

المحاضرة الخامسة : متطلبات ومراحل إنتاج برنامج تلفزيوني أو إذاعي

التخطيط للشبكة البرمجية: بغية التخطيط العلمي لبرامج القنوات التلفزيونية، تقوم الإدارة المشرفة أو المسؤولة بوضع دورات برمجية فصلية، تتضمن العناصر المهمة والرئيسية لكافة البرامج التي ستقدم خلال الفصل مع حصة كل منها من ساعات البث، وتضع الإدارة الأهداف العامة التي على ضوءها حددت تلك الحصص وما هو مطلوب من هذه البرامج، وغالباً ما تكون الدورات أربع أي لكل فصل دورة، ولكن ذلك ليس لازماً فمعظم القنوات الفضائية العربية تتبع نظام ثلاث دورات فصلية، بسبب وجود شهر رمضان، حيث له خصوصية وتيئ لهذا الشهر برامج متنوعة خاصة تكون غالباً متميزة. كما تكون الدورة الشتوية لبعض القنوات ستة أشهر، وغالباً ما تواجه برامج الدورة الصيفية بعض الإشكالات بسبب الأجازات الدورية للعاملين. ومن خلال المتابعة واللقاءات الفردية مع المسؤولين في القنوات الفضائية العربية التي زرتها، تبين لي أن معظمها لا يلتزم بهذه الدورات البرمجية أو أنها غالباً ما تخضع للتغيير أو إلغاء بعض البرامج منها أو إضافة أخرى دون سابق أنذار، وبعض القنوات يعد دورة برمجية خاصة بشهر رمضان. وتصنف على ضوء ذلك البرامج وحصة كل منها ضمن الدورة البرمجية. وتخصص بالتأكيد حصة للبرامج الثقافية في معظم القنوات الفضائية العربية.

وغالباً ما تكون الدورات البرمجية فصلية، أي ربيعية، صيفية، خريفية، شتوية.

الإنتاج التلفزيوني : الإنتاج التلفزيوني هي تحويل الفكرة إلى منتج نهائي a finished product مثل كتاب أو مسرحية أو فيلم سينمائي أو برنامج ثقافي أو غير ذلك، كما تطلق هذه التسمية على جميع العمليات اللازمة لإنتاج برنامج للتلفزيون من الفكرة وكتابة النص وتوزيع الأدوار وحتى التسجيل وفي المجال الإعلامي يشير المصطلح "المنتج" إلى الشخص المسئول مسئولية كاملة عن أي إنتاج إعلامي ، (وقد يطلق على الشخص الذي يقوم بالتمويل الخاص بعملية الإنتاج ، وكذلك على الشخص المسئول مسئولية كاملة من الناحية الإدارية

والمالية والفنية واختيار مجموعة العاملين في الإنتاج production team وعن الإنتاج ذاته من ناحية اختيار المخرج والممثلين والتوزيع وتحديد ساعات الإنتاج production hours بالإضافة إلى مسؤوليته القانونية أمام الجهات المعنية، وإذا كان المخرج هو المسئول عن الحصول على المنتج النهائي كعمل فني إبداعي، فمن البديهي أن يكون هناك تفاهم تام بين المنتج وبين المخرج، وقد يطلق المنتج يد المخرج بحرية تامة في جميع خطوات التنفيذ بشرط الالتزام بالميزانية المحددة للإنتاج¹، أن الإنتاج في التلفزيون هو عبارة عن تحويل الفكرة الخلاقة المصاغة فنياً على الورق على هيئة نص أو شبه نص إلى مادة مسجلة على شريط فيديو أو تكون صالحة للبث طبقاً لمعايير محددة مقبولة ثقافياً وفنياً وفكرياً.

المخرج: هو قائد العمل، وهو الرجل المسئول عن إخراج البرنامج وتحويل الألفاظ المكتوبة في النص إلى صور نابضة في الحياة، لذا يجب أن يكون ملماً بكل تفاصيل العمل الذي يتطلبه البرنامج الثقافي التلفزيوني، وهو أشبه بالمايسترو أو قائد الفرقة الموسيقية، وينبغي أن تتوفر لديه خصائص شخصية معينة تمكنه من النجاح، كاللياقة وحسن التصرف والتعاون، ويقوم بعد توزيع المهام والأشرف على الديكور والموسيقى وغيره، ويقوم بالأشرف على تسجيل البرنامج الذي يخرج، ويجلس في غرفة المراقبة أمام المنضدة الرئيسية ويجلس على يمينه المونتير الإلكتروني وعلى يساره سكرتيرة البرنامج ويكون معها نسخة من السيناريو مثلاً أو فقرات البرنامج وكل الملاحظات والتعليمات والتوجيهات المهمة عنه ويقوم المخرج بمتابعة اللقطات التي يعدها المصورون ويقوم بإصدار أوامره بالانتقال من كاميرا إلى أخرى، كما يصدر تعليماته إلى مهندس الصوت وتكون السكرتيرة إلى جانبه تنبهه إلى المطلوب، وهنا يتطلب منه قوة التخيل والمتابعة والتركيز على جميع تفاصيل العمل.

معد البرنامج: تعتبر وظيفة "معد البرامج" من الوظائف المهمة، ف معد البرنامج هو العمود الفقري لأي برنامج تلفزيوني، كون الإعداد هو الأساس الذي تبنى عليه بقية العناصر الأخرى مثل (التقديم، التصوير، الديكور، الإخراج، المونتاج، ... الخ)، كما أن هذه العناصر تحول ما كتب على الورق إلى واقع ملموس.

وهذا النوع من الوظائف هو خليط من الموهبة والعلم والممارسة.

من هو معد البرامج؟² هو الشخص الذي يقوم بإعداد العمل التلفزيوني، وتطلق كلمة إعداد على المعالجة الفنية لنص من النصوص حتى يمكن تقديمه بالطريقة المناسبة التي تلائم طبيعة التلفزيون كوسيلة إعلامية. وهناك نوعية معينة من البرامج تعتمد على السيناريو الذي يقدمه المعد أو الكاتب، لكن هناك برامج أخرى يقوم المعد فيها باختيار الموضوع والأشخاص المشاركين والاتصال بهم من أجل المشاركة في البرنامج والاتفاق معهم على كافة الخطوات وطبيعة الأسئلة التي سوف توجه لهم من قبل مقدم البرنامج في حوار مع الضيوف. وعلى الكاتب قبل أن يبدأ كتابته أن يفكر ويتخيل في كيفية ظهور ما يكتبه على الشاشة، كما أن على معد البرامج أن يستوعب جيداً مقومات صياغة الرسالة التلفزيونية، وكيفية استخدام كل عنصر فيها، لأن هذه العناصر هي مفردات لغة التلفزيون التي يصوغ بها ويعبر من خلالها عن أفكاره ومعلوماته ومشاعره وكل ما يريد توصيله للمشاهد.

فالصورة ومكوناتها وزوايا التقاطها وشكلها وحجمها والأضواء والملابس والماكياج وحركات وإيماءات الشخصيات كلها عناصر على الكاتب أن ينتبه لها في النص الذي يكتبه على شكل تعليمات. أن هذه العناصر المرئية والصوتية وتفهم التقنية التلفزيونية وأجهزة الإنتاج من كاميرات وغرفة مراقبة وتحكم ومكان الإنتاج، وكيفية تنفيذ الإنتاج، وهل سيتم تسجيل المنتج أو سيعرض مباشرة، كل هذه العناصر والمقومات تشكل فن الإعداد التلفزيوني.

وبما أننا نتكلم عن معدي البرامج، فيجب التنويه أن بعض البرامج الثقافية والعامة في القنوات الفضائية العربية يعدها ويقدمها نفس الشخص، وهذا يتطلب منه الانتباه والإلمام بجزئيات البرنامج كافة، وأحياناً يكون ذلك مصدر قوة ونقطة إيجابية، وفي أحيان أخرى يكون مصدر ضعف وجهد ضائع، وهذا يتطلب إعادة النظر ومراعاة التخصص لابتغاء الدقة في المعلومة وتقديم الأفضل للمشاهد.

السمات والمؤهلات التي ينبغي توفرها في معد البرامج:

يفضل أن يكون معد البرامج موهوبا بمعنى أن يكون لديه الاستعداد الشخصي و الرغبة في الكتابة والإعداد، و ثم عليه بعد ذلك صقل هذه الموهبة و تنميتها بالممارسة و لكي تسير تجربة المعد بنجاح فهي في حاجة إلى تنمية مستمرة و، يتأتى ذلك بالدراسة العملية المتعمقة و الإشراف في الدورات التدريبية المتخصصة، وسنتعرض هناك لعدد من السمات و المؤهلات العامة التي ينبغي توفيرها في معد البرامج و التي منها :

* تشتط معظم القنوات التلفزيونات العربية توفر مؤهل جامعي، و تمكن من اللغة العربية والإنجليزية.

* القدرة على التعبير عن الأفكار وتتجلى هذه القدرة في قدرته على الكتابة.

* القدرة على تحصيل المعرفة وفهم الآخرين وتحصيل المعلومات من خلال قدرته على القراءة والاستماع.

* مستوى معرفي جيد بالموضوعات التي يكتب فيها أو يقدمها البرنامج.

* المعاشة للواقع والإحساس بمشكلات مجتمعه وموضوع برنامجه.

* القدرة على التخيل والابتكار.

* الالتزام بالمعايير الأخلاقية كالصدق والموضوعية.

* الإلمام بالتشريعات الإعلامية وهذه مسألة مهمة اليوم لتجنب الوقوع في المشاكل التي قد تخلق بسبب عدم الدراية.

* فهم التلفزيون كوسيلة إعلامية وخصائصها ومقوماتها.

* الإلمام بالثقافة العامة، حيث أن هذه الثقافة تعد جزءاً لا يتجزأ من مدرجات المعد أو المقدم ورصيداً مهماً من المعلومات التي كثيراً ما تعينه على أداء عمله بسلاسة.

* التزود بالثقافة التي تتصل بالعمل التلفزيوني، وما يرتبط ببرنامجه، كالموسيقى والتذوق الفني والتمثيل والنظريات الأدبية والفنية المختلفة لمن يعمل في إعداد أو تقديم البرامج الثقافية ، أو عن العلوم والفنون التي تتصل بتخصص دقيق يكون المعد أو المقدم قد أختار العمل فيها.³

* كما يجب أن يتمتع ب المرونة والقدرة على مواجهة المفاجآت، وهذا أمر يتعلق بطبيعة الإنتاج التلفزيوني، حيث تحدث العديد من المفاجآت والظروف الممتدة في كثير من الحالات.

عملية صناعة البرنامج التلفزيوني بثلاث مراحل أساسية:

1. مرحلة ما قبل الإنتاج.

2. مرحلة الإنتاج.

3. مرحلة ما بعد الإنتاج.

المرحلة الأولى: مرحلة ما قبل الإنتاج

التخطيط والإعداد للبرامج:

1 التخطيط: هو توظيف الإمكانيات البشرية و المادية و التقنية المتاحة أو التي يمكن تحاح خلال سنوات الخطة من أجل تحقيق أهداف معينة مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات وهي عملية إدارية و المقصود من العمليات جمود الأفراد و الجماعات و المؤسسات،⁴ و يعرف أيضا على أنه "استخدام الطاقات القصوى المادية و البشرية، من أجل بلوغ الأهداف المرسومة، أو هي عملية تحقيق الأهداف كصور ذهنية عن الحالة المستقبلية التي يراد بلوغها مع الإيمان بأن الحالة المستقبلية لابد أن تنبثق عن الحالة الراهنة " و لا يتضمن التخطيط تحديد الأهداف فحسب، بل يشمل رسم الخطط و التنسيق ووضع البرامج و المتابعة و التقويم و تمر عملية التخطيط لإعداد

البرامج في القنوات الفضائية نجملها في ما يلي:

أ تحديد العرض: و يتراوح غرض البرنامج ما بين الوظيفة الإعلامية، أي تقديم معلومات معينة لجمهور المشاهدين أو لفئة منهم، و يتضح ذلك أكثر من خلال النشرات و البرامج الإخبارية المتخصصة، و الوظيفة التثقيفية كالبرامج السياسية و الاقتصادية و الدينية و الاجتماعية أو الوظيفة الترفيهية كالبرامج الرياضية و برامج المنوعات أو التوجيه و التعليم.

ب جمع المعلومات :مرحلة جمع المعلومات تبدأ بعد الاستقرار على موضوع أو فكرته الأساسية بشكل عام و تحديد الهدف منه، وقد تمتد حتى المراحل الأخيرة لتنفيذ البرامج من خلال الكتب و المراجع و النشرات والصحف و شبكة الدولية⁵ .

ج كتابة السيناريو :تتخذ كتابة السيناريو في القنوات الفضائية شكلين أساسيين أولهما النصوص الكاملة التي تستخدم عادة في البرامج الدرامية المتخصصة، حيث يكون بوسع الكاتب أن يتحكم في كل عناصرها و يحدد كافة تفصيلها من البداية حتى النهاية، وقد جرت العادة أن يكتب السيناريو الكامل أولاً شبه الكامل في شكل عموديين تنقسم الصفحة إلى قسمين على النحو التالي:

القسم الأول :يكون على يمين الصفحة، و يشمل ثلث المساحة فقط، و يخصص للصورة أو المرئيات، فإن هذا القسم يشمل عادة كل العناصر التالية :المناظر الديكورية، الأشخاص و سائل الكائنات الحية، الإكسسوارات، وشرح ما يجري من أحداث و الحركة و المادة الفيلمية و الشرائح و اللوحات و كافة الوسائل المرئية.

القسم الثاني :يقع يسار الصفحة ويستغل المساحة و حتى ثلثي الصفحة، و يخصص للصوتيات كالحوار والتعليق و المؤثرات الصوتية و الموسيقى الصوتية⁶ .

2تحديد الموضوع : هناك آلاف الموضوعات التي تصلح لأن تكون موضوعاً لبرامج التلفزيونية غير أن مهارات المعد و خبرته تبرز في انتقائه للأفضل منها و الأكثر أهمية سواء من جهة نظره أم من جهة نظر الجمهور والمجتمع أو من جهة نظر الوسيلة التي يعمل بها و سياستها، فالقدرة على انتقاء موضوع جيد هي أول خطوات النجاح، فالموضوع يمكن أن يكون حدثاً أو شخصية أو مشكلة من المشكلات أسوأ قضية مطروحة للمناقشة (سياسية، اقتصادية، فنية ثقافية...)

3تحديد الهدف : إن وضوح الهدف في ذهن معد البرنامج هو ثاني الخطوات في الإعداد الجيد له، إذ ينبغي أن يحد هل يسعى من برنامجه أن يعلم الجمهور بأشياء جديدة أو وقائع غائبة عنهم أي إن تركيز الحوار هو على المعلومات أمانة يريد كشف جوانب شخصية معينة أم أنه يطرح مجموعة الآراء وعلى الكاتب أن يسأل نفسه أولاً

ما الأهداف⁷. التي يريد تحقيقها من الحوار و ما هو الجمهور المستهدف، إن أي برنامج يجب أن يكون له هدف رئيسي و أهداف فرعية يسعى نحو تحقيقها.

4القراءة و البحوث في الموضوع: حين يستقر المعد على موضوعا البرنامج فانه يشرع في القراءة فيه و البحث عن المعلومات حرية و ينفي هنا أن يكون معد البرنامج ذو قراءة موسوعية فهو واسع الإطلاع، ليس هذا فقط بل إنه قادر على الحصول على المعلومة من أي مصدر فليست الكتب وحدها هي مصدر المعلومات حول أفكار البرامج، فهو يبدأ في القراءة حول الفكرة و البحث فيها من خلال الكتب والمطبوعات المختلفة، و كذلك من خلال التحدث مع الآخرين الذين يكون لهم صلة بالفكرة سواء بشكل مباشر أم غير مباشر في حدود الوقت المتاح.

5صياغة الأسئلة: بعد أن يحدد المعد موضوعه و أهدافه بدقة يكون و يكون على إلمام تام بجوانبه يبدأ بصياغة أسئلة التي ستشكل موضوع الحوار ومادته الرئيسية ووظيفة الأسئلة في البرنامج هي الحصول على المعلومات و الآراء و كافة الاستجابات الضرورية لتحقيق هدف البرنامج تماشيا مع متطلبات الجمهور، و هناك شروط تراعى عند صياغة الأسئلة منها ما يلي:

- وضوح السؤال من حيث المعنى و يتطلب ذلك دقة في اختيار الألفاظ وصياغتها

- تجنب الأسئلة التي يجيب عليها الضيف إجابات مختصرة بنعم أو لا وأن تكون أسئلة من النوع الذي يحفز الضيف على الحديث.

- تجنب الأسئلة الطويلة التي لا تعطي للضيف فرصة للتحدث

تجنب الأسئلة التي تربك الضيف أو تخجله إلا إذا كان ذلك هو المقصود من الحوار من أجل - إبراز سلبيات معينة.

- تجنب الأسئلة التي توحى بالإجابة، أو تلك التي تقوم على افتراضات مسبقة تجنب تكرار الأسئلة إلا عند رب الضيف من الإجابة عليها يمكن طرح السؤال بصيغة أخرى⁸.

6اختيار الضيوف: إن ضيف البرنامج هو الشخص الذي يتحاور معه المذيع حول موضوعا معين قد يكون هذا الشخص خبيرا أو مسئولاً تنفيذيا أو طالب أو موظف أو عاملا و قد يجمع الضيف بين أكثر من صفة.

7الاتصال و التنسيق : و هي المرحلة الأخيرة في إعداد البرامج و تتضمن الممارسات النهائية للمعد، كالاتصال بالمصادر والاتفاق معهم على تحديد وقت التصوير، والتنسيق مع فريق العمل كالمخرج و مقدم البرنامج و التواجد في مكان التصوير لمتابعة سير العمل وفقاً للطريقة المتفق عليها⁹.

2 مرحلة الإنتاج:¹⁰

وهي مرحلة التنفيذ الفعلي وتشمل :

1. إعداد الموقع والديكور وتحديد كوادرات التصوير .
2. تخطيط وتصميم وتنفيذ الإضاءة التي تسهم في بناء المشهد البصري، وإثراء لغة البرنامج، وتحقيق أهدافه .
3. تنفيذ عملية التصوير: وهي لغة التلفزيون في التعبير عن الرسالة الإعلامية أو الفنية، وهو الفن الذي يقوم بجذب انتباه المشاهد والسيطرة على حواسه، ويهدف التصوير الناجح المتميز إلى خلق رؤية مؤثرة وجذابة لموضوع التصوير والشئ الذي نصوره، وليس مجرد التعرف عليه أو نقل صورته، لأن قوة البرنامج وإمتاعه وتأثيره لا تأتي مما نصوره بل كيف نصوره .
4. وفي تنفيذ عملية التصوير تبرز مهنية المخرج ولمساته الساحرة في استخدام عناصر اللغة البصرية، للتعبير عن رسالة البرنامج وأهدافه .

*مثال: اختلاف زاوية التصوير: (الموضحة في الأشكال التالية)

على سبيل المثال فإن زاوية التقاط الصورة في الكاميرا بارتفاعها وانخفاضها تعطي معاني مختلفة، ومن ذلك مثلاً:

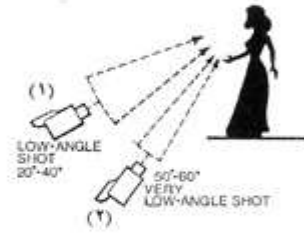
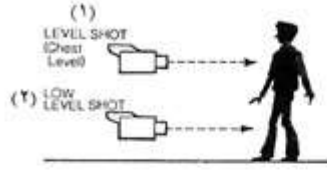
- أ. اللقطة ذات الزاوية المنخفضة للشخص تظهره أكثر طولاً وجلالاً وقوة، وتعزز من سيطرته داخل اللقطة .
- ب. اللقطة ذات الزاوية المرتفعة، حيث توضع الكاميرا أعلى الشخص المصور تظهره أقل من حجمه الطبيعي، وتعطي ظلالاً من ضعف الموقف والهزيمة .

وهكذا في سائر أدوات اللغة البصرية المعبرة في صناعة التلفزيون.

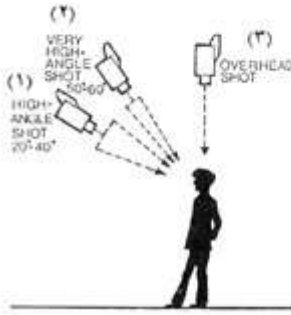
زاوية الكاميرا

لقطة مستوى النظر تكون عادة عند مستوى الصدر ويكون ارتفاع الكاميرا حوالي ١.٢ متر إلى ١.٨ متر للشخص الواقف. وحوالي ١.١ متر للشخص الجالس.

١ - لقطة مستوى الصدر
٢ - لقطة مستوى منخفض



١ - لقطة زاوية منخفضة ٢٠° - ٤٠°
٢ - لقطة زاوية منخفضة جداً ٥٠° - ٦٠°



١ - لقطة زاوية مرتفعة ٢٠° - ٤٠°
٢ - لقطة مرتفعة جداً ٥٠° - ٦٠°
٣ - لقطة رأسية (فوق الرأس)

أنواع زوايا التصوير بينها الشكل التالي :

3مرحلة ما بعد الإنتاج: وفي هذه المرحلة تجري العمليات الآتية:

- 1.تفريغ اللقطات المصورة، وفهرستها وتصنيفها والاختيار من بينها .
- 2.تنفيذ المونتاج، بجمع اللقطات المطلوبة في سياق متتابع حسب السيناريو.
- 3.تسجيل نص التعليق.
- 4.تسجيل المؤثرات الصوتية والموسيقى التصويرية .
- 5.مزج الصوت .
- 6.استخدام الجرافيك، مثل كتابة أسماء المتحدثين.

7.النسخ.

8.البث.

ويلاحظ أن كل عنصر من هذه العناصر له قواعد فنية وإبداعية خاصة، ولغة أداء مميزة، تصنع الفرق بين

مخرج ومخرج، وبرنامج وبرنامج

قائمة المراجع:

-
- ¹ سعد لبيب، التخطيط التلفزيوني في دولة الخليج، الرياض، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيون الخليج، 1985، ص11
 - ² محمد كحط عبيد الربيعي : الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية (المضامين والأشكال والتلقي)دراسة تحليلية وميدانية لنماذج مختارة من القنوات الفضائية) رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك ،ص 37
 - ³ سليم عبد النبي :الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1 ، عمان، 2010 ، ص189
 - ⁴ محمد جمال الفار :المعجم الإعلامي، دار اسامة للنشر ، ط1 ، 2006، ص 66
 - ⁶ ماجي الحلواني :مدخل إلى الفن الإذاعي و التلفزيوني الفضائي، عالم الكتب، القاهرة، 2002 ، ص67
 - ⁷ سعيد أحمد طارق الخلفي :فن الكتابة الإذاعية و التلفزيونية، دار الجامعية للطبع و النشر مصر، 2011 ، ص ص147 ،
 - ¹ .سعيد أحمد طارق الخلفي، نفس المرجع، ص ص148، 149،
 - ⁹ حسين دبي الزويني مرجع سبق ذكره ، ص 24
 - ¹⁰ فهم بن عبد الرحمان الشميمري : التربية الإعلامية كيف نتعامل مع وسائل الإعلام ،