك بطريقة معتدلة، لا سريعاً ولا بطيئاً.
تذكر: الإلحاحية والأهمية يمكن إيصالهما عن طريق نبرة الصحفي وليس عن طريق سرعة الإلقاء.

- حاول أن تقرأ نصك دائماً بصوت مرتفع قبل التسجيل. إذا كان النص يبدو رتيباً، فأعد الكتابة، وإذا كنت تستعمل عبارات أو كلمات يصعب قراءتها، أعد كتابة تلك الكلمات.

- تذكر أن نصك يجب أن ينطبق على الصور واستفد من الصوت الطبيعي. وإذا كان لديك خيار بين تغيير الكلمات أو تغيير الصور، حاول أولاً أن تغير الكلمات.

قائمة الفحص الخاصة بالمقابلات

الاستعداد الأولي للمقابلة:

- تأكد من أنك اخترت الشخص المناسب: شخص خبير ولديه معرفة تمكنه من الرد على أسئلتك. المدير أو الرئيس ليس دائماً أفضل شخص على الرغم من أنه قد يعتقد ذلك.

- تذكر: 1- هل لدى الشخص ما يقوله؟ 2- هل هو/ هي مستعد لقوله؟ 3- هل هذا الشخص قادر على الحديث بشكل واضح (يعاني من تأتأة أو غير متمكن لغوياً)؟
- لا تكن كسولاً. لا تُجر مقابلة مع أول شخص يوافق على إجرائها. من الأفضل دائماً التحدث إلى اثنين أو ثلاثة خبراء قبل تحديد الأفضل.

- لا تعط الأسئلة بشكل مسبق. أعط فقط المحاور الرئيسة لأن هناك خطورة في أن يتدرب الضيف على الأسئلة و بالتالي ستبدو كذلك للمشاهد. إذا كنت مجبوراً على تسليم الأسئلة للضيف لضمان مقابلة مهمة تأكد من طرح أسئلة إضافية أو تكميلية.

- أعد أسئلتك بشكل مسبق. أكتبها وتأكد من أنك تطرقت إلى الأسئلة الرئيسية في نهاية المقابلة. كتابة الأسئلة تمرين مفيد يساعد على تكوين تصور شامل للمقابلة وتحديد ما ستخلص إليه من خلالها. الإعداد من خلال الكتابة يعطيك ثقة بالنفس وقائمة الأسئلة التي أعدتها تكون أمامك للاستعمال عند الحاجة. لكن لا تشعر أنك مجبر على

الرجوع إليها دون الحاجة إلى ذلك وبإمكانك كذلك تغيير ترتيب الأسئلة.

- العدالة: اشرح لضيفك الذي تود إجراء المقابلة معه سياق المقابلة، ما إذا ستكون مباشرة أو مسجلة ومن سيكون أيضاً ضيفاً على نفس المقابلة.

قبل المقابلة:

- البروتوكول والتهذيب: تذكر أن تعرف ضيفك بفريق العمل. هذا الإجراء يُشعر الضيف بالراحة وفريق العمل بالاحترام الذي يستحقونه.
- الصوت! بإمكانك أن تدير مقابلة تلفزيونية دون صورة لكن إذا لم يكن الصوت موجوداً أو رديئاً فلن تكون لديك مقابلة. أعط المصور الوقت الكافي لفحص الصوت وتأكد من أنه يضع سماعة الأذن للتمييز بين مستوى الصوت و ضجيج الخلفية أو خشخشة الكيبل.
- تأكد من عدم وجود ضوضاء في موقع التصوير: نباح الكلاب، طائرات، حركة المرور...
- عند الضرورة غير مكان التصوير: انتقل إلى مكان آخر، مكتب آخر أو حتى خارج المكتب.
- غالباً - وخاصة في المقابلات مع الأشخاص العاديين - يكون من المفيد إجراء المقابلة مع الضيف وهو/ هي يعد الطعام، يسوق السيارة... في هذه الحالة تبدو المقابلة طبيعية وتساعد الضيف على تخفيف التوتر.
- حاول أن تريح ضيفك، لا تدعه يجلس بمفرده قبل المقابلة في حالة قلق.
- انتبه إلى أي أوراق يأخذها الضيف معه إلى الاستوديو وحاول معرفة سبب أخذها معه.
- لا تسمح للمسؤولين السياسيين والحكوميين بالسيطرة على المقابلة. المقابلة مقابلتك وليست مقابلتهم. أنت تطرح الأسئلة وتمثل الجمهور وبالتالي أنت تطرح الأسئلة التي يتوقعها الجمهور بالنيابة عنهم.
- عموماً حاول أن تقارن الأرقام مع الضيف قبل بدء المقابلة لتجنب تضيع

- الوقت في النقاش أثناء التصوير ما لم تكن الأرقام موضع النقاش الأساسي في المقابلة.
- السلامة: كن حذرًا فيما يخص حاملات الإضاءة والكييلات خصوصًا عند وجود أطفال في موقع التصوير. وقوع الإضاءة على أي شخص قد يؤدي إلى حروق شديدة ومستديمة. تذكر أنك مسؤول عن السلامة.
 - تأكد من عدم ظهور شاشة الكمبيوتر في اللقطة – فمن الناحية التقنية، الشاشة تلف ويتغير محتواها ومن الناحية الجمالية فهي تشتت انتباه المشاهد وأحيانًا تظهر إعلانات على الشاشة وهذا قد تترتب عنه مشاكل. أحيانًا الشاشة الفارغة تكون أكثر تأثيرًا.
 - تجنب الكراسي المتحركة أو حاول تثبيتها بجانب طاولة أو مكتب حتى لا يتأرجح الضيف عليها أثناء المقابلة.
 - احذر الأسطح العاكسة مثل الزجاج أو المرايا لأن هناك خطر ظهور المصور في اللقطة.
 - انتبه إلى النقاط أو الأجسام الحمراء.... كباقات الورود... وأيضًا إلى الملابس البيضاء مثل القمصان.
 - بعض الملابس المقلمة أو غيرها قد تحدث تشويشًا بصريًا، على المصور إخبارك إذا صادفته هذه المشكلة.
 - تذكر دائمًا أنك تسعى للحصول على البعد الثالث في اللقطات. حاول أن يكون هناك منظور (الأبعاد الثلاثية : الأمامية / الوسطية / الخلفية) وعمق في الصورة.
 - حاول استعمال التركيز الناعم في خلفية الصورة لأنه يساعد في تكوين الأبعاد الثلاثية.
 - حاول استعمال لقطة فوق الكتف لإعطاء عمق للقطة. هذه لقطة صعبة تتطلب وجود مساحة كافية في مكان التصوير: على المصور أن يرجع الكاميرا إلى الخلف، يستعمل "الزوم إن" ويعيد تأطير الصورة ليساوي بين حجم رأس المراسل والضيف، ومن الضروري استعمال الحامل الثلاثي في هذه الحالة. هذه اللقطة تُستعمل أيضًا كلقطة تأسيسية لشخصين في بداية المقابلة (وجه الضيف وكتف المراسل) والتي من خلالها نسمع المراسل وهو يطرح السؤال الأول الذي يكون جزءًا من نهاية التعليق.

- حاول تجنب تصوير الموظفين الرسميين خلف مكاتبهم وتجنب أيضا تصوير الموظفين بجانب الجدران. حاول أن تطلب منهم الجلوس أمام مكاتبهم بحيث يكون المكتب في خلفية الصورة، كرمز للسلطة. إذا رفض الضيف تغيير مكانه فحاول تغيير مكان الكاميرا للحصول على لقطة (منحرفة/ مائلة) تخلصك من حاجز المكتب.

- معلومة: حاول تأطير الخلفية أولا، وبعد ذلك قم بتعديل وضع الضيف داخل الكادر (إلى الأمام/ الخلف/ يمين/ يسار) ونفس المبدأ ينطبق على الإلقاء أمام الكاميرا.

- للمراسل والمنتج الحق في فحص اللقطة من حيث التأطير والمحتوى. حاول بشكل خاص الانتباه إلى الأشياء التي قد تبدو وكأنها جزء من رأس الضيف مثل الأعمدة، النباتات وهذه تعتبر من أكثر الأخطاء الشائعة.

- عند تأطير الصورة تذكر أن تترك مساحة بين أعلى الرأس ونهاية الكادر بالإضافة إلى مجال النظر (إذا كان الشخص ينظر إلى اليمين، فمجال النظر يكون أكبر في اتجاه اليمين وهكذا). حاول بصفة عامة أن تكون اللقطة متوسطة القرب في الأخبار كي تتمكن من وضع اسم الضيف في أسفل الكادر.

- على الضيف ألا يلبس نفس لون الخلفية، حاول تنبيهه لذلك.

- تأكد من وضع الكاميرا خلف المراسل قليلاً لكن قريبة منه لتجنب اللقطات الجانبية. لا بد أن يرى المشاهد كلتا عيني الضيف (باستثناء المقابلات التي تجرى في السيارة).

- حاول تجنب استعمال الميكروفونات المحمولة، أو على الأقل حاول تثبيتها على الطاولة بين المراسل والضيف.

- قرر منذ البداية إذا كنت تود أن يظهر الميكروفون في اللقطة أم لا والتزم بذلك طوال المقابلة.

- عند استعمال الميكروفونات اللاصقة، حاول ألا يظهر كايبل الميكروفون في اللقطة.

- افحص مستوى نظر عين الضيف من خلال الكاميرا. هل المشاهد يرى الضيف من زاوية منخفضة أم مرتفعة؟ أحيانا لا بد من إيجاد تسوية في اللقطة لإخفاء أو إظهار شيء في الخلفية.

- حاول التأكد من أن الكاميرا في نفس مستوى الأطفال والمسنين.
 - حاول أن تتفق بشكل مسبق مع المصور فيما يخص استعمال الزووم. عادة إذا كنت تود استعمال الزووم فقم بذلك فقط عندما يكون المراسل يطرح الأسئلة باستثناء عندما تكون تريد تسليط الضوء على انفعالات الضيف مثل ذرف الدموع...
 - حاول أن تضع لافتة مكتوبة على الباب من الخارج تشير إلى أن هناك تصوير بالداخل أو استعن بشخص يحرس مكان التصوير من الخارج.
 - اشرح للضيف أنك تود الحصول على أجوبة قصيرة حتى لا تتم منتجة المقابلة وبالتالي إمكانية تشويهها أو تحريفها.
 - أغلق كل الهواتف الأرضية والنقالة مباشرة قبل البدء في المقابلة.
 - أمهل المصور الوقت الكافي لفحص مستوى الصوت.
 - من المفيد تسجيل الصوت بشكل مستقل على شريط أو (mini-disk) حتى يتسنى للمراسل إعادة الاستماع إلى المقابلة في السيارة (في طريق العودة من مكان التصوير) أو في البيت. هذه العملية تكون أيضا مفيدة في انتقاء مقتطف من المقابلة وتقديمه بشكل حرفي إلى ضيف آخر في مقابلة أخرى.
 - تأكد من عدم وجود شخص في مجال نظر الضيف لأن هذا الأمر قد يشوش أو يربك الضيف خاصة إذا ما كان هذا الشخص رئيس الضيف في العمل.
 - مباشرة قبل بدء المقابلة، ذكر الضيف بأن لا ينظر إلى الكاميرا ولا إلى المترجم (في حالة الاستعانة بمترجم في المقابلة) وإنما عليه أن ينظر إلى المراسل.
- خلال المقابلة:
- من المفيد أن تتهجأ اسم الضيف و مسماه الوظيفي لتجنب أخطاء عند كتابة اسم الضيف ولتسهيل مهمة إيجاد المقابلة على الشريط بالنسبة للممتهج.
 - حاول أن يكون السؤال الأول بسيطا إذا كان الضيف متوترا، لكن إذا كان الوقت محدودا فابدأ بالأسئلة الصعبة.
 - لا تطرح الأسئلة التي تقتضي الرد بنعم أو لا. اطرح أسئلة مفتوحة مثل: كيف؟

لماذا؟ إلى أي مدى؟

- لا تطرح أسئلة حول الحقائق. هذه المعلومات تقدم من خلال التعليق وليس المقابلات.

- كن قوياً في طرح الأسئلة دون تحدي مثل: كيف ترد على اللذين يقولون إنك غير مناسب للوظيفة التي تشغلها؟ عوضاً من: أنت غير مناسب للوظيفة، أليس كذلك؟

- تجنب بعض العادات عند إجراء المقابلات مثل: (مم) بمعنى أنك متابع لما يقوله الضيف أو (نعم، نعم)...

- تجنب طرح الأسئلة المركبة لأن هذا سيفسح المجال للضيف كي يختار السؤال الذي يحلو له، لذلك لا بد من طرح سؤال واحد.

- تجنب تداخل الأسئلة: كأن تتحدث أنت والضيف في الوقت نفسه لأن هذا يصعب عملية المونتاج، لكن أحياناً يكون من الضروري مقاطعة الضيف كأن تتحداه في رقم أو حقيقة معينة أو فقط لاختصار جواب طويل.

- تجنب طرح الأسئلة الغبية.

- أنصت إلى أجوبة الضيف، فمن السهل أن تشغل بالتفكير في السؤال الذي تود طرحه وبالتالي لا تركز في جواب الضيف.

- تذكر قوة الأسئلة التكميلية مثل: ماذا تعني بذلك؟ أعطني مثلاً؟ أو ببساطة لماذا؟

- لا تتردد (لا تخف) في طرح نفس السؤال مرة أخرى إذا لم تحصل على جواب مثل: مع احترامي سيدي الوزير، لكن أعتقد أنك لم ترد على سؤالتي؟.

- للحصول على جواب واضح لا لبس فيه، التظاهر بالغباء يكون عاملاً مساعداً، كأن تقول: أنا آسف لم أفهم. هل بإمكانك أن تشرح لي بطريقة أبسط؟.

- لا تسرع في ملء صمت الضيف. الصمت المخجل يدفع الضيف إلى الإفصاح عن حقيقة ما توجد في ذهنه.

بعد المقابلة:

- تذكر أن تصور اللقطات الوصيلة (cut-aways/ or cut-ins) لضرورتها في المنتج.

- بعض المراسلين يفضلون إعادة تسجيل الأسئلة (الكاميرا على المراسل) بعد التصوير "الرئيسي" للمقابلة. هذه العادة تكون محفوفة بالمخاطر خاصة في المواضيع السياسية، المواضيع الحساسة و المثيرة للجدل. من الصعب مثلاً ضمان أن تتم إعادة طرح الأسئلة بنفس الدقة، أو حتى نفس نبرة الصوت، لكن هذه الطريقة قد تكون مقبولة في المواضيع العادية مثل المقابلات مع الفنانين أو الرياضيين.

- تأكد من عدم قطع المصور الخط الوهمي خاصة في اللقطات الواسعة واللقطات التأسيسية لشخصين.

- إذا كنت تصور أكثر من مقابلة واحدة في تقرير مصور، تأكد من أن الضيوف لا ينظرون كلهم في نفس الاتجاه. إذا كان التقرير يتناول قضيتين مختلفتين تأكد من أن كل ضيف ينظر في اتجاه مختلف.

- اللقطات التأسيسية: بعد الانتهاء من تصوير المقابلة واللقطات الوصيلة، صور تسلسلاً للضيف (مدرس داخل الفصل، طبيب يفحص مريضه...). هذه اللقطات بإمكانك استعمالها مع النص لتقديم الضيف وإعطاء المشاهد المعلومات التي يحتاج إليها لمعرفة سبب إجراء المقابلة. (البروفسور شيلتون خبير رائد في وفيات الأطفال حقق في أكثر من خمسة آلاف حالة خلال مسيرته المهنية التي دامت أكثر من ثلاثين سنة).

الفحص النهائي: تأكد دائماً، قبل مغادرة الضيف من فحص الصوت والصورة مع المصور.

على المراسل أن يأخذ كل أرقام هواتف الضيف بما فيها الهاتف النقال وأن يشرح للضيف سبب حاجته إليها.

نصائح ودروس من الميدان

عند تغطية المؤتمرات

- من أوجب واجبات المنتج والمراسل أن يجمعاً أهم المعلومات المستجدة والخلفيات المتعلقة بالمؤتمر المراد تغطيته، سواء من المصادر الإلكترونية أو الصحفية أو الاتصالات الشخصية.

- ويجب عليهما مراجعة تجهيزات فريق التغطية المكلف (المعدات كالكاميرات وحواملها والشرائط والبطاريات المشحونة والميكروفونات، وكشافات الإضاءة... إلخ، مع الأخذ في الاعتبار مدة ووسيلة الوصول إلى مكان التغطية)، وليذهب المصورون بكاميراتهم قبل نحو ربع ساعة من مواعيد المؤتمرات الصحفية بغرض اختيار أماكن مناسبة.

- يجب على قائد الفريق أن يحدد مسؤوليات كل عضو بوضوح ودقة.

- يجب الاتفاق مسبقاً مع قسمي التبادل الإخباري والمراسلين على ترتيبات ومواعيد إرسال المواد المصورة (الـ "فيديو").

- لا داعي للإصرار على حضور المراسل كل الجلسات المفتوحة للصحفيين، وبصفة خاصة إذا كانت متابعتها متاحة من خارجها (على شاشة التلفزيون أو من راديو ترانسستور)، فقد يكون من الأجدي استثمار هذا الوقت في جمع مزيد من المعلومات من أروقة المؤتمر، ولكتابة مسودة تقرير إلى المحطة.

- على المنتج والمراسل السعي الدؤوب لمقابلة أهم المسؤولين والتعرف على أبرز الشخصيات المشاركة، وذلك بهدف الحصول منهم على تصريحات مسجلة (كليات) قبيل أو بعيد الجلسات، ولا بد من تذكّر تسجيل بياناتهم بدقة. إن هذه الطريقة تعد أقصر طرق الحصول على سبق خبري أثناء انعقاد المؤتمرات.

- لا مانع من التنبؤ الحذر بما قد يصدر من توصيات أو قرارات، ولا بأس من الاستعداد بعمل أكثر من stand upper والمسارعة بإرسال ما يتحقق منها.

- حسن اختيار موقع جيد لـ piece to camera أو الـ stand upper بحيث يكون صور خلفية معبرة تثبت انتقال المراسل والمصور إلى موقع الحدث.

كيف تحصل على الأخبار قبل غيرك؟

- وسع دائرة معارفك وأصدقائك وزملائك يوميا. واسأل نفسك دائما هل أضفت إلى نوتة تليفونك أو ذاكرة هاتفك الجوال رقما لشخص واحد جديد على الأقل كل يوم؟
- احرص على ديمومة العلاقة بمصادرك الرسمية وشبه الرسمية، وهناك وسائل كثيرة لذلك منها التهاني والتعازي والتهادي بل ويمكن الاتفاق بحرص مع البعض على أن يمدونك قبل غيرك ببعض الأخبار. إن الهدايا الرمزية كأجندة ونتيجة العام الجديد أو ميدالية أو قلم عليهم اسم مؤسستك الإعلامية أو دعوة لتناول الطعام والدرشة كلها تعد وسائل مهمة لتدعيم أو اصر العلاقات بين الصحفي ومصادره.
- يفضل ألا تغلق هاتفك الجوال أبدا، ولا تظن برقمه على الناس مهما كلفك ذلك من إزعاج.

- لا تدع حفلات الاستقبال والندوات في المدينة التي تعيش فيها تفوتك، بل عليك أن تسعى للحصول على الدعوات من أصحابها أو بالأحرى تجعلهم يضعون اسمك على قوائمهم.

- لا تتصور أن سؤالك لبعض الشخصيات عما لديهم من أخبار سوف يجعلهم يخبرونك بها على الفور. إن كثيرا منهم قد لا يدري أن ما "يدردش" به في جلسة استرخاء يعتبر بالنسبة لك أخبارا مهمة أو على الأقل خيوطا لو أمسكت بها فقد توصلك لأخبار مهمة. المثال المهم الذي يحضرني هنا هو خبر تصدير الطوب والرمل المصري إلى الكيان الصهيوني في عز الانتفاضة الفلسطينية الأولى، والكلام الكثير عن الرفض الرسمي المصري لسياسة إنشاء المزيد من المستوطنات. فقد كنت حريصا على حضور الندوات السياسية التي تعلن عنها الأحزاب والقوى السياسية ومنظمات حقوق الإنسان، وفي إحدى الندوات أثناء استراحة بين المحاضرات سمعت شابا يتكلم مع آخر بشأن ما يحدث في أحد مصانع الطوب بمحافظة المنوفية، فقد لاحظت كثرة تردد "تريالات" ضخمة لنقل إنتاج المصنع، وأن البعض هناك يردد أن هذه السيارات تنقل الطوب إلى فلسطين

المحتلة عبر الحدود في مدينة رفح المصرية. وسرعان ما التفت إلى المتحدث مبديا تشككي، فأكد أنه يسمع ذلك منذ عدة أسابيع. وعلى الفور توجهت إلى زميل في قسم التحقيقات الصحفية بإحدى الصحف المناهضة للتطبيع، وأبلغته بالخبر واقترحت أن تتابع الرواية في المصنع ذاته، وعلى الطرق من المنوفية إلى سيناء وفي المنفذ الجمركي في رفح، وتحول موضوع الدردشة الجانبية بين شخصين إلى حملة صحفية استمرت عدة أيام على مساحات واسعة في تلك الصحيفة، بل وقد أخذ الخيط بعض كبار الكتاب أذكر منهم الراحل مصطفى أمين عليه رحمة الله.

- انتبه من أن يدس عليك البعض أخبارا غير صحيحة ويجب أن يكون لكل خبر تحصل عليه أكثر من مصدر.

- اشترك في كافة النشرات والتقارير التي تصدرها الهيئات والمنظمات والسفارات في البلد الذي تعمل فيه، ولا تهمل مطالعة تلك التقارير بنفسك أولا بأول، وليتك تتصل من حين لآخر بمن يرسلونها إليك لتناقشهم في بعض ما جاء فيها كي تشعرهم باهتمامك.

- مطالعة الصحف والمجلات المحلية تعد مصدرا مهما لقصص وتحقيقات ومتابعات عديدة، ولا تنسى أيضا إلقاء نظرة على الإعلانات، فقد تقودك إلى خبر أو واقع اقتصادي أو اجتماعي معين، ومن ثم قد تنجز منها تحقيقا أو تقريرا.

- يجب أن يكون من عاداتك المهنية الاستماع إلى نشرات الأخبار المحلية والعالمية بلغة إضافية غير لغتك الأصلية، وبذلك فلا يجب أن تخلو حقيبتك من راديو صغير كي لا تفوتك أهم النشرات إذا كنت خارج المنزل أو المكتب أو السيارة. وقد وفرت خدمة الاشتراك في الأخبار العاجلة على الهواتف النقالة وقتا وجهدا على المراسلين والمهتمين بالأحداث بصفة عامة.

- حاول قدر استطاعتك مشاهدة ما تذيعه المحطات المنافسة وقارن بين ما قدمته أنت لمحطتك وبين ما قدمه زملاؤك في تلك المحطات.

* * *

إنتاج الأخبار المرئية في غرفة الأخبار

إنتاج الخبر المرئي في غرفة الأخبار عملية تشبه إعداد وجبة الطعام في المطبخ، ولهذا تستخدم هذه الكلمة في الصحف منذ وقت طويل للإشارة إلى مكان إعداد المواد الخبرية وغير الخبرية للنشر، (الصياغة والتبنيط واختيار العناوين الفرعية والرئيسية والصور الفوتوغرافية المناسبة ... إلخ).

إن الوجبة الإخبارية التلفزيونية الساخنة (النشرة) عبارة عن تشكيلة من الأطباق يقوم كل صحفي بإعداد أحدها بمساعدة زملائه الآخرين في أقسام المونتاج أو الجرافكس. ودور رئيس تحرير النشرة المناوب، وهو بالأساس صحفي مخضرم، هو توجيه فريق صحفیهة لمتابعة وانتقاء أهم الموجود في سوق الأخبار المتعدد المصادر - الوكالات النصية والمصورة والمراسلين بالأساس -، ثم يبدأ رئيس تحرير النشرة توزيع القصص الخبرية الحام على من يرى فيه الكفاءة لإعدادها بسرعة وجودة. بعد ذلك يقوم بمراجعة وترتيب تلك القصص، حسب المدة الزمنية المحددة سلفاً لكل نشرة، مع كتابة عناوين جذابة، واختيار ضيوف النشرة من المحللين والمعلقين المناسبين، بالتشاور مع قسم المقابلات.

الصحفي المكلف بصياغة وإعداد الخبر التلفزيوني في غرفة الأخبار يحتاج إضافة لما ذكرناه من مهارات إلى أن يتعود على سلوكيات "إخبارية" منها المتابعة الدائمة لمصادر الأخبار المتعددة، والمبادرة وعدم التردد في التنبيه إلى ما قد لا ينتبه إليه زملاؤه المسؤولون عن إنتاج النشرات، والتحلي بالروح الرياضية إذا لم يؤخذ بما نبه إليه، واحترام قرارات مسؤولي النشرات باعتبارهم الأكثر خبرة وإحاطة بسياسة التحرير، كما يجب احترام تحيزات بعضهم الفكرية أحياناً. ومن المهم ألا ينقطع الصحفي مدة طويلة عن متابعة النشرات الإخبارية للمحطة وبعض المحطات المنافسة أثناء الأجازات القصيرة أو الطويلة.

ولا شك أن الصحفي التلفزيوني في غرفة الأخبار يحتاج إلى تنمية ثقافته العامة وقدراته البحثية وذاكرته الخبرية والصورية بشكل دائم كي يثري خبره، وأن يتعود على العمل ضمن الفريق، فيمد يد العون لغيره معلوماً وفتياً.

تعاقل الصلحي التليفزيوني مع صور الوكالات

تورد وكالات الأنباء المصورة عادة نصا خبرياً قصيراً مع قائمة اللقطات والمناظر التي تبثها للمشتركين. ويستسهل بعض الصحفيين اقتباس فقرات من هذا النص المقتضب. ولما كان غرض هذا النص هو مجرد إحاطة الوكالة مشتركها بالسياق العام للصور، فلا يصح للصحفيين الحريصين على الدقة والتميز اقتباس هذا النص القصير. لكن من المفيد الاطلاع عليه أثناء المونتاج مع التدقيق في تفاصيل اللقطات من حيث الزمان والمكان. ومن الجدير بالذكر أن بعض الوكالات العالمية أضحت تترجم قائمة اللقطات إلى العربية، ويحدث كثيراً أن تمرر في طيات تلك الترجمة مصطلحات قد لا تتفق مع سياسة التحرير، ولهذا يجب على الصحفي الانتباه إلى هذا الأمر عند صياغة الخبر.

وعموماً فصحفي غرفة الأخبار الذي يحرص على دقة ما يكتبه لصور وكالة بعينها عليه اللجوء إلى ما تورده باقي الوكالات من أخبار نصية، مع إبراز الزاوية الخبرية التي تستحق التركيز حسب سياق النشرة وما يتم الاتفاق عليه مع رئيس تحريرها.

يذكر أن وكالة الأنباء الفرنسية قد انضمت في عام 2006 إلى رويترز وأسيشيتد برس في تقديم خدمة صور تليفزيونية للمشتركين، الأمر الذي يعكس مدى هيمنة الوكالات الغربية على عالم الصورة التليفزيونية. ولا حل لخلق نوع ما من التوازن إلا بحرص المحطات المستقلة المحترمة على الإكثار من طواقمها التصويرية والاهتمام بانتشار هذه الطواقم على أوسع مساحة ممكنة في مناطق الأحداث الساخنة.

* * *

أخطاء شائعة في إنتاج الخبر المرئي

الرسالة المتضاربة

قد تتضارب الرسائل الصحفية في القصص الإخبارية التي تبثها المحطة الواحدة على مدار اليوم بل وأحيانا في النشرة الواحدة. الأسباب عديدة أهمها عدم وجود سياسة تحريرية واضحة تتم مراجعتها أولا بأول حسب مقتضى الأحوال والتطورات. ويزيد من خطورة هذه المسألة أن يكون مسؤولو النشرات بل والصحفيين من مشارب فكرية وأيديولوجية متعددة أو مختلفة. فإذا حاول كل منهم أن يمرر بعض انحيازاته الفكرية عبر مصطلحات أو صياغات معينة، سيكتشف المشاهد أن المحطة تسهم في بلبلة أو تضليله. وقد أشرنا إلى ذلك في موضوع التعامل مع الأخبار حسب مصادر ورودها، وأن الوكالات العالمية لها ما لها وعليها ما عليها. ومن رأيي أن على الصحفي ومسؤول النشرة أن يمارسا ما أسميه الحياد الإيجابي في العمل الإخباري. وفي هذا الصدد أعيد هنا فقرات من مقال كنت قد كتبتة ردا على اتهام زائف بعدم مهنية تغطية الجزيرة للحرب الإسرائيلية على حزب الله ولبنان في يوليو وأغسطس 2006:

"إنني أقسم وظيفة وسائل الإعلام المهنية المحترمة إلى قسمين، الأول: أن تكون مرآة عاكسة وأمانة ومتوازنة للوقائع والفعاليات والأحداث الداخلية والخارجية التي تهم مختلف شرائح وطبقات الأمة، مع هامش منضبط من تأثيرات البيئة والخلفيات الثقافية على الكوادر الإعلامية. والثاني: هو أن تؤدي جانبا من التثقيف والترفيه ضمن منظومة التنشئة السياسية والاجتماعية المحكومة بإطار التقاليد والقيم الأخلاقية السائدة في المجتمع. بهذا المفهوم أعتقد أن الجزيرة كقناة إخبارية حققت مكانتها وفازت باحترام الجماهير والنخب العربية "السوية".

إنني لا أنزه الجزيرة عن الوقوع في بعض الأخطاء المهنية، وعلى من يريد أن يقيم الجزيرة تقييما علميا بحق أن يقارنها بسواها من المحطات العربية، وأن يبحث ويسأل عينات عشوائية من سواد الناس ومن شرفاء النخب العربية والإسلامية والعالمية، وسيعرف كيف يراها هؤلاء.

ونأتي إلى المعالجة الجزيرية للحرب الإسرائيلية على لبنان فأقول: إن خطة التغطية التي

قادها ببراعة وشجاعة الزميل غسان بن جدو، ومعه طواقم من الزميلات والمزلاء، كانت على أعلى مستوى من المهمة والجرأة وسرعة نقل الأحداث وتحقيق الانفرادات. ولا شك أن التعاطف والقلق الإنساني كان باديا على جميع المزلاء معظم الوقت، لكن من يطالبهم بالتجرد من مشاعرهم الشخصية مع لبنان الوطن والناس، ليس سوى متعسف مزائد. ولا أريد أن أقول: إنه لا يعرف من علوم الإعلام إلا القشور المدرسية الخادعة.

نعم كانت هناك عاطفة جياشة أحيانا في لبنان، لكن في مقابلها بفلسطين المحتلة كانت هناك تغطية محكمة بالرقابة العسكرية الصهيونية التي لا ترحم. أعداد قتلى حزب الله أو خسائره التي ادعاها الصهاينة نقلتها الجزيرة بأمانة، فما المطلوب أكثر من ذلك؟ الرأي اللبناني الآخر؟ لقد نقلته الجزيرة على لسان سعد الحريري مثلا عندما هدد بساعة الحساب، ونقلته عن وليد جنبلاط. وحرص برنامج ما وراء الخبر على الرأي الآخر بتوازن الضيوف من الجانبين، فضلا عن بعض ممثلي الكيان الصهيوني. هل كان المطلوب من طواقم الجزيرة أن تفتش في جثث وجيوب شهداء حارة حريك وقرى الجنوب عن استمارات أو بطاقات عضوية حزب الله؟" انتهى الاقتباس.

التصوير الرديء والمونتاج الساذج

لا بد أن يتفق المراسل والمصور على تفاصيل عديدة في زوايا التغطية الإخبارية أو التقارير والتحقيقات التلفزيونية، كما يحسن أن يتفاهم الاثنان قدر الممكن لاحقا مع المونتير. وينصح بعدم استسهال بعض المراسلين مسألة إرسال المصور لجلب الصور إليه أثناء إعدادة الاسكربت، ومن المبادئ التي يجب أن يحرص عليها المصورون دائما، وعلمني إياها أول رؤسائي اليابانيين ومدربيّ على التصوير في مركز المحطة الرئيسي بطوكيو عام 1987 ما يلي:

- يجب أن تعمل وكأن لك أربعة عيون وليس عينان فقط، أو بعبارة أخرى يجب أن تدور بعينيك 360 درجة طوال وقت العمل الميداني.

- لا بد أن يعتبر المصور نفسه صحفياً قبل شروعه في التصوير. ولهذا يقال دائما في دروس ودورات تدريب المصورين: كن photojournalist وليس cameraman، الأول يفكر في القصة ثم في الصور الأنسب، والثاني يلتقط صورا للبداية والوسط والختام.

- احرص على وضوح الصوت الطبيعي مع اللقطات التي تصورها.

- تحدث وتناقش مع المراسل قبيل شروع في تصوير القصة.

- أطلعه أحيانا على اللقطات وعناصر الصوت الطبيعي والمشاهد المؤثرة التي قد لا يتنبه إليها. ساعده في أن تكون صورتك مما يوفر عليه الكلام الكثير أثناء كتابة النص.

- صور المقاطع الصوتية (الكليبات أو السينكات) في جو الحدث ما أمكنك إلى ذلك سيلا.

- الترتيب المنطقي المعتاد للمشاهد المريحة يبدأ باللقطة الواسعة، فالمتوسطة، ثم اللقطة المقربة.

- حزمة اللقطات القصيرة المقربة المتتابعة تفيد بقوة في جذب المشاهد إلى الموضوع.

- كن بخيلاً جداً في استخدام عدسة الزووم، تقدم بالكاميرا إلى الهدف إن لم يمنعك مانع، واعلم أن الأفضل من استخدام الزووم أوت لتوسيع اللقطة، هو أن تتحرك إلى الخلف قليلاً أثناء التصوير.

- الميكروفون اللاسلكي wireless mic أفضل من المتصل بسلك، برغم وجاهة القول بأن اللاسلكي لا يمكن وضع "الوجو" المحطة عليه، فميزة اللاسلكي أنه يجعل المتحدثين أكثر عفوية أثناء التسجيل.

أما المونتاจ الرديء فمنه السذاجة في تقطيع وتركيب الصور مع النص المقروء، فإذا قال المراسل غابات لابد أن تظهر صور غابة أو ذكر اسم مسؤول لابد أن تظهر صورته البهية!. المؤكد أن الكتابة للصورة تعد أهم ما يميز الصحافة التلفزيونية، ولذلك فلا يقبل أن يسمح الصحفي للمونتاير بوضع الصور للنص، ومن يدري فقد تختفي وظيفة المونتاير الإخباري تماماً، ليتولى الصحفي التلفزيوني بنفسه انتقاء وترتيب الصور التي يكتب لها.

* * *

مبادئ عملية في إنتاج النشرات

فيما يلي بعض التوجيهات والقواعد المتعارف عليها والتي يجب التذكير الدائم بها:

- 1- مقدمة أي تقرير لا تزيد عن ثلاثين ثانية.
- 2- يفضل ألا تزيد مدة أي تقرير من المراسلين عن دقيقتين ونصف بدون المقدمة، أي ثلاث دقائق مع المقدمة.
- 3- التقرير الداخلي (من غرفة الأخبار) لا تزيد مدته عن دقيقتين بدون المقدمة، أي دقيقتين ونصف على الأكثر مع المقدمة.
- 4- لا تستخدم المداخلات الصوتية بالتقارير الداخلية إلا إذا كانت لأشخاص لهم علاقة مباشرة بالخبر.
- 5- يجب مراعاة وملاحظة الخط التحريري الواحد في تقارير المراسلين أو الصحفيين بغرفة الأخبار، بمعنى أن تكون للتقرير رسالة واحدة، وليس عدة رسائل غير مترابطة بدعوى كثرة زوايا الموضوع.
- 6- لا يصح تأخير إذاعة تقارير المراسلين اللهم إلا إذا كانت features .
- 7- لا تزيد مدة "الأووف" عن خمس وثلاثين ثانية.
- 8- لا يجب أن يتضمن الـ oov مقاطع صوتية للمتحدثين، بل لقطات متحركة مرتبطة بالخبر مباشرة.
- 9- الـ clip الخبري القصير أو متوسط الطول أهم في ترتيب النشرة من الـ oov إن كان المتحدث شخصا مهما أو مسؤولا.
- 10- مدة أي cap لا تتعدى ثلاثين ثانية.
- 11- مدة أي cap/ani لا يجب أن تتجاوز أربعين ثانية.
- 12- استخدم الخرائط فقط عندما يكون للخبر بعد جغرافي أي لتوضيح مكان وقوعه للمشاهد.
- 13- يجب أن يهتم رؤساء تحرير النشرات المناوبون ومساعدوهم بتقييم نشراتهم بعد

انتهاؤها ورصد الأخطاء الفنية والتحريرية التي وقعت أثناءها، (اجتماع بعد كل نشرة رئيسية).

تحريك وإدارة المراسلين (*)

- في بعض الأحداث الكبرى كالكوارث الطبيعية أو الحروب ترسل بعض المحطات أكثر من طاقم، ومن هنا يتوجب التنسيق المسبق بينهم، بحيث يخرج كل منهم في مهمة مختلفة أو يكلف كل واحد بزاوية أو زوايا بعينها من الحدث. ويقوم المسؤول التحريري المشرف على إدارة التغطية بمراجعة ما يلي:

- يطلب من المراسل الذي ينجح في الحصول على خبر مهم أن يسارع بإبلاغه عبر هاتفه الجوال إلى غرفة الأخبار حيث يمكن أن يذاع كمقابلة هاتفية فورية على الهواء.

- ينبه المراسل أن يكون مستعداً طوال الوقت للقاء هاتفي مع النشرة، فقد تحول أسباب لوجستية أو تقنية عديدة بينه وبين إجراء مقابلة مصورة معه، أو مع أحد شهود العيان أو أحد المسؤولين ممن يهرعون إلى مكان وقوع الحدث.

- يجتهد المراسلون في مواقعهم لتحديث ما حصلوا عليه من أخبار أولاً بأول، وعليهم الإبلاغ عن كل جديد أكثر من مرة حتى في نفس النشرة، أو في النشرات المتتابة.

- يجب على كل مراسل المسارعة بإرسال المادة الفيلمية الأولية فور اكتمال مدة معقولة تجعلها صالحة للإذاعة، فهذا ما يساعد المحطة في تحقيق السبق على الوكالات المصورة.

- يجب أن يحرص كل واحد من المراسلين على إعداد أكثر من "stand upper" في أماكن متعددة من موقع الحدث، طالما سمح الوقت، وبعد تصوير مادة كافية لتقرير إخباري واحد على الأقل.

- الأولوية في إعداد التقرير الأسرع يجب أن تكون للمراسل الأقرب لمكتب المحطة وبعد ذلك يستفاد بما يكون زميله الأبعد قد صورته.

(*) ملخص من تعليقات رئيس تحرير الجزيرة السابق إبراهيم هلال للمراسلين أثناء الأسابيع السابقة على بدء الحرب الأميركية على العراق في أوائل 2003.

- يستثمر المراسلون الآخرون الوقت في إنجاز تقارير تالية تتناول مستجدات الحدث.

- يجب تكرار إذاعة انفرادات المحطة بالمقابلات المهمة مع المسؤولين أو من لهم صلة مباشرة بالحدث، لا سيما إذا لم يكن المنافسون قد نجحوا في الوصول إليهم. وتستقطع لاحقا كليات مهمة من هذه المقابلات.

- كثيراً ما يضطر مراسلو المحطة للعمل بكاميرا واحدة لتصوير الأحداث والمقابلات، وللبث المباشر، ومن ثم فإن طلب المقر الرئيسي إجراء مقابلة على الهواء مع المراسل أو أحد الضيوف يعني عملياً وقف التصوير ومغادرة موقع الأحداث الساخنة، والتوجه إلى استديو البث أو إلى حيث توضع أجهزة البث المباشر. في هذه الحالات يجب مسبقاً معرفة عدد الكاميرات في الموقع، وهل سيؤدي إجراء المقابلة إلى توقف عملية التصوير في موقع الحدث، والمفاضلة بين أهمية إذاعة المقابلة المباشرة وبين استمرار التصوير في الموقع. بيد أن التطور التقني المتسارع في إنتاج الكاميرات الديجيتال قد ساعد في حل هذه المشكلة، إذ شاهدت خلال عامي 2005 و2006 بعض المراسلين اليابانيين يحملون كاميرات ديجيتال تليفزيونية صغيرة إلى جانب الكاميرا التقليدية.

- في حالات عدم وجود مكان لبث التقرير المصور بالقمر الاصطناعي، أو إذا تأخر الحجز، يجب تكليف المراسلين بإعداد تقارير صوتية من أماكن الحدث. ويقوم المركز الرئيسي باستخدام صور الوكالات، وذلك أفضل بكثير من تقرير ينجز في غرفة الأخبار. كما أن هذا القرار يوفر جهد صحفيي المقر الرئيسي من أجل إنجاز تقارير تغطي الأماكن التي لا يوجد للمحطة فيها مراسلون.

- يجب أن يوفر المراسلون في غير أوقات زحمة التغطيات والأحداث صوراً جيدة لمكتبة الشرائط، عن أبرز مواقع ومعالم العاصمة أو المدن الرئيسية أو أماكن الأحداث المتوقع حدوث تطورات إخبارية فيها.

- إذا وقعت أحداث مفاجئة في دولة يوجد بها مراسل للمحطة يجب أن يطلب رئيس التحرير المناوب من المراسل التوجه فوراً إلى مكان الحدث، وعلى الأخير المسارعة بإبلاغ ما يتيسر له من أخبار عبر الهاتف ثم يقوم بإرسال ما حصل عليه من صور، ثم تأتي الخطوة التالية وهي محاولة الحصول على تصريحات أو مقاطع صوتية من أشخاص

موجودين بالمكان أو تصادف وجودهم ساعة وقوع الحدث باعتبارهم "شهود عيان"، ثم يحاول التسجيل مع من يصل من المسؤولين"، وبعد ذلك يمكن عمل تقرير مكتمل.

- الأخبار العاجلة لا تستأذن الصحفيين، وتحقيق السبق بإذاعتها قبل المنافسين لا يمكن أن يحدث لو كان رئيس تحرير النشرة المناوب أو مساعديه غائبين عن الدفة، ومن ثم فيجب الالتزام دقيقة بدقيقة بمتابعة جميع مصادر الأخبار، بما في ذلك أثناء وقت بث النشرات من الاستديو. ويجب إلزام أحد مساعدي رئيس التحرير المناوب بمتابعة ما قد يرد من المراسلين أو الوكالات ويشرع في إعدادته تمهيدا للبث الفوري.

- لا تنتج نشرة قادمة قبل انتهاء النشرة الجاري إذاعتها. إن الكثير من التعديلات والتحديثات والتصحيحات يمكن أن تظل متفاعلة إلى اللحظات القليلة التي تسبق النشرة الجديدة التي يجري ترتيبها، وربما تتواصل تلك التحديثات حتى وقت بث النشرة على الهواء.

- تقصير عناوين النشرات وجاذبيتها، وانتقاء أفضل اللقطات المصاحبة موهبة تصقلها الممارسة والخبرة.

- قراءة عناوين النشرة تسبق تحيات وترحيب المذيع أو المذيعة بالمشاهدين، لأن ما يهم المتلقي أولا هو الأخبار.

- عند الاضطرار لاستخدام صور أرشيفية، يستحسن معرفة تاريخها على وجه التقريب، ويكتب عليها مثلا "صور الشهر الماضي... أو السادس من شهر كذا الماضي"، فإن لم يتيسر ذلك يكتفى بعبارة: "صور من الأرشيف".

* * *

قسم المقابلات

يحظى ضيوف برامج ونشرات الأخبار التليفزيونية (المسؤولون أو المحللون أو المعلقون) بمساحة زمنية غير قليلة من ساعات البث، فوفقا لإحصائيات الرصد والمتابعة الشخصية للجزيرة، تبلغ هذه المساحة الزمنية بين عشرين إلى أربع وعشرين دقيقة من أصل خمس وخمسين هي مدة نشرة الحصاد، أي بنسبة تتراوح بين خمسة وثلاثين بالمائة إلى أربعين بالمائة من زمن هذه النشرة الرئيسية.

وفي نشرة منتصف اليوم يبلغ الزمن الذي يحتله الضيوف على الهواء نحو خمس وثلاثين دقيقة موزعة على خمسة ضيوف يعلقون على أخبار بعينها، ويمنح كل منهم أربع دقائق، في الساعة الأولى من النشرة، وضيف المنتصف الذي يمنح حوالي خمس عشرة دقيقة، من الساعة الثانية للنشرة، في حين تصل مساهمات المراسلين في الساعة الأولى إلى نحو خمس عشرة دقيقة أي ربع الزمن الإخباري للساعة الذي يصل إلى خمسين دقيقة.

وفي النشرة الصباحية الرئيسة تبلغ فترة الضيوف عبر الهاتف قرابة ست دقائق بخلاف ست دقائق أخرى مخصصة لقضية اليوم، ومن ثم يكون المجموع اثني عشرة دقيقة من أصل خمس وثلاثين هي المدة المخصصة للأخبار، فتصبح النسبة حوالي ثلاثين بالمائة.

ويبلغ متوسط عدد ضيوف الجزيرة في بعض الأيام حوالي خمسة وأربعين ضيفا على مدار اليوم واللييلة.

وهذا يفرض ضرورة الاهتمام بقسم المقابلات ضمانا لحسن اختيار الضيوف، وصياغة الأسئلة الأنسب لكل منهم بحسب سياسة المحطة.

وفيما يلي بعض الاقتراحات والتوصيات بشأن عمل هذا القسم:

1- اقتناء موسوعات الشخصيات المحلية والأجنبية المتاحة في السوق أو الاشتراك في الخدمات الإلكترونية التي تقدمها على شبكة الإنترنت.

2- تحديث قوائم الضيوف الموجودة معلوماتياً بشكل دوري، لحذف الموتى أو من ثبتت ضحالة مستواهم الثقافي أو خروجهم عن مقتضيات اللياقة في المداخلات، أو عدم تمتعهم بطلاقة الكلام أمام الكاميرا أو بصفة عامة. (ثمة من يجيدون الكتابة ولا يجيدون

الحديث بطلاقة).

- 3- إضافة أسماء جديدة للقوائم طبقا لمعايير مهنية موضوعية.
- 4- كتابة "بروفایل" أو سيرة مختصرة تبرز تخصص الضيف ونقاط قوته أو ضعفه.
- 5- تكليف وتشجيع المكاتب والمراسلين لكي لا يتوقفوا عن إضافة أسماء شخصيات جديدة.
- 6- التعاقد المؤقت أو الاحتكاري مع أصحاب الخبرات النادرة، وبالذات أيام الحروب والأزمات والكوارث التي تستمر تغطياتها عدة أسابيع.
- 7- تشجيع وتحفيز الصحفيين وبعض العاملين الفنيين المهتمين على اقتراح إضافة أسماء جديدة.
- 8- عمل برنامج سوفت وير خاص يتيح لذوي الشأن معرفة عدد مرات استضافة شخص بعينه يومياً وأسبوعياً وتقييم أدائه في المداخلات.
- 9- لا يلحق بالعمل في هذا القسم إلا من كان صحفياً حقيقياً، ويشترط ألا يجبر على العمل فيه من لا يحبه، ويجب تغيير المفهوم السلبي عن القسم باعتبار أن أعضائه ليسوا سوى موظفي "بدالة" (تليفونست) يأتمرون بأمر رؤساء تحرير النشرات ومساعدتهم.
- 10- زيادة لمساحة التفاعل مع المشاهدين اقترحت يوماً ما على الجزيرة أن تشرك مشاهديها أحياناً في اختيار ضيوف النشرات والبرامج، وذلك بعرض عدد من الأسماء المقترحة مسبقاً على المشاهدين ودعوتهم لاختيار واحد أو أكثر منهم عبر موقع الإنترنت أو عبر عنوان إلكتروني لكل برنامج أو نشرة رئيسية.

* * *

أساسيات مهمة في تحضير ضيوف النشرات

- ينبغي تحديد مواصفات الضيف المناسب للموضوع قبل استعراض الأسماء.
- يحسن توفير معلومات كافية عن شخصية ومسؤوليات وتاريخ الضيف.
- يجب سؤال الضيف عن صفته أو وظيفته وليس الاعتماد فقط على المسجل مسبقا بقوائم الضيوف.
- لا داعي لكثرة استخدام الألقاب المطولة عند تعريف الضيف وبالذات في النشرات والبرامج القصيرة.
- يجب أن يشرح منتج المقابلات للضيف المتفق عليه زاوية أو زوايا تناول الموضوع، وأن يتأكد من حقيقة موقفه أو توجهه، فضلاً عن طلاقته الكلامية.
- يطلب من ضيوف المقابلات الهاتفية إرسال صورهم الشخصية عبر البريد الإلكتروني.
- لا تذاع مقابلة هاتفية دون أن يصاحبها صفحة جرافكس عليها صورة الضيف واسمه ووظيفته ومكان ظهوره
- من الأفضل اللجوء إلى الهواتف الخطية، وليس المحمولة إلا إذا كان الخبر عاجلاً والضيف موجود في مكان لا تتوفر فيه خطوط أرضية.
- يجب تنبيه الضيف مسبقاً إلى ضرورة الاختصار غير المخل، وإحاطته بأقصى وقت متاح لإجاباته أو تعليقه.
- إذا حدث وتأخر ضيف بسبب الازدحام المروري مثلاً، يمكن إجراء المقابلة معه عبر هاتفه الجوال.
- توقف المقابلة الهاتفية فوراً إذا لم يكن صوت الضيف مسموعاً بوضوح، مع الاعتذار إلى المشاهدين.
- ترجمة المقابلات الهاتفية تزعج المترجم الفوري لعدم رؤيته حركة شفهي المتحدث وتعبيرات وجهه، وبالتالي فلا يلجأ إليها إلا للضرورة.

- على صحفيي المقابلات تحديد توقيت بداية ونهاية حيز الأثير الاصطناعية كتابة لقسم التبادل الإخباري.

- على مسؤول النشرة المناوب وضع تصوره لأهم الأسئلة التي توجه للضيف.

- إذا كان الضيف هو نفسه مراسل المحطة فيجب أن ينسق المذيع معه قبل اللقاء على الهواء.

- لا بد من إنهاء المقابلة التي تقدم في النشرات فور تمام الحصول منها على ما يهم المشاهدين، ولو لم تستهلك كل الزمن المخصص لها.

- الأسئلة المختصرة فن من فنون التحرير الواجبة على المذيعين ومقدمي البرامج

- يحسن عدم مقاطعة الضيف إلا بعد إتمامه جملة كاملة.

- يشترط لإجراء المقابلات مع مراسلي المحطة أن يكون ما لديهم من معلومات أوفى وأحدث من غيرهم، ومن ثم فلا يجوز إجراء المقابلات مع المراسلين بهدف المجاملة أو نزولا على رغباتهم في الظهور.

- جرى العرف المهني ألا يزيد وقت المقابلة الإخبارية في النشرات عن أربع دقائق.

* * *

قسم الجرافيكس

يعتبر هذا القسم من أهم الأقسام التي توفر مواد بصرية بديلة أو مكملات أو معوضة لنقص أو عدم كفاية المواد الفيلمية المعتادة. ويدخل في قياس تنافسية المحطة مع غيرها مدى إمكانيات هذا القسم وقدراتها على الابتكار في استخدام أدواته المتطورة كمبيوترياً يوماً بعد يوم. وقد أتيحت لي فرصة الاطلاع على المخرجات الفنية الهائلة لهذا القسم في المحطات اليابانية ومن بينها شبكة "فوجي" أثناء الحرب الأميركية على العراق. وأتذكر أنني اقتبست فكرة أو أكثر مما شاهدته في خطة تغطية فوجي، واقترحت على رئيس تحرير الجزيرة إبراهيم هلال تنفيذها، ومن ذلك تصنيع ما يطلق عليه العسكريون المصريون "تحتة رمل" كبيرة تمثل مسرح العمليات الحربية المتوقعة، وأيضاً عمل بعض التحضيرات الصورية الافتراضية، وقد كنت عام ذاك حديث عهد بالعمل في غرفة أخبار الجزيرة إثر نقلي من وظيفة مدير للتحرير بموقع المحطة على الإنترنت. وقد فاجأني إبراهيم بأن ليس للجزيرة قسم ديكور، ومع ذلك فقد حاول الرجل تنفيذ تحتة رمل بالإمكانات المحدودة ورغم ضيق الوقت، ولكنها خرجت فقيرة وساذجة ولم يكن ثمة مقارنة بما نفذته فوجي. وبالإضافة إلى فكرة تحتة الرمل فقد كانت مواد الجرافيك اليابانية المصاحبة لتغطية الحرب متنوعة للغاية وديناميكية، في حين كانت قليلة ومتواضعة وجامدة إلى حد غير قليل في الجزيرة. ربما يكون من الظلم مقارنة المحطتين دون الأخذ في الاعتبار سنوات الخبرة وتاريخ النشأة، فقد تأسست فوجي عام 1953، والجزيرة 1996، وتقضي الموضوعية هنا الإشارة إلى التطوير السريع الذي جري في قسم الجرافيكس بالجزيرة منذ ذلك الوقت، ولا غرو فميزانيتها المالية لا تعرف التقتير على كل ما يضعها في مصاف المحطات الكبرى عالمياً.

إذن فوظيفة قسم الجرافيكس التقليدية هي تجهز وتصميم الرسوم البيانية والمواد التوضيحية كالخرائط الثابتة والمتحركة وشرائح عرض النقاط المهمة، والصور الفوتوغرافية، وإشارات البرامج والفواصل والخلفيات. ويعمل بهذا القسم مجموعة من المصممين والمنفذين ذوي خبرات فنية وتقنية متعددة، وتعد الحواسيب الحديثة أدواتهم الأساسية في إنجاز عملهم، وذلك باستخدام برامج سوفت وير وأجهزة إلكترونية أخرى مثل:

1- animations ويتم عليه عمل الأشكال المختلفة من شارات البرامج والفواصل والرسوم التوضيحية.

2- paint box ويتم عليه عمل كافة الرسوم الثابتة وليس به إمكانية تحريك هذه الرسوم.

3- picture box وجهاز still store الذي يخزن عليه خلفيات وصور وخرائط يتم عرضها على الهواء مباشرة باستخدام نفس الجهاز.

4- deko وهو جهاز متطور يتم به إظهار بعض الـ animation وإضافة أي نص عليها.

5- dps وهو جهاز مونتاج غير خطي لمواد الفيديو.

ومن أهم المصطلحات العامة المستعملة في القسم:

1- program title.

2- chapter head.

3- sting.

4- graphics Astons.

5- tater.

6- background.

- الأول: يعني إشارة برنامج مثل "أكثر من رأي" أو "حوار مفتوح" ... إلخ.

- الثاني: فاصل قصير يستخدم لإبراز حدث رئيسي ومهم ومتكرر في نشرات الأخبار.

- الثالث: فاصل داخلي قصير بين فقرات برنامج.

- الرابع: شريط عرض يظهر في الثلث الأسفل من الشاشة وتكتب عليه جمل تعريفية أو خبرية.

- الخامس: اسم البرنامج.

- السادس: خلفية تظهر وراء المذيع أو مادة تظهر في الجزء الخلفي من المعروض على الشاشة.

مصطلحات الجرافيكس:

graphics producer. cap. ani. leadall. phonocomp. inset. oov-gfx

*** منتج الجرافيكس (graphics producer):** الشخص الذي يتولى إدارة إنتاج الجرافيكس من حيث تحرير المادة والإشراف على تنفيذها، ويتضمن ذلك مراجعة كل ما يطلبه صحفيو غرفة الأخبار من "كباشن" و"جرافيكس" متحرك للتقارير بحيث يتم التأكد من أنه طلب بشكل صحيح يتناسب مع الخبر وإلا فيجب تصحيح ذلك، ومن ثم توجيه المنفذين لإنجازه بأفضل صورة ممكنة.

كما يقوم منتج أخبار الجرافيكس بمتابعة إذاعة النشرات للتأكد من التنفيذ الصحيح لكل ما نفذه قسم الجرافيكس من "كباشن" و"إنستس" و"فونوكومبس" و"أووف جرافيكس" إن وجد.

ويمكن أن يقوم هذا المنتج بتحويل بعض "الكباشن" ذات الخريطة إلى جرافيكس متحرك وفي هذه الحالة يسمى القالب المتلفز "أووف جرافيكس"، ويسجل كمادة فلمية متحركة.

ويتابع المنتج في هذا القسم التقارير لإثرائها بالجرافيكس إن أمكن، ومن ثم فيجب أن يطلع أولاً بأول على خدمة الوكالات الإخبارية لكي يقدم مقترحاته لرؤساء تحرير النشرة المناوبين ونوابهم. ويشار هنا إلى ضرورة متابعة خدمة الصور الفوتوغرافية stills التي تقدمها رويترز للاستفادة منها، فهي مخزن صور للشخصيات والأحداث المهمة، كما يحدث أن تكون بعض الأنباء المهمة مقتصرة على الصور الثابتة، ويمكن أن يعد منها "أووف" إضافة إلى الاستفادة بما تقدمه تلك الوكالة من جرافيكس يومي.

ويضاف إلى ما سبق إنتاج الـ"إنستس" سواء من خلال الاعتماد على ما تبثه رويترز من صور فوتوغرافية "إستيلا" أو تركيب عناصر مناسبة للخبر.

"الكباشن" والـ"اني" cap + ani

الأول: هو القالب الخبري التلفزيوني المعتمد على الصورة الفوتوغرافية (الثابتة)، أو الخارطة لتوضيحه. وفي الجزيرة لا يجب أن يزيد طول الخبر "الكاب" عن 20-25 ثانية.

وفي إستايل الجزيرة تقدم صورة الشخص صاحب الخبر على مكان حدوث الخبر، ويمكن تحقيق ذلك من خلال مخزون الصور المتاح، أو بالبحث في أرشيف مكتبة الفيديو، أو البحث فيما تقدمه وكالة apt من صور فوتوغرافية أو بمراجعة شبكة الانترنت. ويلجأ إلى الخارطة أحيانا في حالة عدم التمكن من الحصول على صورة فوتوغرافية للشخصية المذكورة في نص الخبر. ولذلك يجب على قسم المقابلات طلب صور ضيوف الشرات ممن لا يمكنهم الذهاب إلى الاستديو.

وقد تلجأ بعض المحطات إلى استخدام مواد بصرية غير صور الأشخاص أو الخرائط في "الكباشن" أو "الأي" مثل: علم دولة ما أو صورة مبنى كالأمم المتحدة أو صورة شعار مثل العفو الدولية.

لييد أوول leadaal

وهو قالب خبري تليفزيوني لا يختلف خبرياً عن cap/anis ، ولكن من الناحية الفنية يختلف بحيث أن الـ "ليدأوول" يحوي عدة عناصر: كخلفية background يمكن أن تكون خارطة أو أعلام أو صورة أو شعار أو صورة بيان + fourground تحوي نصوصا مختصرة تكتب مباشرة أو يسلط عليها ضوء مركز أو "هايليت" على سطور معينة + عنوان title حيث يفضل أن يكون لكل "ليدأوول" عنوان ويكون مختصرا بجمللة واحدة قصيرة.

ولما كان من الواجب أن يعتمد الخبر التلفزيوني على مواد بصرية إلى جانب الصوت فمن الأفضل اللجوء إلى قالب الـ "ليداوول" بدلا من الخرائط أو الصور الثابتة في قوالب الـ (cap/anis) خاصة إذا كان هناك وحدة موضوعية مناسبة لعمل ليداوول. وأفضل الأمثلة على ذلك البيانات المصاغ لها عناوين صحفية خبرية والتي تتلقاها المحطات أحيانا من شخصيات أو هيئات معروفة، ويقرر مسؤول النشرة تسليط الضوء على بعض فقراتها. ويمكن استخدام قالب الـ "ليداوول" أيضا لتناول وتلخيص وقائع وأحداث متنوعة وموزعة في أكثر من مكان مثلما يجري في العراق تحت الاحتلال.

ويمكن أن يعامل البيان معاملة الـ "ليدأوول" بحيث يكون له عنوان وخلفية، مع إعادة كتابة العبارة أو الفقرة المراد إبرازها في الخبر من متن البيان، مع مراعاة الاختصار غير المخل وحجم الحروف المريح للقراءة على الشاشة.

فونوكومب. phonocomp:

وهو صفحة مصممة لتظهر على كامل الشاشة أثناء النشرات أو البرامج الإخبارية التي يتم فيها استضافة شخصيات للتعليق على الأحداث عبر الهاتف. ففي بعض الظروف يتعذر استضافة بعض الشخصيات على الهواء بالصوت والصورة معا، ومن المفضل دائما أن تحتوي صفحة الفونو كومب على صورة ثابتة للمتحدث، أو إذا تعذر الحصول على صورته توضع صورة أبرز معالم المدينة أو المكان الذي يتحدث منه، ويكتب اسم الشخص ووظيفته أسفل صورته وكذا اسم المدينة أو المكان على الصفحة.

"أووف جرافيكس" oov-graphics (oov-gfx) : وهو من حيث الصياغة التحريرية

للخبر نوعان:

1- النوع الأول لا يختلف تحريراً عن الأووف العادي (ذو المادة الفلمية المتحركة)، وهنا يتم تحويل الكاب الى جرافيكس متحرك وفقا للخبر مثل انفجار بمكان ما أو موضع سقوط طائرة أو انفجار سيارة مفخخة ... إلخ، وفي هذا النوع تكون الكتابة أولا، ثم تتم خدمة الخبر بالجرافيكس المتحرك بعكس الكتابة للمادة الفلمية التي ينظر فيها إلى الصورة اولا ليتم لاحقا الكتابة لها.

2- النوع الثاني: يراعى فيه توقيت حركة الجرافيكس، إذ تتم المواءمة بين وقت الخبر (كل كلمتين ثانية واحدة كما هو معروف) وحركة الجرافيكس. وهذا عندما يتم تحويل خبر مجزأ إلى cap/anis إلى oov-gfx مثل خبر لمجمل الأحداث الميدانية في العراق.

الـ "فيللر" filler:

ويكاد يشبه الـ "ليد أول" من حيث محتواه كنص معلوماتي إخباري مكثف، لكنه يكتب بحروف كبيرة نسبيا، ويوضع في أشكال وألوان جذابة ليقراها المشاهدون وليس المذيع من الشاشة، وتصاحب تلك المادة النصية موسيقى خافتة مناسبة.

"إنست" inset:

وهو صورة مبسطة أو مركبة يتم عرضها إلى جوار صورة المذيع، وتوضع في مقدمات التقارير في الغالب إضافة إلى مقدمات بعض "الأووفات" و"الكليات". ويؤخذ الـ "إنست" من روح التقرير إذا كان ميدانياً أو متعلقا بأحداث معينة ويفضل

أحياناً تركيب عدة عناصر للحصول على "إنست"، وذلك في حال كانت التقارير تعالج موضوعات متعددة الزوايا.

ويتم تركيب الـ "إنست" من بعض المواد البصرية، وعلى سبيل الأمثلة:

1- أعلام عدة دول بحيث لا تتجاوز الثلاثة إلا في حالات محددة.

2- صور عدة شخصيات لا يزيدون عن أربعة إلا على سبيل الاستثناء.

3- صور شخصيتين وعلمين.

4- صور متنوعة كصورة ميدانية تمزج مع صورة شخص أو علم أو لوغو... إلخ.

وعلى الصحفي التلفزيوني أن يراعي منطق واختلافات الصياغة التحريرية بين القالب الخبري المعتمد على الجرافكس، وبين القالب المعتمد على الصورة التلفزيونية المتحركة. وعموماً فالكتابة التي تظهر على الشاشة يجب أن تكون مصاغة تحريراً بدقة واختصار وحروف كبيرة نسبياً، وأن تراعي ترك مساحات فراغ مريحة للعين عند النظر للشاشة، ويجب أن تكون المسافات بين السطور واسعة نسبياً، وعدد السطور قليل كي تسهل قراءتها في ثوان معدودة، سواء من المشاهد أو مقدمي النشرات.

إن تنفيذ مواد الجرافيكس يستغرق وقتاً غير قصير، حسب الأشكال والقوالب والصور التوضيحية التي يستقر عليها كل من الصحفي والمصمم الفني. وقد تصل المدة الزمنية المطلوبة للإنجاز إلى ساعات. ومن الضروري أن يكون طلب مادة الجرافيكس مصاغة صياغة واضحة لا لبس فيها من جانب الصحفي. وأن تكون أسماء الدول وأسماء المسؤولين غير ملتبسة كي يسهل البحث عنها سواء على الإنترنت، أو في الوكالات التي تشترك فيها المحطة، أو في "سيرفرات التخزين الخاصة بها. وقد يستلزم الأمر جلسة نقاش خاطفة مع المصمم الفني إلى جانب الطلب التحريري المرسل إلى قسم الجرافكس.

مذيعو النشرات التلفزيونية

يتصور البعض أن مذيعي ومذيعات نشرات أخبار التلفزيون ليسوا سوى قراء جديدين لما يعده فريق التحرير الصحفي، وقد يكون هذا التصور صحيحاً إذا لم يكن المذيع أو المذيع قد درسوا الصحافة وتدرّبوا نظرياً وعملياً بشكل كاف قبل الممارسة الفعلية.

وإضافة إلى الدراسة والدربة هناك ما اصطلح على تسميته "الحضور". ويمكن تعريف هذا "الحضور" بأنه ميزة ومنحة ربانية تضيفي على ملامح الوجه البشاشة والجادبية، وعلى لغة الجسد مخايل التواضع والحيوية. ولعل نقيض "الحضور" ما يطلق عليه الناس "ثقل الظل أو الطينة" أو العجرفة. وقد نصادف مذيعين ومذيعات يفتقدون قدرا من "الحضور" ولكنهم يدركون ذلك وربما يعوضونه بمهارات وفنون الإلقاء والقراءة المعبرة والمتفاعلة مع محتوى كل خبر. ويمكن القول إن المذيعين الناجحين إنما يقومون بعملية تواصل بصورتهم ومظهرهم و"حضورهم" وأدائهم مع المشاهدين.

وعلى هذا فالتقديم الجيد للأخبار يقتضي فهم المذيع أو المذيعة لأدوات التواصل مع المشاهدين عبر الكاميرا والميكروفون، أي من خلال صورته ومظهره وطريقة إلقاءه وطبقات صوته.

إن المشاهد يستطيع أن يشعر بحالة المذيع أو المذيعة النفسية من خلال الشاشة. وأذكر أنني في العام 2005 لاحظت استمرار حالة من الكآبة على وجه إحدى مذيعات قناة عربية شهيرة. وقد استمرت هذه الحالة عدة أسابيع. وقد تحريت الأمر فعرفت من بعض المقربين منها أنها كانت تمر بأزمة عاطفية فقدت فيها شخصا عزيزا في حادث أليم.

ولعلنا نلاحظ أن محطة "اليورو نيوز" تستغني في نشراتها عن ظهور المذيع أو المذيعة اكتفاء بقراءة نص الخبر مع الصور التلفزيونية للأحداث. وبهذا تتجرد النشرات من الإيحاءات التي يمكن أن تضيفها صورة وحالة المذيع أو المذيعة ولغة الجسد لديهما. ويرى البعض أن نشرة الأخبار هي في النهاية عملية استعراض مرئي show لا تكتمل بغير ظهور المذيع أو المذيعة أو كلاهما معا. ويصبح ذلك الظهور حتمياً كلما طالت مدة النشرات الإخبارية وتضمنت إجراء المقابلات السريعة مع المسؤولين والمعلقين.

وما لم يكن لدى المذيع أو المذيعة خلفيات سياسية وثقافية كافية ومتابعات متراكمة سابقة لما يقرأه من أخبار، فقد تربكه مشكلات الهواء الطارئة أو مداخله ضيف أو مسؤول ممن يناقشهم أثناء النشرة. ولهذا يجب على المذيع أو المذيعة أن يداوم في غرفة الأخبار قبل ساعتين على الأقل من موعد نشرة الأخبار أو البرنامج بغرض متابعة وكالات الأنباء، والمشاركة بشكل أو آخر في مطبخ التحرير. ومن حق مقدمي النشرات اقتراح الحذف أو الإضافة أو التعديل على الصياغة التحريرية. ومن بديهيات وشروط

تجويد عمل مقدمي الأخبار اعتيادهم الاطلاع على الصحف والمجلات ومشاهدة المحطات المنافسة ومتابعة الأحداث حتى في أيام عطلاتهم. ومن العرف الإخباري التلفزيوني أن يقرأ المذيع النشرات ونصوص البرامج الإخبارية قبيل موعد تقديمها بغرض مراجعتها وفهمها جيداً.

ومن حيث فن القراءة الإذاعية والتلفزيونية، يُنصح دائماً بضرورة أن تسبق عيون المذيع شفتيه، إلى أوائل كلمات الجملة التالية لما يقرأه. كما ينصح دائماً بإرخاء الأعصاب والعضلات وأخذ نفس عميق قبيل بدء القراءة.

وهناك كثير من الصفات والخبرات المجربة مما ينصح به قدامى المذيعين وخبراء الصوتيات وفنون الإلقاء المذيعين الجدد، لن نخوض في تفاصيلها هنا، وإن أشرنا إلى أنها تتناول مثلاً تقليل أكل الحوادر والسكريات المركزة قبل النشرة كي لا يجف الريق ويضطر المذيع إلى شرب الماء كثيراً، وضرورة وجود كوب ماء بالقرب من منصة المذيع طوال وقت الهواء. هذا فضلاً عن التحسب من وقوع مشكلات تقنية بالاستعداد للارتجال (في حال وجود خطأ في النسخة المكتوبة من النشرة، أو وجود خطأ في الترتيب، أو في حال عدم وجود نسخة مكتوبة وتوقف جهاز القارئ الآلي auto q ... إلخ).

* * *

سطور مختصرة بشأن بعض الوحدات الصحفية المساعدة

1- وحدة الترجمة

إن وطأة الهيمنة الثقافية والسياسية والإعلامية والاقتصادية للآخر الحضاري تفرض على المحطات العربية أن تولي أهمية قصوى للترجمة الفورية والتحريرية من وإلى أهم اللغات الحية كالإنجليزية والفرنسية. والعدد الأمثل للمترجمين في أي محطة يتوقف على عدد ساعات البث، وعدد النشرات والبرامج، وكذلك على كم المواد الفيلمية الأجنبية المراد ترجمتها.

وفي كل الأحوال فإن الحد الأدنى لعدد المترجمين الفوريين الأكفاء في محطة إخبارية تبث على مدار الساعة لا يجب أن يقل عن أربعة، ويستحسن أن يكون بينهم من يجيد الترجمة من أكثر من لغة كالإنجليزية والفرنسية مثلاً. ويجب التعامل مع هذه الكوادر بكثير من التقدير المادي والأدبي، وحسب التقاليد والأصول المهنية والعلمية المتعلقة بمهنتهم. وعلى كل محطة أن تستفيد بطاقات مترجميها الأكفاء في تدريب وصقل عناصر جديدة من المترجمين الشبان.

واجبات المترجمين:

- 1- الترجمة الفورية على الهواء مباشرة أثناء بث نشرات الأخبار والبرامج.
- 2- ترجمة المقابلات الخاصة.
- 3- مراجعة وإقرار ترجمة المقتطفات الصوتية للتقارير والبرامج التي ترد من مكاتب المحطة.
- 4- ترجمة ملخصات ما ترغب المحطة في شرائه من برامج، وإبداء الرأي في مدى صلاحيته للمشاهدين.
- 5- ترجمة بعض المقالات المهمة التي تكتب عن المحطة.
- 6- الاشتراك في إعداد ومراجعة دليل المواصفات الأسلوبية للمحطة وسياساتها التحريرية ومتابعة تطويره بانتظام.
- 7- ترجمة ما يتقرر بيعه أو إهدائه إلى المحطات والهيئات الأجنبية من إنتاج المحطة.

8- ترجمة المختصرات التعريفية بما تنتجه المحطة بغرض التسويق.

9- مراجعة المنشورات الدعائية والتعريفية التي تصدرها المحطة باللغتين الإنجليزية والفرنسية.

2- وحدة مراقبة الجودة ومتابعة القنوات المنافسة

تعد عملية متابعة أداء وجوده بث أي محطة شرطاً أساسياً لتدارك وتصحيح ما قد يقع من أخطاء غير مقصودة أو هفوات، ومن ثم يزداد الأداء إتقاناً. أما متابعة القنوات المنافسة فهو في رأيي أحد أهم العوامل المساعدة في تحقيق سبق والتفوق، أو على الأقل المحافظة على الحصة الأصلية من نسبة المشاهدة.

ومن البديهي أن يكون العاملون في هذه الوحدة من ذوي الخبرات الصحفية التلفزيونية لكي يقيموا أداء زملائهم أولاً بأول بشكل موضوعي ومهني في أثناء البث. ويقع على عاتق هؤلاء الصحفيين الخبراء أيضاً واجب تحديد نقاط القوة والضعف في المواد التي تبثها القنوات المنافسة. ولا شك أنه كلما كانت الخلفيات الثقافية والسياسية والإعلامية لهؤلاء العاملين كافية كلما استفادت منهم إدارة المحطة فيما يتعلق بالتخطيط والمنافسة مع المحطات الأخرى. ويجب أن يتخصص بعض المسؤولين عن هذه الوحدة في رصد وتحليل سياسات وأساليب كالتعظيم والإلحاح الإعلامي، وتحديد العلاقة بين الإعلام وسياسات القوى الفاعلة، فضلاً عن فهم واكتشاف الأهداف التكتيكية والإستراتيجية لأجهزة التخطيط السياسي والحرب النفسية والدعاية. وترسل هذه الوحدة تقاريرها أولاً بأول إلى المسؤولين في قمة الهرم الإداري والتحريري. ويمكن أن تكون بعض تقارير الوحدة متاحة لأغراض التدريب.

3- مكتبة الشرائط في ظل التطورات التقنية المتسارعة

ظلت مكتبة الشرائط هي المصب والمخزن الذي تنهمر بداخله آلاف الصور - المادة الأساسية للصحافة التلفزيونية - على مدار الساعة وطوال أيام السنة. ولهذا كانت تلك المكتبة عادة تشغل مساحة تقدر بعشرات الأمتار المربعة القابلة للتمدد. وكان لتلك المساحة شروط فنية تخزينية أهمها درجة الحرارة المنخفضة والثابتة (بأجهزة التكييف). فالمعروف أن المادة الخام المصنوع منها الشرائط تتدهور جودتها بارتفاع درجة الحرارة،

ومن ثم تغيير ألوان الصور المسجلة عليها فتصبح غير صالحة فنيًا. ثم جاءت الثورة التكنولوجية "الحاسوبية" لتزيد السعة التخزينية لأجهزة الكمبيوتر بشكل هائل. وهكذا أخذت الـ "سيرفرات" الحاسوبية تتبلع أعدادا كبيرة من صور أفلام الفيديو. وبدأت مساحة مكتبة الشرائط التقليدية تنقلص، دون احتمالات تعرض الصور المخزونة للتلف. وقد شرعت المحطات التلفزيونية الكبرى في نقل شرائط مكتباتها على "سيرفرات" ذات سعة تخزينية كبيرة. وتتنافس بعض شركات السوفت وير المتعاملة مع تقنيات البث التلفزيوني على تقديم برامج جاهزة لأغراض تخزين الصور التلفزيونية واستعادتها مباشرة بواسطة الصحفيين في غرفة الأخبار وزملائهم في غرف المونتاج.

وقد سبق القول: إن مصادر الصور التلفزيونية هي ما تتلقاه المحطة من أطقم مراسليها، وما تضخه وكالات الأنباء العالمية المصورة التي تشترك فيها المحطة، بالإضافة إلى الصور والبرامج المهداة أو المشتراة أو المتبادلة بين المحطة وغيرها من المحطات المحلية والأجنبية.

الوظائف التقليدية لمكتبة الشرائط

1- الفهرسة: أي تصنيف الشرائط الواردة من الوكالات أو المراسلين أو غيرهم حسب محتوياتها الإخبارية أو البرمجية

2- الأرشفة: ويقصد بها إدخال وحفظ بيانات الصور المتلفزة الواردة من وكالات الأنباء المصورة ومن غيرها. وتستخدم اللغة الإنجليزية في حفظ واستعادة تلك البيانات على الحاسوب حتى الآن في معظم إن لم يكن كل المحطات. وكلما كانت عمليات إدخال وتصنيف المعلومات دقيقة ومنطقية كلما أمكن الوصول إلى نتائج سريعة ومفيدة عند البحث.

3- تلقي طلبات الصور والشرائط ثم البحث عنها وتقديمها لمن يطلبونها في مدة زمنية قصيرة (لا تتجاوز دقائق في حالة صحفيي غرفة الأخبار ومنتجي النشرات).

أنواع الصور الواردة للمكتبة

- شرائط الوكالات العالمية مثل aptn & rtv ويطلق عليها اختصارا: (na) أي news agency وفي العادة تحتوي هذه الشرائط على وصف تحليلي لـ "الشوطات" أو المناظر

المتضمنة، ومن ثم فلا تحتاج إلى توصيف إضافي إلا فيما ندر.

- شرائط إخبارية من مصادر أخرى لا تحتوي على توصيف ويقوم موظفو المكتبة بتوصيف صورها.

- شرائط صور خام أو غير "ممتجة" ويطلق عليها اختصارًا rushes (r) وتتسلمها المكتبة من قسم التبادل الإخباري أو من صحفيي وموظفي المحطة المكلفين بمهمات خارجية، وهذه الأشرطة يتم تحليل وتوصيف صورها بواسطة موظفي المكتبة.

- شرائط (s) special وهي عبارة عن صور ولقطات فيلمية مهداة للقناة من الوكالات العالمية والعربية والمحلية، وقد يحتوى بعضها على توصيف تحليلي للقطات، لكن القسم الأكبر منها يقوم موظفو المكتبة بتوصيف مواده.

- شرائط news correspondent (nc) تحتوي على تقارير المراسلين مصنفة حسب التاريخ وليس البلد. ويتم توصيف صورها بواسطة موظفي المكتبة.

- شرائط (dtl) reuters desk top وتحتوي على أرشيف لصور قديمة ونادرة وهي أشرطة سنوية تصل بنهاية كل سنة وتقوم الوكالة بإمداد المحطات بها شاملة التحليل أو التوصيف الخاص لها.

- شرائط متفرقة (var) various وهي أشرطة مؤقتة لبعض الخطب والتصريحات أو تجميع للقطات معينة قد يعتبرها موظفو المكتبة ذات أهمية مرتبطة بحدث بعينه، ثم يستغنى عنها.

- شرائط البرامج وتقسم إلى:

* برامج من إنتاج المحطة، سواء كانت أذيعت على الهواء مباشرة أو مسجلة.

* برامج (op) original program وهي النسخ الأصلية من برامج المحطة قبل المونتاج.

* أشرطة البرامج الوثائقية ومن أمثلتها:

* برامج تم التعاقد على بثها ولها حقوق خاصة وفترات معينة (tx) تحدد على حسب العقود المبرمة، وهي برامج وثائقية متنوعة ويتم مونتاجها في القناة.

* برامج (em) edit master وهي النسخ الأصلية من البرامج الوثائقية قبل المونتاج.

وتقسم بعض مكاتب الشرائط التليفزيونية العاملين فيها إلى مجموعات أو وحدات داخلية كالتالي:

أولاً: وحدة التسجيل:

وتقوم هذه الوحدة بتسجيل الصور الواردة عبر الأقمار الاصطناعية من الوكالات وبعض شركات الإنتاج والمحطات الأخرى والمراسلين، كما تسجل ما تطلبه القنوات العربية أو الأجنبية من برامج المحطة على أشرطة. وتبحث هذه الوحدة عن الصور التي يطلبها صحفيو غرفة الأخبار، ثم يقوم موظف المكتبة بجلب وإعداد الشرائط المحتوية على الصور المطلوبة مع كتابة بيانات الموضوعات والصور المسجلة على كل شريط تفصيلاً بذكر اسم القصة ومدتها وموقعها الزمني على الشريط.

ثانياً: وحدة الأخبار والبرامج:

وتختص بفهرسة وأرشفة الصور الواردة من الوكالات ومراسلي المحطة إضافة إلى النسخ الأصلية من برامجها والبرامج المشتراة.

وفي حالات طلبات الشراء الخارجية يقوم موظفو المكتبة بإرسال شريط مشاهدة للزبون طالب الشراء تمهيداً لإرسال المادة نفسها بعد إبرام القسم المختص اتفاق البيع. وتعد المكتبة أحياناً نسخاً من البرامج أو النشرات على أقراص ممغنطة أو دي في دي أو vhs لمن يطلبها من المسؤولين أو بعض الضيوف.

ثالثاً: وحدة التجميع:

تقوم هذه الوحدة بتجميع القصص التي اختارتها وحدة الأخبار على أشرطة مع ترقيمها وإدخال بيانات موادها. كما تقوم بتجميع الطلبات الخارجية الواردة. ويضاف إلى ذلك تحويل الشرائط الواردة من مكاتب المحطة على أشرطة تناسب الأجهزة المتوفرة في القناة.

رابعاً: وحدة التسجيل الإلكتروني على news browse :

وتقوم بالتسجيل الإلكتروني للصور الواردة من:

reuters , aptn , asbu , rushes , sports, news correspondent, aptn direct

ثم يقوم موظفو هذه الوحدة بإدخال البيانات الخاصة بالصور المتاحة من الوكالات على برنامج (آي نيوز) i news ، حتى يتسنى للصحفي البحث عن المادة المطلوبة مستخدماً نظام news browse وذلك بنفس لحظة وصول الخبر دون تأخير.

* * *