

الأكاديمية العربية الدولية



الأكاديمية العربية الدولية
Arab International Academy

الأكاديمية العربية الدولية المقررات الجامعية

الحقوق جميعها محفوظة للناسر

حقوق الملكية الأدبية والفنية جميعها محفوظة لدار الكتاب الجامعي العين. ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملاً أو جزءاً أو تسجيله على أشرطة تسجيل أو إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على أسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناسر خطياً.

Copyright ©
All rights reserved

📖 الطبعة الأولى 📖

1435 هـ - 2014 م



دار الكتاب الجامعي

عضو جمعية الناشرين الإماراتيين

عضو اتحاد الناشرين العرب

عضو المجلس العربي للموهوبين والمتفوقين

العين - الإمارات العربية المتحدة

ص. ب. - ١٦٩٨٢ - فاكس - ٧٥٤٢١٠٢

هاتف: ٧٥٥٤٨٤٥ - ٧٥٥٦٩١١ (٣) (٩٧١)

هاتف - بيروت : ٢٤ ٢١ ٣١ (٣) (٩٦١)

bookhous@emirates.net.ae

www.bookhous.com

tbourji@yahoo.com

المحتويات

الموضوع	الصفحة
المقدمة	15
نبذة عن الكاتب	17
الفصل الأول: وسائل الإعلام	
19	
22	خصائص الجمهور الديموغرافية
24	وسائل الإعلام الإلكترونية
26	التلفزيون والجمهور
29	الراديو والجمهور
33	جمهور الإنترنت
33	المادة المعلوماتية
33	المادة الخاضعة للرقابة
36	المادة المثيرة للجدل
الفصل الثاني: العناصر الأساسية للإنتاج	
41	
43	التلفزيون
43	الاستوديو
44	حركة الكاميرا
47	عدسات الكاميرا
48	لقطات الكاميرا
51	تقنيات غرفة التحكم والمونتاج والتحرير
57	الصوت

57	الراديو
58	المايكروفون
61	المؤثرات الصوتية
64	الموسيقى
67	بعض المصطلحات والتقنيات الموسيقية والصوتية
69	الاستوديو
70	غرفة السيطرة
70	مصطلحات إذاعية إضافية
71	التطبيق والمراجعة
71	التلفزيون
71	الراديو

73 الفصل الثالث: صيغة النص والأسلوب

73	الهيئة
76	النص
77	النص التلفزيوني
79	الفيلم
80	النص الإذاعي
86	الأسلوب
86	الكتابة للعين والأذن
88	البساطة
89	القواعد
91	التقديم
91	صيغ الاختصار
92	الجنس (التذكير والتانيث)
92	الدقة والبحث
94	الكمبيوتر
97	أنواع البرمجيات

97	البرامج وشكل النص
99	الكمبيوتر والأخبار
100	استخدام الكمبيوتر في الإنتاج

101 الفصل الرابع: الإعلانات التجارية واللاتجارية

104	الاعتبارات الأخلاقية
105	طول الفترة الزمنية ومكان عرض الإعلانات التجارية والإعلانات غير التجارية
106	هوية المحطة
107	الإعلانات غير التجارية
110	أساليب كتابة الإعلانات
112	التقنيات
113	تحليل المتلقي
114	التعرف على المنتجات
114	الإغراءات
115	الوسيلة الأخلاقية
116	الأساليب العاطفية
123	تنظيم الإعلانات التجارية وغير التجارية
126	الألواح القصصية التلفزيونية
130	البيئات الإعلان
130	البيع المباشر
132	الشهادة والتقدير
136	الفكاهة
138	الموسيقى
140	درامية الإعلان
147	مزج البيئات
152	الاعتبارات الخاصة
153	التطبيق والمراجعة

155 الفصل الخامس: الأخبار والرياضة

155	الأخبار
156	مصادر الأخبار
158	الأسلوب
166	التقنية
169	الموضوعية
171	الدقة
172	الشخصية
173	التنظيم
174	الصيغة العامة
186	المنهج
195	الجانب السمعي في الراديو
195	المؤثرات البصرية في التلفزيون
196	إعادة الكتابة
199	اعتبارات خاصة
200	اعتبارات قانونية
204	الرياضة
204	أنواع برامج الرياضية
205	التنظيم
207	النقل المباشر
212	التطبيق والمراجعة

213 الفصل السادس: برامج التحقيقات والبرامج الوثائقية

216	تقنيات الكتابة
217	الشكل
218	الطريقة
219	المعالجة
220	التقنية
221	التحقيقات : التطبيق

233	البرامج الوثائقية
234	أنواع البرامج الوثائقية
234	وجهة النظر
239	البنية
241	السير الشخصية
253	البرامج الوثائقية القصيرة
259	الاعتبارات الخاصة
262	التطبيق والمراجعة

236 الفصل السابع: برامج الحوار والمقابلات

265	المقابلات
265	أنواع المقابلات
266	الإعداد
274	البحث
276	التصميم العام
282	بنية البرنامج
284	التقنية
285	بعض الاعتبارات الإنتاجية
286	التصميم العام لبرامج المعلومات
286	المقابلات الترفيهية
287	المقابلات الإخبارية
292	برامج الحوار
292	الطريقة
294	أنواع برامج الحوار
301	الخطابات
303	اعتبارات خاصة
303	برامج المرأة
308	البرامج الموجهة للأقليات العرقية

314	التطبيق والمراجعة
-----	-------------------

315 الفصل الثامن: برامج الموسيقى والمنوعات والكوميديا

317	البرامج الموسيقية الإذاعية
318	أشكال البرامج الموسيقية
319	جوهر الموضوع
322	التظيم والتقنية
325	برامج الموسيقى الشعبية
328	البرنامج الموسيقي الكلاسيكي
328	البرامج الموسيقية التلفزيونية
333	برامج المنوعات والكوميديا
334	أنواع البرامج
335	الطريقة والتظيم
336	الكوميديا
342	التطبيق والمراجعة

343 الفصل التاسع: برامج الشركات والبرامج الثقافية وبرامج الأطفال

346	إنتاج البرامج الصناعية
346	الأهداف
350	المخطط التمهيدي للبرنامج
351	البحث
351	الإنتاج
352	تقويم البرنامج
353	تقنيات الكتابة
359	التطبيق: التدريب الداخلي باستخدام الفيديو
	التطبيق: التدريب الداخلي باستخدام الصور الفوتوغرافية (الاسلايدات)
372	والتعليق الصوتي

380	التطبيق : أفلام عن بعض الاختصاصات المهنية
389	التطبيق : سلسلة أفلام تدريبية وتعليمية
440	التطبيق : أفلام عن المعلومات الخارجية والعلاقات العامة
415	البرامج التعليمية الرسمية
416	طريقة الإعداد
418	التقنيات
424	برامج الأطفال
424	طريقة الإعداد
425	التصميم العام
425	أسلوب الكتابة
426	نموذج النص
431	التطبيق والمراجعة
433	الفصل العاشر: التمثيلية
435	المصادر
438	البناء
441	مفاهيم الكتابة المسرحية
442	الوحدة
443	الحبكة
446	الشخصية
448	الحوار
450	المرض الاستهلاكي
450	الإعداد
451	الجو العام
452	تطوير النص
453	السيناريو والمعالجة
456	تحليل النص
456	تحليل الأعمال الدرامية

456	الدراما السينمائية
457	التمثيلات المسجلة
468	الأنواع الخاصة من المسلسلات التمثيلية
468	المسلسلات الميلودرامية التي تعالج مشاكل الحياة اليومية
471	المسلسلات الصغيرة
472	كوميديا المواقف
473	الصور المتحركة
474	البرامج الواقعية
481	الاعتبارات الخاصة
481	برامج الأطفال
482	برامج المرأة
483	التزمت العنصري والعرقى
484	المشاكل والاحتمالات

487 الفصل الحادي عشر: وسائل الإعلام الحديثة

492	تداخل التقنيات
494	الطريقة
496	المعالجة
498	التقنية
498	التلفزيون
499	الإذاعة
500	الفيلم السينمائي

509 الفصل الثاني عشر: فرص الاختلاف

514	كتابة النصوص التمثيلية
519	كتابة الدعايات التليفزيونية
521	الأخبار
525	وسائل الإعلام المتحدة

527	تقديم المقترحات
528	عروض ومساومات بيع النصوص
530	حقوق النشر والتأليف
534	الإعداد الجامعي
537	قائمة بالمصطلحات والمختصرات
549	مصادر مختارة

مقدمة المترجم

اعتمد تنقيح الطبعة السابعة من كتاب "الكتابة للتلفزيون والراديو" - كما في الطبعة السابقة - على ملاحظات واقتراحات مستخدمي الكتاب - وبشكل خاص أساتذة الكليات والجامعات في الولايات المتحدة وخارجها والطلاب والمتخصصين الذين استخدموا الكتاب كمنهج دراسي أو كمرجع.

وفي هذه الطبعة حاولت أن أحافظ على المبادئ الأساسية، واقتراح تطبيقات لكل صيغة سمعية أو مرئية مقدمة في الكتاب - وهذا ما جعل من كتاب "الكتابة للتلفزيون والراديو"، المرجع الأساسي الرائد في مجاله منذ نشره لأول مرة عام 1962.

ويتمثل الاختلاف الرئيسي في هذه الطبعة في إضافة فصل عن وسائل الإعلام الجديدة وبشكل خاص، الإنترنت، حيث أخذت كتابة البرامج للإنترنت بالتطور سريعاً، وسيجد العديد من الطلاب الذين يهيئون أنفسهم لمهن الكتابة والإنتاج للتلفزيون والراديو والسينما في وقت ليس بالبعيد جداً أنهم يقومون بهذه الأعمال الكتابية للإنترنت. ومن هنا فقد وضعت أسس وتقنيات كتابة المسرحية وكوميديا الموقف والأخبار وأشكال الكتابة الأخرى لتلائم الإنترنت. ولا يتطرق هذا الكتاب إلى كتابة البرامج الجاهزة للحاسوب والتي تعتبر الآن برامج تقليدية.

يتناول الفصل الثاني "وسائل الإعلام الجديدة" ويبحث في المتطلبات الخاصة بالإنترنت والتي تحتاج لإحداث تكيف في صيغ النصوص الإذاعية والتلفزيونية والسينمائية، وتم حذف بعض المواد التوضيحية والقديمة من هذه النسخة، ولكن لم تحذف أي مادة أساسية لتعلم قواعد الكتابة لوسائل الإعلام. وظلت المادة الخاصة بالكتابة لفئات معينة من الجمهور مثل المادة المخصصة للفئات العرقية أو للنساء أو للأطفال كما هي على أمل أن يكون الطلاب أكثر إدراكاً لتعدد ثقافات المجتمع الذي يعيشون فيه. لقد احتفظ الكتاب بشكله ومحتوياته الثابتة في كل فصل بحيث يمكن للمدرسين تعيين الفصول كواجبات دراسية وفق الترتيب الذي يرونه مناسباً للمنهج الدراسي الخاص بكل منهم. وأود أن أنبه الطلاب إلى مبدأ أساسي بالنسبة لهذا الكتاب وهو أن الخلق والإبداع لا يمكن تعلمهما مثلما أن المهوية لا تُدرس، بل إن المبادئ الأساسية والتقنيات هي التي تدرس. فإن كنت ستخصص

الوقت والطاقة والجهد اللازم لتعلم الطرق الأساسية لكتابة المواد الخاصة بوسائل الإعلام بمختلف صيغها وأشكالها، فسيكون بمقدورك كتابة نص مناسب بل وحتى نص جيد لأي برنامج إذاعي أو تلفزيوني. وإضافة إلى ذلك فإن كنت موهوباً في الكتابة ومصمماً على استخدام هذه الموهبة مع معرفة قواعد وتقنيات الكتابة الأساسية وبذل الجهد اللازم لذلك، فستقدم إسهاماً مهماً لجمهورك وللصناعة الإعلامية، وقد تفوز بجائزة مهنية قيمة على المستوى الوطني أو الدولي.

ولا تنسى وأنت تقوم بكل ذلك أن الإذاعة والتلفزيون - بما تملكه من وسائل الاتصالات كالبرقيات والأقمار الصناعية والآن الإنترنت - هي من أكثر القوى فاعلية وتأثيراً على عقول ومشاعر بل وحتى على أفعال وسلوكيات البشر. وهذا سيمنحك باعتبارك كاتباً متخصصاً لوسائل الإعلام، سلطة عظيمة، سواء رغبت بذلك أو لم ترغب، ومع السلطة تأتي المسؤولية. ومن خلال السلطة، ستتمكن بشكل أساسي من خدمة مصالح وسائل الإعلام ومصالح الجمهور أفراداً وجماعات. إذ يمكن من خلال تأثير وسائل الإعلام المختلفة خلق عالم أفضل من هذا العالم لكل الناس الذين يعيشون فيه.

وأود أن أعبر عن شكري لمساعدة ريان مشلي وباقي موظفي شركة ودسورت لي في نشر هذه الطبعة من الكتاب. مع تمنياتي بتحقيق المزيد من النجاح للناسر المتقاعد بيلى هايدن، وأقدم شكري أيضاً إلى "روني عولد" من (مطبعة فوريس مل) للإنتاج لطباعته الممتازة. وأشمن كذلك مساعده طالبتى "سيسيلنا نورد" في كتابة الفصل الخاص بوسائل الإعلام الجديدة. وكذلك أشكر مساعدي "توماس ديفس" لقيامه بتجميع الأجزاء المنقحة وأتقدم بشكري كذلك للتالية أسماؤهم أدناه لاقتراحاتهم وملاحظاتهم القيمة لهذه الطبعة المنقحة وهم:

- باتريشيا من جامعة انجيلو الرسمية
- رتم انجلاند من جامعة ساوثوست تكساس الرسمية
- نيل غولدشتاين من كلية مونتميري كاونتي كميونتي
- سي بنجامين هيل من جامعة تكساس وسليان

روبرت إيل. هليارد

جامعة كمبرج، ماساشوستس

نبذة عن الكاتب

بدأ روبرت هيلارد مهنة الكتابة لوسائل الإعلام عام 1943 كمراسل رياضي. وبعد الخدمة في الحرب العالمية الثانية أصبح كاتباً ومذيعاً في الإذاعة ثم كاتباً ومخرجاً في مجال التلفزيون في سنواته. وقبل تحقيق الربط بين محطة التلفزيون الوطنية، أعد وأخرج أول عمل درامي على شبكة تلفزيون الغرب الأوسط. وبينما كان يعمل في وسائل الإعلام في نيويورك، بدأ هيلارد إعطاء أول دروس عن التلفزيون في كلية بروكلين، ووضع المنهج الدراسي الخاص بالمواد الإذاعية والتلفزيونية لجامعة (ادلني) حيث أعطى محاضرات عن الكتابة أصبحت فيما بعد المادة الأساسية لكتاب "الكتابة للإذاعة والتلفزيون" الذي نشر لأول مرة عام 1962 واعتبر أحد أفضل عشرة كتب ألقت عن الكتابة. وفيما بعد عمل كمحاضر في مجال عن الإذاعة والتلفزيون في جامعة (نورث كارولينا).

وأضنى (هيلارد) خمسة عشر عاماً في هيئة الاتصالات الفدرالية FCC في واشنطن العاصمة كرئيس لقسم البرامج الإذاعية التعليمية. وعمل أيضاً رئيساً للجنة الإعلام الفدرالية التي تربط 25 وكالة فدرالية تقوم بنقل الأخبار إلى البيت الأبيض، وترأس وسائل إعلام فدرالية وهيئات تعليمية أخرى.

وأصبح في عام 1980 عميداً لكلية امرسون للدراسات العليا ويعمل حالياً أستاذاً للفنون الإعلامية. وقد عمل سابقاً أيضاً ضابطاً وعضو مجالس ولجان ومديراً لعدد من المنظمات المهنية، وكان عضواً فعالاً في النشاطات الاجتماعية، إذ عمل كعضو لجنة لوكالة ماساشوستس للاتصالات عن بعد، وعضو مجلس أكاديمية نيوانجلاند للفنون والعلوم التلفزيونية، ورئيساً لجمعية كمبرج، وعضو مجلس رؤساء مؤسسة ارمسترونج للبحوث التذكارية.

وحصل هيلارد على شهادة البكالوريوس في الآداب من جامعة ديلاور، وعلى شهادة الماجستير في الآداب وفي الفنون الجميلة من جامعة ويسترن ريزرف، وعلى شهادة الدكتوراه من جامعة كولومبيا. وقد نشر 25 مؤلفاً عن وسائل الإعلام، من بينها كتاب "قرن البث الإذاعي" بمشاركة المؤلف "ميشل كيث" وهو عن مسيرة الإذاعة والتلفزيون الأمريكية، وكتاب "نظام البث الإذاعي العالمي"، وكتاب

موجات الحقْد: تنظيم الحقوق الراديكالية". وقد عين مستشاراً للحكومة وللصناعة الإذاعية والتلفزيونية والتعليم في الولايات المتحدة وخارجها نظراً لعمله الطويل في الاتصالات لخدمة السلام العالمي وتوفير الفرص المتساوية والعدالة الاجتماعية للجميع. وألقى محاضرات في مختلف دول العالم، ونشر العديد من المقالات، وألقى مئات المحاضرات الجماهيرية عن إمكانيات ومسؤوليات وسائل الإعلام ومن ضمنها توظيفها في خدمة الشؤون العالمية وفي التعليم.

الفصل الأول

وسائل الإعلام

The Mass Media

خلال عملية الكتابة للإذاعة والتلفزيون، ينعزل الكاتب بمفرده في غرفة مع الآلة الكاتبة أو مع معالج الكلمات (الكمبيوتر). ومع هذا، يجب أن تصاغ كل كلمة وكل صورة بصرية على أساس اعتبارات تتعلق بآلاف أو حتى ملايين الناس من مستمعين أو مشاهدين. فعندما تكتب لوسائل الإعلام فإنك تكتب لجمهور غفيرة من المستمعين والمشاهدين، وعليه فيجب أن تكون طبيعة هذا الجمهور باستمرار في مقدمة الأمور التي تفكر بها وتكون دليل عملك.

وعلى الرغم من أن الملايين قد تسمع إلى ما كتبت أو تشاهده، فإن المتلقين قد يكونون أفراداً أو مجاميع صغيرة كعائلة مجتمعة في غرفة المعيشة أو مجموعة من طلاب المدرسة أو بعض طلاب كلية مجتمعين في غرفة من غرف القسم الداخلي للطلاب، وقد يكون المتلقي شخصاً في حافلة أو طريق خارجي أو شخصاً وحيداً في غرفة نومه أو في سيارته. ويكون جمهور الإنترنت أكثر انفرادية - حيث أن كل شخص يجلس أمام كمبيوتر. إذن يجب أن تأخذ في اعتبارك بأنك تكتب في آن واحد لفرد واحد ولمجموعة صغيرة من الناس يشتركون في أشياء كثيرة، ولمجموعة كبيرة من الناس لا يشتركون في شيء (تختلف مشاربهم).

إنه من الصعوبة بمكان الوصول إلى مثل هذا الجمهور بشكل فعال ومؤثر، لأنه ليس جمهوراً مقيداً. فجمهور الإذاعة والتلفزيون عادة ما يكون حراً في اختياره لما يعرض على الهواء مباشرة، إذ بإمكانه أن يضغط زراً أو يحول المحطة إلى شيء آخر، إن لم يعجبه ما يشاهده أو يسمعه، على عكس جمهور المسرح والسينما الذي يدفع أجرة الدخول ولا يمكنه الخروج إلا إذا كان ما يقدم ممللاً أو مزعجاً إلى حد كبير وعادة ما يكون الناس الذين يذهبون لمشاهدة مسرحية أو فيلم على علم بما سيشاهدونه عن طريق قراءة نشرة عن العمل أو عن طريق الإعلانات وعلى الرغم من أن بعض مشاهدي التلفزيون يختارون بعناية البرامج التي يشاهدونها، فإن أغلبيتهم يختارون أنماطاً معينة من البرامج (المسلسلات التمثيلية الميولودرامية، كوميديا المواقف العائلية) أو المسلسلات أو نشرات الأخبار المحلية والعامية وذلك بحكم العادة. ويتحول الكثير من الناس إلى برنامج آخر إذا كان البرنامج الذي يشاهدونه لا يستحوذ على اهتمامهم، أو قد يتابعون برنامجاً بشكل متقطع وبلا حماس بحيث يفوتهم بعض من مضمونه، أما من وجهة نظر محطات التلفزيون، فإن أهم ما لديها هي الإعلانات التجارية. وهذا ينطبق على مستمعي الراديو. فقد يضبط المستمع جهاز الاستقبال ليستمع إلى موسيقى معينة أو حوار إذاعي، فإن لم تكن الموسيقى أو موضوع النقاش هو بالضبط ما يريد سماعه في تلك اللحظة، فمن السهل عليه أن يحوله إلى شيء آخر أكثر إمتاعاً. وقد ينتقل المشاهدون والمستمعون بشكل عشوائي من محطة إلى أخرى حتى يجدوا شيئاً يستحوذ على اهتمامهم. ولمستخدمي الإنترنت مجال أوسع للاختيار من مستخدمي التلفزيون والراديو. فبينما يتوفر لمستخدمي الراديو والتلفزيون مئات القنوات ليختاروا منها، يتوفر لمستخدمي الإنترنت الآلاف من المصادر ليختاروا منها عبر الشبكة العالمية.

ماذا يعني كل هذا للكاتب الإذاعي والتلفزيوني؟ إنه يعني أن على الكاتب أن يستحوذ على اهتمام المستمع بأسرع وقت ممكن. ويجب أن يكون لكل كلمة ولكل صورة هدف السيطرة والاستحواذ على اهتمام الجمهور. ويجب على الكاتب كذلك أن يتأكد من عدم وجود فقرات زائدة لا علاقة لها بالموضوع في النص. كما يجب أن تكتب النصوص بشكل مباشر وبوضوح وببساطة.

إن الجمهور المهتم بوسائل الإعلام مختلف ومتنوع كما هو حال سكان أي مجتمع

حيث تتباين الخلفيات السياسية والاجتماعية والثقافية والحالة الاقتصادية والعقائد الشخصية وآراء ورغبات الجمهور المشاهد لبرامج التلفزيون. وبما أن الراديو محدد بموقع معين ومجزأ، فسيكون جمهور المحطة الإذاعية متقارب الآراء ومتجانس إلى حد كبير.

ويحاول المنتجون والمعلنون الوصول إلى اهتمام أكبر شريحة ممكنة من جمهور المشاهدين والمستمعين والاستحواذ على اهتماماتهم لأن الاعتبارات المادية وليس الاعتبارات الفنية والاجتماعية هي التي تحكم القرارات الخاصة بإعداد البرامج ومضامينها في الإعلام الأمريكي. أما بالنسبة للتلفزيون، فإن أسهل وأكثر الطرق فاعلية للقيام بهذا هو إيجاد أصغر قاسم مشترك Less Common Denominash. وهو يستخدم لوصف هذا الاعتماد على أدنى صفة مشتركة عامة كأساس في تخطيط البرامج. وعلى الرغم من تزايد بث البرامج الخاصة - برامج موجهة لشريحة خاصة من المستمعين، مما يعكس تزايد عدد البرامج ومصادر البث مثل أنظمة الكابلات المتعددة القنوات وشبكات البث الإذاعي المتعددة - فإنه يبدو إن الهدف الرئيس لمنتجي التلفزيون ما يزال إلى حد كبير يتمثل في تقديم مادة لا تزعج ولا تسيء لأحد.

إن أكثر البرامج شعبية هي كوميديا الموقف، وبرامج المغامرات والحركة والمسلسلات التمثيلية الميلودرامية - تسير على هذا النهج. أما البرامج التي تحاول معالجة الأفكار بعمق أو تقديم مواد مثيرة للجدل فلا تستمر طويلا. وهناك بعض الاستثناءات لبرامج استمرت فترات طويلة وطرحت قضايا اجتماعية وقانونية مهمة مثل برنامج (ستون دقيقة) الذي يطرح قضايا الساعة المهمة لكن بدرجة إثارة معتدلة، وبرنامج (ماشي) وبرنامج (هيل ستريت بلوز) وقانون لوس أنجلوس. في منتصف التسعينات من القرن العشرين، حيث سادت في الحياة السياسية والاجتماعية الأمريكية مفاهيم (أيديولوجيات) متضاربة، ظهرت بعض البرامج مثل (الحوارج الودية) التي حاولت التعرض لهذه القضايا بحدة مما جعل العديد من المشاهدين يبتعدون عنها ويخشون مشاهدتها، وبرنامج (القانون والنظام) الذي جذب المشاهدين لتقديمه القضايا الرئيسية مع قدر معقول من مشاهد الدم والعنف. كان كلا البرنامجين ممتازين لتقديمهما جانبيين وربما عدة جوانب - من القضية.

وعلى الرغم من كونه محافظا في الأفكار والآراء، فإن التلفزيون يبدو أقل تحفظا بالنسبة إلى السلوك الاجتماعي في نهاية القرن العشرين، حيث أصبح العُري

الجزئي واللفة البذيئة مقبولان في عروض التلفزيون، في الولايات المتحدة، يتمثل هذا في أول برنامج طالب يمثل هذه الأمور ضمن سياق عمل درامي مكتوب بشكل جيد وحصل على درجة عالية من النجاح بسبب ذلك هو برنامج "NYPD بلو".

لقد تطورت البرامج التي تقدم آراء مثيرة للجدل والخلاف في التلفزيون بشكل أبداً مما هي عليه في الراديو. فتطورت بسرعة في التسعينات برامج مثل (كلوتر أوف دوناو)، وبرنامج (أوبرا وينفري) وبرنامج (لاري كنج على الهواء)، ومما شجع هذه البرامج الاتجاهات السياسية المحافظة للأمة الأمريكية حيث جلبت الشهرة والسلطة لمعلقين غير نزيهين أمثال رش لمبو، وفي منتصف التسعينات طغت على محطات الإذاعة والتلفزيون وشبكات البث المختلفة - المحلية والوطنية برامج تناقش المشاكل السياسية والاجتماعية على الهواء، بالإضافة إلى ذلك حققت برامج "الواقعية" التي تستخدم طرق مناهج البرامج الوثائقية والتحقيقات الإخبارية نسباً عالية من النجاح. ورغم ذلك لا تحقق البرامج الجادة مثل تلك التي تقدم الأخبار بتفاصيلها والبرامج التي تتناول القضايا المهمة التي تمس الوضع الحالي بموضوعية نسب نجاح عالية. فمعدل التقدير الذي تحصل عليه برامج هيئة التلفزيون العامة PBS التي تطرح مثل هذه الأفكار والمعلومات المهمة هو "3". ومعدل تقديرات البرامج التجارية التي لا تثير قضايا جدلية هو "12" فمثلاً برنامج (تي في نيشن) لميشل مور والذي يسخر فيه من بعض المؤسسات والأفكار المحرم المساس بها في الولايات المتحدة والعالم والذي حاز على جائزة (ايمي) ونال استحسان النقاد، ألفته شبكتا (CBS) و(فوكس) التلفزيونيتين على الرغم من وصول آلاف الرسائل المؤيدة للبرنامج من الجمهور.

خصائص الجمهور (الديموغرافية) Demographics

إن جمهور الراديو ليس متنوعاً كتنوع جمهور التلفزيون، فعندما اختفت في الخمسينات شبكة محطات البث الإذاعي الشبيهة بشبكة محطات التلفزيون الحالية بسبب استحواد التلفزيون على أغلب النجوم والبرامج الجذابة، ومن أجل أن يحافظ الراديو على البقاء فقد اختار التجزئة إلى محطات تخاطب جماهير محلية. وقامت المحطات بشكل منفرد بتطوير أنماط معينة من البرامج الموجهة إلى مجموعات مستهدفة من المستمعين.

إن تركيبة الجمهور المحتمل لبرنامج أو محطة معينة هو ما يطلق عليه بخصائص الجمهور الديموغرافية demographics والتي تشمل العمر والجنس والمنطقة.

وتتضمن بعض الدراسات الديموغرافية أكثر من ذلك فتبحث في المهنة والوظيفة والدخل والثقافة. وعندما تتضمن الدراسة البحث في معتقدات ومواقف وسلوكيات المستمعين - مثل الانتماء السياسي، والدين وموقع أسواق المستمعين والمُشاهدين والعلامة التجارية المفضل شراؤها لكل منهم فإنها تأخذ طابع الدراسة السايكولوجية. إن ظروف ورغبات الجمهور هذه هي التي تحدد نوع الكتابة التي تروق لكل فئة منهم، بالإضافة إلى نوع الخدمات والمنتجات التي يفضلون شراؤها أكثر من غيرها. وتكون دراسات خصائص جمهور الراديو في بعض الأحيان أكثر دقة من تلك الدراسات الخاصة بجمهور التلفزيون، لأن الراديو يعتمد كلياً في الواقع على الموسيقى - باستثناء بعض المحطات التي تقدم جميع أنواع البرامج، والمحطات المتخصصة ببرامج الحوارات والمناقشات والمحطات المتخصصة بالأخبار فقط والمحطات المتخصصة بالرياضة، وبعض المحطات المتخصصة في مجالات أخرى - وكل محطة تحاول أن تعد برامج لمجموعة محددة من المستمعين الذين يجذبهم نوع معين من الموسيقى أو البرامج. وتقوم محطات البث الإذاعي بتجزئة جمهورها المتوقع وفق ما قد يرغبون سماعه في مكان معين (البيت، العمل، السيارة) أو وفق وقت معين من النهار أو الليل.

إن أنواعاً وأنماطاً معينة من البرامج التي تحقق نجاحاً كبيراً تحفز على تكرارها، فعندما نجح برنامج (هيل ستريت بلوز)، حقق عدد من البرامج المماثلة له مثل برنامج (البوليس السري) نجاحاً منقطع النظير. وقد سادت الكتابة المعتمدة على الصيغ التقليدية معظم المسلسلات التلفزيونية. وبعد دراسة أجريت قبل عشرين عاماً عن التنافس والمسؤولية في شبكة البث التلفزيوني، أعلنت هيئة الاتصالات الفدرالية أنه: "على العموم، تعتمد كتابة أحداث المسلسلات التلفزيونية وإنتاجها على الصيغ التقليدية - توافق عليها أولاً الشركة المسؤولة عن شبكة البث وكبار المعلنين في تلك الشبكة - حيث يعينون الشخصيات ويحددون الفكرة والحدث والموضوع وفق الصيغ التجارية القياسية" وقد بقيت الأمور على حالها دون تغييراً.

وهناك استثناءات، فبعض البرامج المنفردة تقدم حلقات منفردة راقية وذات

جودة عالية. وقد كانت بعض المسلسلات القصيرة ممتازة (وكان البعض الآخر منها رديئاً). وربما تسنح الفرصة للكاتب الإذاعي أن يطور كتاباته لتكون ذات قيمة فنية عالية بالإضافة إلى تطوير إمكانياته في تقنيات الكتابة المعتمدة على الصيغ التقليدية.

وسائل الإعلام الإلكترونية The Electronic Media

لقد استخدمنا حتى الآن بشكل رئيس مصطلحات الراديو والتلفزيون. فماذا عن أفلام التلفزيون؟ ماذا عن الكوابل؟ هل هناك فرق بين نص معد لقناة بث كابلية تبث برامجها عند دفع رسم معين وبين نص معد لقناة بث كابلية محلي؟ وهل هناك حاجة لطريقة كتابة مختلفة للمادة التي تبث عبر الأقمار الصناعية؟ وكيف يكون شكل الكتابة لأنظمة الألياف البصرية المحورية التي يمكنها نقل عدد من القنوات أكبر مما يمكن أن تنقله أسلاك الكوابل المحورية؟ وماذا عن أنظمة وسائل الإعلام الإلكترونية الأخرى؟

إنه لا علاقة لتنوع وسائل البث بأسلوب الكتابة، وكما قالت جرتروود شتاين، فإن الكتابة هي الكتابة. فنوع التكنولوجيا المستخدمة في إرسال واستلام الإشارات السمعية والمرئية لا علاقة لها بالموضوع، فصيغة البرنامج الأساسية هي نفسها.

وقد تختلف صفات وخصائص الجمهور المشاهد لقناة بث كابلية محلي وقناة بث إذاعي لمحطة محلية أو قناة يستلم بثها صحن استقبال فضائي منزلي. وتختلف المادة المسموح ببثها على محطات البث المباشر عن المادة التي يمكن مشاهدتها على قناة "البالغين" لقاء دفع مبلغ معين، إلا أن تقنيات كتابة البرامج لا تختلف.

لذلك، لم يتم التمييز في هذا الكتاب بين الكتابة للبث الإذاعي أو الإرسال الكابلي أو الإرسال عبر الأقمار الصناعية، فيما عدا بعض الحالات التي تفرض فيها الاختلافات الديموغرافية أو بعض الاعتبارات الخاصة الأخرى صيغاً وتقنيات مختلفة. ويستخدم مصطلح تلفزيوني هنا لوصف كل ما يكتب لوسائل الإعلام المرئية، ويستخدم مصطلح الراديو لوصف كل ما يكتب لوسائل الإعلام السمعية.

أما تقنيات الإنتاج فأمرها مختلف. ويجب أن يعرف الكاتب عناصر الإنتاج

ليفهم ما يمكن أن تفعله كل وسيلة من وسائل الإعلام، ويجب عليه أن يعرف كيف يكتب بشكل محدد للعين والأذن، بالإضافة إلى تمكنه من استخدام الكلمات ببراعة - فمثلاً تختلف صيغة الفيلم التلفزيوني عن صيغة أفلام الأشرطة لغير أغراض البث، فهناك اعتبارات تنطبق على البرامج المسجلة على الأشرطة المعدة للتداول تختلف عن تلك التي تناسب البرامج الحية التي تسجل بحضور الجمهور في الاستوديو، (عرض كوسبي هو مثال عن البرامج الحية). وتوجد اختلافات جوهرية بين إنتاج الاستوديو والإنتاج الميداني. فضمن كل صيغة من صيغ الإنتاج تنعكس الطرق الفنية والعملية المختلفة لتتبع تقنيات الإنتاج التي توفرها المعدات والأساليب التقنية المختلفة. يجب على الكاتب أن يفهم ويستخدم عناصر الإنتاج كما يفهم الرسام ويستخدم أنواع الفرش والأقمشة والأصباغ. وسنتناول شرح أدوات الكاتب الأساسية في الفصل الثاني.

وفي السنوات الأخيرة، أخذ عدد من مشاهدي ومستمعي البرامج المسموعة والمرئية التي تبثها وسائل الإعلام الجديدة، وبشكل خاص الإنترنت، بالتزايد بسرعة مذهلة. وعلى الرغم من تطور التقنيات الأخرى التي ظهرت بعد الراديو والتلفزيون مثل الكوابل والأقمار الصناعية التي تعرف بـ "وسائل الإعلام الجديدة"، وهي في الأساس عبارة عن أنظمة بث. ولا تختلف في النواحي الفنية الأساسية عن وسائل الإعلام القديمة فيما عدا اختلافها في البرمجة بمعناها الواسع - مثل إعداد البرامج الموجهة لمجموعات معينة من المستمعين، أي أنها نادراً ما تتطلب تقنيات كتابة خاصة أو مختلفة لبرامجها. إنها تقوم فقط ببث البرامج وذلك بتقديم خدمة إضافية بدلاً من بثها عن طريق التلفزيون.

الأمر مختلف بالنسبة للإنترنت، إذ يتم وضع معايير سيكولوجية وفنية وتقنية خاصة يجب أن يفهمها ويستخدمها الكاتب في إعداد نصوص يكون لها أعظم تأثير في وسيلة الإعلام الحديثة هذه. ومن هذا المنطلق يكون إعداد البرامج للإنترنت بالنسبة للكاتب الآن كما كان أمر إعدادها عند افتتاح التلفزيون لأول مرة، إذ كان على الكاتب أن يتعامل مع عدد من الصيغ الجديدة المختلفة - كما سيتم بحثها في الفصول 1 و 3 و 10 - مما جعل الأساليب المستخدمة في كتابة الأعمال الدرامية للأفلام أو للمسرحيات أو لأي برنامج للراديو لا تصلح للتلفزيون، وفي

الفصل الحادي عشر سنبحت في الخصائص الرئيسية للكتابة للإنترنت وكيف تختلف متطلباتها عن تلك الخاصة بوسائل الإعلام التقليدية رغم تشابه المادة.

التلفزيون والجمهور Television and the Mass Audience

يمكن أن يمزج التلفزيون بين قدرات الأداء المسرحي الحي وإمكانيات الفيلم الميكانيكية، وصوت الراديو وتوجيه الجمهور بالإضافة إلى قدراته الإلكترونية الخاصة. وبذلك يمكنه أن يستخدم أفضل الإمكانيات التي توفرها لوسائل الإعلام السابقة.

ويمزج التلفزيون بين الموضوعية والذاتية فيما يتعلق بالجمهور، فيوجد الكاميرا ومختلف الوسائل الإلكترونية، يستطيع كل من الكاتب والمخرج توجيه اهتمامات ومشاعر الجمهور وفق رؤيتهما الذاتية نحو حافز معين. إن جمهور التلفزيون لا يختار ما يريده كما يختار جمهور المسرح ما يرغب فيه من مجمل العروض المقدمة على المسارح. ويمكن أن يشد انتباه جمهور التلفزيون من خلال اللقطات القريبة واللقطات السريعة والشاشة المجزأة وحركة الكاميرا وما إلى ذلك، ليركز على أي شيء أو حدث يمكن أن يحقق الهدف بشكل فعال من لحظة محددة من النص. ويمكن أن يوجه الانتباه إلى رد الفعل الباطن بالإضافة إلى الحدث الظاهر.

وتكون الموضوعية حاسمة في إضفاء المصادقية على البرامج غير الدرامية مثل نشرات الأخبار والبرامج الوثائقية التسجيلية حيث أمكن خلق توجه موضوعي وذلك بتقريب المؤدى من المشاهد - عن طريق اللقطات القريبة واللقطات السريعة الاقترب والابتعاد - أكثر مما يمكن تحقيقه في المسارح والصالات الكبيرة حتى وإن كان العرض حياً. وعلى خلاف البرامج الدرامية التي يكون هدفها خلق انطباعات وهمية خيالية، يحاول مقدمو البرامج غير الدرامية (مثل ضيوف التلفزيون أو المذيعين أو مذيعي نشرات الأخبار) تحقيق علاقة حقيقية مباشرة مع الجمهور.

وفي نفس الوقت، فإن حجم الشاشة الصغيرة، ومدة عرض معظم البرامج المحددة، والمشاعر الحميمة التي يثيرها اجتماع العائلة في غرفة المعيشة تتطلب

تقنيات، تؤثر تأثيرات مختلفة تماماً عن تلك التي تحدث لدى مشاهدة فيلم في صالة عرض سينمائي.

واستناداً إلى ما كان يحدث في بدايات التلفزيون، فعندما كانت كل العروض حية وبأحداث متصلة مستمرة، بقيت البرامج التلفزيونية غير الفيلمية محتفظة بصيغة استمرارية الحدث التي تختلف عن تكرار تغير الصورة الذي نشاهده على شاشة السينما. وما زالت بعض البرامج التلفزيونية تقدم وكأنها حية وتسجل بحضور جمهور في الاستوديو وبوجود فواصل قليلة بين فقرات البرنامج ومن هذه الناحية، فقد استعار التلفزيون من المسرح عنصراً فنياً رئيسياً.

ويكون التلفزيون مقيدا بحجم الشاشة الصغيرة مما يحدد عدد الشخصيات وحجم موقع التصوير (لاحظ كيف تبدو الأفلام الكبيرة الإمكانات مثل أفلام الوبسترن رديئة عند عرضها على شاشة التلفزيون) وبالوقت المحدد لكل برنامج درامي (حوالي 21 دقيقة عرض للبرنامج الذي مدته نصف ساعة و 42 دقيقة عرض للبرنامج الذي مدته ساعة كاملة بعد خصم مدة الإعلانات التجارية والمقدمة والخاتمة). وساعد تطور التقنيات الإلكترونية على توسيع وتسهيل عملية الإنتاج التلفزيوني الخارجي. حيث ازداد عدد البرامج الدرامية الخاصة التي مدتها ساعتان والمسلسلات الصغيرة التي تدوم عدة ساعات والتي تبث على مدى عدة أمسيات لتعوض عن قيود الوقت.

ويستخدم التلفزيون فعلياً كل التقنيات الميكانيكية للفيلم بالإضافة إلى تقنياته الإلكترونية لإعطائه مرونة وإمكانات متعددة خاصة. ورغم ذلك، ما تزال أنجح البرامج تمكس مزايا التلفزيون الخاصة به كالشاشة الصغيرة والوقت المحدد والتركيز على تصوير شرائع معينة من الشخصيات الواقعية. وخلقت هذه الطريقة أنجح المسرحيات التي ظهرت في ما يسمى بالعصر الذهبي للتلفزيون في الخمسينات من القرن العشرين.

وهناك جانب سلبي لتطور التلفزيون الإلكتروني والميكانيكي. فبعد ظهورشرطة الفيديو عام 1956 مع إمكانات استساخها، تحول التلفزيون تدريجياً من البرامج الحية إلى البرامج المسجلة والمطبوعة على أفلام وانتقل مركز الإنتاج التلفزيوني

الذي كان في مدينة نيويورك الزاخرة بممثلي المسرح البارعين إلى هوليوود. وسرعان ما هيمن أسلوب هوليوود على التلفزيون، وعلى الرغم من وجود بعض البرامج من نوع البرامج الحية المسجلة على أشرطة الفيديو، يقول بعض نقاد التلفزيون أن معظم برامج التلفزيون أصبحت عبارة عن نسخ مضغوطة من الأفلام السينمائية.

وعلى العكس من ذلك، يعتقد بعض نقاد السينما أنه ربما يكون هناك تأثير سلبي للتلفزيون على السينما حيث كتب الناقد السينمائي (فنتس كاتبي) في جريدة النيويورك تايمز ما يلي: "إن فنون وشخصيات التلفزيون بدأت تؤثر في الصور المتحركة السينمائية بحيث جعلتها أصغر وأثري وأكثر حركة".

وأثرى أول جيل من مخرجي التلفزيون الذين اتجهوا للسينما - أمثال آرثيرين، سيدني لوميه، جورج روي هيل، فرانكلين شافيز، جون فرانكنها يمر - كيفوا: أنفسهم لوسيلة الإعلام الأقدم وهي "التلفزيون". وحتى عندما جلب معهم هؤلاء المخرجون إلى هوليوود بعض ما يميز العمل في التلفزيون من توتر عصبي شديد ناجم عن البرامج المباشرة على الهواء، فإنهم ينتظرون استثمار وسائل السينما التي كانت تميز الأفلام السينمائية عن التلفزيون ... مثل اللقطات البعيدة الرائعة والمشاهد العميقة التركيز ... والتي لم يكن بالإمكان استخدامها في الإنتاج التلفزيوني الحي ... أما اليوم فالعكس تماماً هو الصحيح - ربما لأن هؤلاء العاملين في التلفزيون هم الذين تمرنوا على استخدام الفيلم والشريط الفيديوي. أصبح مخرجو التلفزيون الذين تحولوا للشاشات الكبيرة غير قادرين على الانتظار لتقليص حجم الشاشة وإنتاج أفلام تبدو قدر الإمكان شبيهة بأفلام كوميديا الموقف وبما يسمى بـ "أفلام التلفزيون".

ويجب على الكاتب أن يتذكر دائماً أن التلفزيون يعتمد على الصورة المرئية. وعندما يتمكن عنصر بصري من تحقيق التأثير المطلوب، يجب أن تكون له الأفضلية على الحوار وقد لا تكون هناك حاجة للحوار في كثير من الأحيان. وهناك قصة تروي عن الكاتب المشهور برودي واي الذي يتميز بروعة حواراته، حيث تم تكليفه بكتابة نص سينمائي. فكتب المشهد الأول في 30 صفحة يعالج فيه وصول زوج وزوجته إلى فندقهم ثم صعودهم إلى غرفتهم حيث يقضيان إجازتهما. ثلاثون دقيقة من الحوار الرائع الذكي يكشف عن انزعاج الزوجة بشدة لانجذاب زوجها

إلى النساء الأخريات. قرأ أحد مخرجي السينما البارعين النص وأعجب به معتقداً أنه يقدم موقفاً جيداً. رغم ذلك، استطاع تقليص الثلاثين صفحة من الحوار إلى أقل من صفحة واحدة من التوجيهات التصويرية حيث يدخل الزوج والزوجة إلى الفندق، يسجلان اسميهما ثم يسيران نحو المصعد فيدخلانه حيث ينظر الزوج بإعجاب إلى عاملة المصعد فيبدو الانزعاج الشديد على تعابير وجه الزوجة لحظة انفلاق باب المصعد.

ويمكن تحديد ما إذا كان العديد من كتاب التلفزيون لم يتعلموا حتى الآن أن الصورة هي الأهم في هذه الوسيلة الإعلامية بإجراء اختبار بسيط: افتح جهاز التلفزيون وأخفت الضوء حتى تختفي الصورة مع الإبقاء على الصوت كما هو، ولاحظ كم سيمكنك أن "تشاهد" من البرامج سواء كانت درامية أو إعلانات تجارية كما لو كانت الصورة موجودة. هل مازال الجزء الأكبر من التلفزيون، كما يقول بعض النقاد، عبارة عن راديو بصور؟

الراديو والجمهور Radio and the Mass Audience

الراديو لا يتعدد بالمادة المرئية. إذ يستطيع الكاتب أن يكون صورة في ذهن المستمع لا يحددها سوى خيال المستمع نفسه وذلك بمزج التأثيرات الصوتية بالموسيقى والحوار وحتى بالسكون.

ويمنح الراديو الكاتب حرية مطلقة بالنسبة للوقت والمكان. فليس هناك قيود بالنسبة للموقع والحركة. فيإمكان الكاتب أن يخلق أشكالا معدودة من الأحداث، وقرونًا من الزمن وأماكن مترامية الأطراف، وقيل ظهور التلفزيون، وعندما كانت الدراما هي المادة الأساسية في الراديو، أعدّ الكتاب لنا بعد من أفضل قصص الخيال العلمي مثل "ستار تريك" في التلفزيون و"حرب النجوم" في السينما. وما يزال فيلم الحرب الكونية للكاتب هوارد كوخ ومخرجه أورسن ويليس مشهوراً لأنه كان حافزاً لإنتاج العديد من البرامج الإذاعية في كافة أنحاء العالم.

لقد أصبح الراديو للأسف معتمداً كلياً على الموسيقى. ولم يعد للكاتب

والإخراج الفني وجوداً في محطات الإذاعة التجارية فيما عدا بعض الإعلانات التجارية وبعض البرامج الخاصة وبرامج الحوارات التي ازدادت في التسعينات. إلا أن الكتابة والإخراج الفني لم ينتهيا تماماً، إذ أنهما يمنحان فرصاً ممتازة لأولئك الراغبين في اكتشاف إمكانيات وسيلة الإعلام السمعية.

إن جمهور الراديو يسمع فقط ما يريده الكاتب والمخرج أن يسمع جمهور الراديو "يرى" صوراً في خياله. ويستطيع الكاتب الإذاعي أن يخلق صوراً ذهنية مؤثرة بدرجة أكبر مما لا يستطيع الكاتب لأي وسيلة إعلامية أخرى فعله لأن الخيال في الإذاعة مطلق لا يتحدد بما تراه العين. ويمكن خاصية الذاتية في الإذاعة الكاتب من خلق أماكن وشخصيات وأحداث قد يكون تقديمها صعباً للغاية ومكلفاً جداً في وسائل الإعلام المرئية. يستطيع الكاتب أن يجعل المستمع على مقربة أو على بعد معين يحدده هو من الشخصية أو الممثل. إن بعد وعلاقة الصوت بالميكروفون تحدد رؤية المستمعين للشخصيات ومواقع الأحداث. فمثلاً إذا كان المستمع يستمع إلى حوار بين شخصين وجعل الكاتب صوت الأول يخفت بابتعاده عن المايكروفون، فسيري المستمع في خياله بقاء الشخص الثاني وذهاب الشخص الأول وابتعاده - بالطبع، قد يتخيل مختلف المستمعين مؤثراً صوتياً معيناً بأشكال مختلفة لأن الخلفية النفسية السايكولوجية وخبرات كل واحد منهم تختلف عن الآخر. على الرغم من ذلك، يستطيع الكاتب المتمكن إيجاد عناصر عامة مشتركة تكفي لإثارة مشاعر وردود أفعال مشتركة. فمثلاً لم يستطع أي برنامج تلفزيوني حتى الآن أن يخلق الإثارة الجماهيرية التي أثارها البرنامج الإذاعي "الحرب الكونية".

ويجب أن يصور المشهد بالاعتماد على الحوار والصوت بدلاً من النظر ويجب أن يتم ذلك بشكل واضح جداً. وتستخدم البرامج الإذاعية راوياً أو مديعاً لتهيئة الأجواء وتحديد العلاقات بين الشخصيات أو إعطاء معلومات حول المشاركين في البرنامج أو وصف مشهد معين وإعطاء نبذة مختصرة عن الحدث وحتى التعليق على ما يمكن أن يكون عليه موقف المستمع تجاه البرنامج أو المشاركين فيه أو الممثلين. إن خلفية الأحداث التي يمكن في بعض الأحيان تقديمها بالكامل من خلال الفعل المرئي فقط في التلفزيون يجب أن تقدم في الراديو من خلال الحوار والموسيقى والصوت. وبما أن الدراما قد اختفت كلياً تقريباً من البرامج الإذاعية، فسنجاهل الحديث

عن الإمكانيات الفنية لهذه الوسيلة الإعلامية. وقد ننسى في بعض الأحيان أن المادة الرئيسية في الإذاعة - الإعلانات التجارية - يمكن أن تكون عملاً فنياً رفيع المستوى. ويمكنك بسهولة أن تلاحظ الفرق بين نوعية الإعلانات التجارية المكتوبة بشكل خاص للراديو والإعلانات التلفزيونية التي يستعمل مدرجها الصوتي في فترة إذاعة معينة.

ويقول "برناردمان" مدير محطة ديليو جي آل دي ومحطات أخرى في كارولاينا الشمالية الذي بدأ عمله كطالب يدرس الكتابة الإذاعية والذي اشتملت خبرته العمل كمدير لرابطة محطات البث الإذاعي الوطنية ما نصه.

إن أحد أعظم الإحباطات بالنسبة لي هو أن القليل جداً مما يكتب للإذاعة هو من نسج الخيال. لقد جعلنا جزءاً من برنامجنا التعليمي لكتاب النصوص في محطاتنا الإذاعية الاستماع إلى بعض البرامج الإذاعية القديمة. وخلال ذلك الوقت، كان المستمعون يطالبون باستخدام خيالهم. ولم يتغير شيء، وما زالت هذه الوسيلة الإعلامية كما هي. ما زالت الفرصة مؤاتية للكاتب ليتحدى خيال المستمع، إلا أنها لم تعد تستغل كثيراً. بالطبع لم يعد هناك اليوم إلا القليل من الأعمال الدرامية الأصلية، ولكن تظهر كل يوم آلاف من الأعمال المستسخة التي تحمل قدراً ضئيلاً جداً من الخيال. وغالباً ما يقول المعلن لصاحب السلعة "لا يمكنني استخدام الراديو، يجب أن تكون هناك صورة" واعتقد أن هذه هي قوة الراديو الحقيقية. إن الصورة لا تترك شيئاً للخيال، أما الوصف فسيمتزج بخيال المستمع فيكون أكثر انسجاماً مع ما يريده أو يحبه.

الراديو هو بحق فن الخيال. وقد ظهرت اليوم تقنيات حديثة للتسجيل من خلال الأجهزة متعددة المسارات مثل المدرج الصوتي المتعدد الأجهزة الرقمية مما يعزز إمكانيات هذه الوسيلة الإعلامية السمعية. إن الكاتب الإذاعي يتقيد فقط بمساحة وعمق رؤيا المستمع الذهنية. إن أفضل توضيح لهذه الوسيلة: القدرة على الكتابة الجيدة للنص هو عمل الكاتب ستان فريبرغ "توسيع الخيال" الحاصل على جائزة البرامج المشجعة على الإعلان في الإذاعة:

الرجل: الراديو؟ لماذا يجب أن أعلن في الراديو.. لا يوجد ما يشاهد... لا توجد صور.

الشاب: اسمع، في الراديو يمكن أن تقوم بأشياء لا يمكن بأي شكل من الأشكال القيام بها في التلفزيون.

الرجل: لا يمكن هذا.

الشاب: حسناً، انظر. حسناً يا شباب، الآن سأعطيككم الإرشادات أريد أن يسقط جبل الكريم المخفوق الذي يبلغ ارتفاعه 700 قدم في بحيرة (مشيكان) التي تم تجفيفها وملؤها بالشوكولاته الحارة. ثم تطير فوقها طائرات من القوة الجوية الملكية الكندية حاملة عشرة أطنان من الكرز المرسكيني لتسقطه فوق الكريم المخفوق، وسط هتافات 25,000 شخص من الكمبارس، حسناً ... بالإشارة التي تدل على الجبل ...

صوت: صوت عالي لتصدع وسقوط جبال.

الشاب: الإشارة التي تدل على الطائرات.

صوت: أزيز عدد من الطائرات.

الشاب: الإشارة التي تدل على سقوط الكرز ...

صوت: صفير قذائف متساقطة التي تدل على الكرز المرتطم بالكريم المخفوق.

الشاب: حسناً، هتافات 25,000 شخص من الكمبارس.

صوت: زمجرة حشد كبير من الناس. يتعاطف الصوت ثم قطع حاداً والآن ... هل تريد تجربة ذلك في التلفزيون.

الرجل: حسناً ...

الشاب: ألا ترى أن الراديو وسيلة إعلامية خاصة جداً لأنها توسع الخيال.

الرجل: ألا يمكن للتلفزيون أن يوسع الخيال.

الشاب: نعم إلى حد 21 أنش.

جمهور الإنترنت The Internet Audience

يختلف جمهور الإنترنت تماماً عن جمهور وسائل الإعلام الأخرى من حيث أنها تتضمن تبادل المعلومات والاتصالات بين فرد وآخر. ويكون مستخدم الإنترنت منعزلاً لا مختلطاً مع الآخرين كما هو الحال مع وسائل الإعلام الأخرى. ومن خلال القدرات التفاعلية للإنترنت، بحيث يكون كل فرد من الجمهور مشاركاً في عملية الاتصال وليس مشاهداً أو مستمعاً سلبياً. وتتمتع بمرونة وسيطرة على المادة المقدمة، ويتوفر لمستخدمي الإنترنت مجال أوسع للاختيار مما هو متوفر لمستخدمي الراديو والتلفزيون. وقد يتوفر لمستخدمي التلفزيون مئات القنوات ليختاروا منها، إلا أن مستخدم الإنترنت يستطيع أن يستعرض الشبكة الدولية للمعلومات ويختار فعلياً من مئات الآلاف من المصادر.

المادة المعلوماتية Subject Matter

لا يتوجب على الكاتب أن يوظف موهبته فقط لإنتاج مادة جيدة النوعية، وإنما عليه أن يتدرب أيضاً على إصدار الأحكام في المادة المناسبة للكتابة وهنا نلاحظ أن كلا من التلفزيون والراديو يتأثران بالرقابة إلى حد كبير.

وتأتي الرقابة من عدة مصادر. فوكالة الإنتاج سواء كان منتجاً مستقلاً أو شبكة إنتاج عادة ما تتبع نهجاً خاصاً بالنسبة للمادة المقبولة لديها. ويمارس المعلنون دوراً بارزاً في تحديد مضمون المادة المكتوبة، وكثيراً ما يرفضون رعاية برنامج من البرامج التي لديهم بعض الاعتراض عليها، وتلعب مجموعات الضغط وحتى المنتجون والشبكات والمحطات المنافسة دوراً في ذلك. وقد كتب الناقد التلفزيوني (جي نلسون تلك)، مرة أنه ليس على سبيل المزاح بشكل مطلق، يمكن أن تؤثر ثلاثة بطاقات بريدية مفروضة على راعي البرنامج ليفعل أي شيء. وحتى الحكومة كان لها ضلع في الرقابة.

المادة الخاضعة للرقابة Censorable Material

على الرغم من أن قانون الاتصالات لعام 1934 قد منع الرقابة على مادة

البرامج، إلا أنه تم تحويل هيئة الاتصالات الفيدرالية بفرض غرامات وتعليق رخصة أي محطة "تقدم برامجاً تتضمن كلمات أو لغة أو حتى معناً بذيناً يחדش الحياء". إن المادة الخاصة "بعدم اللياقة في القانون" والمستخدم للرقابة تخضع لتوجيهات أعضاء لجنة هيئة الاتصالات الفيدرالية في وقت ما من الزمن. لقد شجعت التوجهات المحافظة للدولة والتي ارتفعت وتيرتها في عهد الرئيس ريفان في الثمانينات هيئة الاتصالات الفيدرالية على اتخاذ إجراءات ضد بعض البرامج التي اعتبرتها الهيئة مسيئة للرأي العام، والتي تشمل تحديد تقديم ما يسمى ببرامج البالغين في "الملاذ الآمن" أي في الليل أو في ساعات الصباح المبكرة. وقد كان هذا التوقيت يتغير باستمرار وفق قرارات المحاكم الفيدرالية التي تنظر في الشكاوى المرفوعة ضد هذه القيود والتعليمات. وفي عام 1996 أصدرت المحكمة العليا قراراً خولت فيه وكالة الاتصالات الفيدرالية تحديد "الملاذ الآمن" لبرامج البالغين الغاية منه ظاهرياً حماية الأطفال. شكل الفترة ما بين الساعة العاشرة مساءً والسابعة صباحاً فترة "الملاذ الآمن" على افتراض أن الأطفال لا يشاهدون التلفزيون في هذه الفترة. وعلى العكس من ذلك، لا تقدم برامج البالغين ما بين الساعة السادسة صباحاً والساعة العاشرة مساءً.

وانعكس تزايد الحوارات والنقاش في البلاد حول هذا الموضوع في التسعينات في اتخاذ هيئة الاتصالات الفيدرالية إجراءات صارمة ضد مقدمي برامج الحوارات حيث اعتبرت الهيئة ما يقدمونه مشيناً.

وعلى الرغم من أن الهيئة لم تحدد بالضبط ما هي المادة غير اللائقة أو البذيئة، إلا أنها اعتمدت على ما يسمى بـ "اختبار ميلر" - ففي عام 1973 أصدرت المحكمة العليا في كاليفورنيا قراراً بتطبيق ثلاثة معايير لتحديد ما إذا كان العمل غير لائق أو بذيء: (1) إن كان العمل لا يتماشى مع المعايير الاجتماعية المعاصرة، إن العمل يلبي رغبات الإنسان العادي، (2) إن كان العمل يصف السلوك الجنسي بشكل فاضح مناف للأداب كما حدده الدستور الرسمي، (3) إن كان العمل ككل لا يتضمن أية قيمة فنية أو أدبية أو سياسية أو علمية. على الرغم من أن النقاد لا يفهمون كيف يمكن لهيئة الاتصالات الفيدرالية تحديد المعايير الاجتماعية المعاصرة، فقد فرضت الهيئة غرامات على عدة شركات ومحطات ومقدمي برامج لتقديمهم برامج

غير لائقة، أبرزها شبكة إذاعة انفييتي، ومقدم برامج الحوارات (هوارد سترن) حيث فرضت عليهما غرامة بأكثر من مليون دولار عام 1995.

في الحقيقية، وحتى إعداد هذا الكتاب، نظرت المحكمة في قضية واحدة من قضايا البرامج غير اللائقة وتخص بالتحديد وسائل الإعلام الإلكترونية وهي ما تسمى بقضية "الكلمات السبع البذيئة" حيث قدمت محطة إذاعة باسيفيكا WBAI في نيويورك برنامج جورج كارلن الذي يقدم باستمرار كفقرة في برنامج كوميدي. وقد أقرت المحكمة العليا الغرامة التي فرضتها هيئة الاتصالات الفدرالية في عام 1978، إلا أنها لم تحدد بشكل أوضح ما المقصود بعبارة غير لائق. وقد أصدر أعضاء الهيئة أحكامهم بشأن الشكاوى المتتالية المقدمة إلى وكالة الاتصالات الفدرالية اعتماداً على المعايير الاجتماعية المتعارف عليها في حينها.

لقد احتوى قانون وسائل الاتصالات السلوكية واللاسلكية لعام 1996 شرطاً وهو أن تتضمن أجهزة التلفزيون الحديثة نظاماً لحجب البرامج المصنفة ضمن مجموعة البرامج غير اللائقة (كبرامج العنف والجنس وغيرها). وقد منع القانون أيضاً نقل وإرسال المواد "غير اللائقة" عبر الكمبيوتر. وتم الاعتراض على هذين الشرطين في المحاكم باعتبارهما خرقاً للتعديل الأول للدستور الأمريكي حول حرية الرأي والصحافة.

ورغم ذلك، أخذ البث الإعلامي يدرك تدريجياً، مقارنة بما كان يقدم في التلفزيون من مواد قبل عقد من الزمن، أنه لا يمكن على أقل تقدير طمس بعض حقائق الحياة بمنع رصدها ومناقشتها علناً أو التظاهر بعدم وجودها. وتتضمن بعض البرامج الحوارات والنقاشات وبعض الأعمال الدرامية إشارات جنسية واضحة وغالباً ما يصاحبها بعض المشاهد الجنسية. وتقترب اللغة المستخدمة في البرامج المختلفة، من كوميديا الموقف إلى الأعمال الدرامية الجادة، من اللغة المستخدمة فعلاً في الحياة اليومية ومع ذلك، فإن الكلمات البذيئة لم تجد طريقها إلى برامج التلفزيون.

على الرغم من ذلك، يبقى تأثير الضغط العام كبيراً على الراديو والتلفزيون، وخاصة إذا كان ذلك الضغط على راعي البرنامج، وغالباً ما يتوقف البرنامج لتعرضه لأقل قدر من الضغط.

وكتب "أريك بارنو" في نقاشه للرقابة على الأفلام في كتابه "وسائل الاتصال" ما نصه: "أن منع تقديم النماذج الشريرة في الأفلام.. لا يمنع وجودها في الحياة. وهو مالا يعزز قوتها لكي نستطيع التغلب عليها. وقد يكون لها تأثير عكسي. بتزايد المواقف والمبادئ ولكنها لا تصنع الأخلاق، ولا يمكن أن تمحو السوقية والابتذال. وكلما تحاول أجهزة الرقابة إبعاد الموجات المحظورة فإنها تعود للظهور بصيغ وأشكال أخرى. فعندما تمنع ظهور مشاهد الحب المتقد، تظهر بدل منها وبغزارة مشاهد العنف".

المادة المثيرة للجدل Controversial Material

إن حرية التعبير وتبادل الآراء بشكل ديمقراطي في الإذاعة والتلفزيون معرضه للخطر بسبب خوف القائمين على العديد من وسائل الإعلام من الجدل والمناظرة. وكثيراً ما يتم إيقاف ومنع البرامج الجدلية ومقدميها بحجة الإقبال الشديد على البرامج غير الجدلية. وترفض العديد من الشركات أن ترعى برنامجاً جدلياً إذا ما أحست أنه يزعج بأي شكل من الأشكال أيا من زبائنهم. وقد لاحظ (بارنو) أنه "عندما يقول ناشر قصصي لا يمكننا استخدام أي مادة مثيرة للجدل ويقولها بنبرة صدق ووعي". فإننا نحس بالخطر وقد شهد عقد التسعينات خرقاً لهذه القاعدة ببرامج - وإن كانت قليلة - مثل الحواجز الودية.

لقد سعى العديد من مسئولو البث الإعلامي إلى إلغاء "مبدأ النزاهة" الذي يخول هيئة الاتصالات الفدرالية أن تطلب من المحطات التلفزيونية، وفي بعض الحالات، تقديم أكثر من جانب من جوانب القضايا البارزة والمهمة في المجتمع لتسليط الضوء عليها وتوضيحها. وقد ألغت هيئة الاتصالات الفدرالية هذا المبدأ عام 1987.

إن تاريخ الرقابة على المواد المثيرة للجدل تاريخ طويل، وللأسف لم يتعلم منه لا الإذاعيون ولا عامة الناس دروس الاستقامة والديمقراطية. لقد كانت إحدى أحلك الفترات التي مرت بها الولايات المتحدة وأكثرها خزيًا هي فترة القائمة السوداء في الخمسينيات، في أوج ازدهار الحركة المكارثية، عندما أخذ السيناتور جوزيف

مكارثي بتهديد أغلب الأميركيين من أجل تثبيت سياسته الدهامية القائمة على كيل التهم والافتراءات. لقد تعاون الإذاعيون مع المضمودين. وهذا ما أدى إلى حرمان العديد من الممثلين والمخرجين والمنتجين من حرية العمل والتعبير فاتهم العديد من الكتاب بأنهم غير أمريكيين، لقد لعب أولئك الإذاعيون دوراً كبيراً في إرهاب الناس وقتل معنوياتهم ولم يقضى على العديد من المهن فقط بل حتى على حياة بعض الناس. على الرغم من الاعتذار الذي قدمه ذلك النفر من الإذاعيين بعدئذ عما قاموا به من سلوك غير ديمقراطي وجبان، إلا أن الرقابة التي مارسوها على الإعلام وقتئذ لا تزال قائمة.

وهناك بعض المواقف الإعلامية التي لا يزال يذكرها الناس والتي جاءت نتيجة للرقابة التي أدت إلى تحطيم فرص العمل بالنسبة لبعض المؤسسات التجارية. فمن بين تلك المواقف ذلك البرنامج الذي كان يعنى بالجرائم التي حدثت في معسكرات الاعتقال الألمانية في الثلاثينيات والأربعينيات لمن القرن الماضي. لقد اقترحت إحدى شركات إنتاج الغاز حذف كل ما يشير إلى غرف الغاز في تلك المعسكرات. وحذف برنامج آخر كل الإشارات إلى اسم الرئيس (لنكن) التي وردت في إحدى المسرحيات التاريخية لأن اسم (لنكن) كان أيضاً اسم إحدى السيارات التي تنتجها الشركة الممولة لذلك البرنامج. إن استرجاعنا للماضي يمكن أن يزودنا بمثل هذه المواقف المضحكة الآن لكنها لم تكن كذلك لا في وقتها ولا للكاتب المعاصر الذي يرمي إلى الريح من خلال ما يكتبه.

إن الرقابة أحياناً، من حيث ما ينتج عنها من حذف أو إبقاء، تأتي للحفاظ على مصالح المنتج. فمثلاً، في العام 1998، تضمن البرنامج الإخباري الأميركي (20/20) فقرة تلقي الضوء على المجمع الترفيهي المعروف بـ (عالم والت دزني). وقد تعهد مقدمو ذلك البرنامج خطياً بأنهم لن يتعرضوا بالنقد إلى (عالم والت دزني)، وفعلاً انتقد مقدمو البرنامج شيئاً اسمه (دزني) لكنه لا يمت بصلة إلى مشروع (دزني) التقليدي.

ويأتي بعض أنواع الرقابة الإعلامية أحياناً ليس بسبب الخوف من ردود أفعال الجماهير بل بسبب الحفاظ على مصالح بعض المؤسسات التجارية الأخرى. وكان هناك برنامج يدور حول صاحب إحدى الأسواق المركزية الذي رصد كل ما يملك

من أجل محاربة مرض السرطان. وقد ألغى ذلك البرنامج لأنه يهدد مصالح طبقة رأسمالية أخرى تملك الأسواق المركزية.

ولا يمكن أن نضع اللوم على منفذي البرامج الإعلامية وأصحاب المصالح وحدهم. إن الكتاب وبعض البيانات الأخرى تتحمل قسماً من هذا اللوم وذلك لحرصهم في الحفاظ على وظائفهم من خلال إرضاء رؤساء أعمالهم، في بوسطن، مثلاً، ألغت إحدى المحطات المحلية برنامجاً تحت ضغط إحدى المجموعات الدينية، وهذا ما جعل مدير الأكاديمية الوطنية لفنون التلفزيون والعلوم (NATAS) أن يصرح بالآتي:

"إن حرية وسائل الإعلام ومن ضمنها التلفزيون، هي حجر الزاوية للديمقراطية. إن التخلي عن هذه الحرية تحت الضغط المتأتي من أية مجموعة، شعبية كانت أم خاصة، هو هدم للمبدأ الأساس للديمقراطية. نحن كإعلاميين في (نيو انكلاند)، نحث زملائنا الإذاعيين هنا وفي الأماكن الأخرى من أمريكا على الوقوف بصلاية وشجاعة وقناعة ألا يخضعوا لأحد لكي يؤكدوا حرية التعبير والتفكير والصحافة في بلدنا. إننا نعد زملائنا بمد يد العون لهم في مساعيهم هذه".

واستهجن الأعضاء الآخرون في مجلس إدارة هذه الأكاديمية ذلك التصريح تماماً. لقد ذكر أحد موظفي تلك الأكاديمية بأن ذلك التصريح جاء نقداً لأدعا لأعمال تلك المحطة. فعلاً، كان الأمر كذلك. لذلك، فإن الضغوط الخارجية لا تحدد طبيعة تلك البرامج فقط بل تجبر حتى إدارتها ومذيعيها وكتابها على الاستكانة والتخلي عن مبادئهم في مساندة حرية التعبير والفكر.

ذكر (سدني دبليو هيد)، أحد المدرسين والكتاب البارزين في حقل الاتصالات الإعلامية، بأن "التلفزيون، من حيث كونه إحدى الوسائل الإعلامية، هو سريع الاستجابة وحساس تجاه القيم التقليدية المحافظة" وبأن الخطورة التي ترافق البث التلفزيوني تأتي من أن التلفزيون لا يساند القضايا غير التقليدية وغير القومية. لقد أدرك منظمو وسائل الإعلام، أو "حراس البوابة" كما يحلو لهم أن يسموا أنفسهم: التأثير الكبير لوسائل الإعلام كالتلفزيون والراديو على عقول الناس وعواطفهم. إن هؤلاء الحراس هم على العموم يمثلون واقع الأوضاع الراهنة للأمور التجارية

والصناعية والاجتماعية والسياسية. إن تأثير وسائل الإعلام ينعكس على نحو واضح في النجاح التجاري الذي يعم (شارع مادسون). حيث لا تقدم الإعلانات التجارية الخدمات فقط بل تباع المنتجات. لقد كان لبرامج الأخبار والشؤون العامة، لا بل وحتى للبرامج الترفيهية، تأثير كبير في تغيير العديد من معتقداتنا السياسية والاجتماعية ولعبت المحطات الإذاعية، التي يديرها سياسيون مهرة وبارعون في التغطية الإعلامية، دوراً كبيراً في الحياة السياسية والانتخابية، وهذا ما يوضح التأثير الذي تمارسه وسائل الإعلام في الحياة السياسية، لا بل وحتى السيطرة عليها.

وفي الوقت ذاته، فإن وسائل الإعلام مسؤولة عن تنظيم جهودنا الإنسانية. فغالباً ما تذكر التغطية التلفزيونية لحركة حقوق الإنسان في الستينات وكيف إنها دفعت الكثير من الناس للإلحاح على إصدار أحكام من مجلس الشيوخ تضمن الحقوق المدنية للأمريكيين جميعاً. إن عرض تفاصيل الحرب الفيتنامية في التلفزيون أدى إلى جعل الملايين من المواطنين يضغطون على الحكومة لإنهاء الحرب، وكانت النتيجة هي أن أحد الرؤساء أنهى حياته السياسية، ورئيس آخر أنهى العمليات العسكرية في جنوب شرق آسيا.

وعلى العكس من ذلك، تعاونت وسائل الإعلام بصورة طوعية ومن وقت لآخر، مع الحكومة ومع المؤسسات العسكرية في عدم تزويد المواطنين بالمعلومات. لقد اختارت بعض وسائل الإعلام السير في طريق الأكاذيب والتزوير عندما كانت الحرب الفيتنامية قائمة، وهذا ما أدى إلى أن تتخذ الجماهير قراراً بإنهاء تلك الحرب، وهذا ما جعل البنتاغون يفرض الرقابة المشددة على جميع أخبار النزاعات اللاحقة، ومن ضمنها غزو (كربنادا) ومشكلة (بانما) وحرب الخليج. وعلى الرغم من الاعتذارات التي قدمها العديد من المؤسسات الإعلامية للجمهور الأمريكي بسبب التعتيم كما كان يحدث فعلاً في حرب الخليج في عام 1991، فإن موقف تلك المؤسسات الإعلامية يدل على عدم امتلاكها للشجاعة والأمانة بسبب السماح لنفسها لتقديم التقارير المزورة والمعلومات غير الكاملة خلال تورط الولايات المتحدة في الأعمال العسكرية لحلف شمال الأطلسي (نيتو) في يوغسلافيا في عام 1999. وانتقد الإذاعي القدير (والتر كرونكايت) علناً الحكومة والمؤسسات العسكرية

بسبب الرقابة التي فرضتها على الأحداث، كما وانتقد وسائل الإعلام لاشتراكها في موضوع الرقابة وذلك عن طريق تقديم التقارير غير الدقيقة عن أزمة (كوسوفو).

وذكر (فرانك سانتون)، الرئيس السابق لوكالة (سي. بي. اس) قائلاً:
 'إن تأثير البث الإذاعي (راديو وتلفزيون) على التجربة الديمقراطية تجاوز موضوع الانتخابات. إن الأحداث البارزة في هذا القرن مثل الكساد الاقتصادي والحروب وولادة العديد من الدول الجديدة خلال عقدين من الزمن (هذا العدد من الدول لم يولد سابقاً إلا خلال قرنين) والإنجازات العلمية الكبيرة التي فاقت التصور والثورة الاجتماعية العميقة - كل هذه الأحداث تحولت إلى حقائق ثابتة للأمريكيين من خلال الراديو أولاً والتلفزيون ثانياً. لم تعد القرارات التي يتخذها الأمريكيون تجري في فراغ وذلك لأنهم شهدوا أحداثاً بارزة في زمانهم كانت لها انعكاسات واضحة المعالم على حياتهم السياسية'.

إن للكاتب الإذاعي والتلفزيوني الذي يهيئ المواد التي تعالج المشاكل والأحداث، القناعة بأنه قادر على المساهمة في عملية التقدم الإنساني والفكري وعلى المساهمة المباشرة في تغيير المجتمع وحل المشاكل الإنسانية. إن هذه المهنة الإعلامية توفر للكاتب فرصة لخدمة الإنسانية على نطاق واسع ربما أكثر من بعض المهن الأخرى.

إن الكاتب، من الناحية النظرية، يستطيع أن يتحمل المسؤولية الإعلامية في خدمة مصالح كافة الناس وأن يرفع من المستويات الثقافية والتربوية للبلد، مما يعزز مركز بلده. أما من الناحية العملية، فإن بعض الكتاب ذوي النوايا الحسنة يقومون تحت تأثير الشبكات الإعلامية أو أصحاب شركات الإعلانات التي لا تفكر إلا بمصالحها وليس بمصالح عامة الناس. وأحياناً يتشابك هذان الجانبان من المصالح. إن الكاتب الذي يسعى للمحافظة على عمله يقع تحت ضغط مصالح مدير عمله. ومن هنا فإننا نأمل أن يكون للكاتب ضمير يحثه على خدمة مصالح الناس أيضاً.

الفصل الثاني

العناصر الأساسية للإنتاج

Basic Elements of Production

على الكاتب الإذاعي أن يعرف الوسائل التي يستخدمها المخرج بغية بث الحياة في النص المكتوب، سواء كانت المدة التي يستغرقها بث ذلك النص ست ساعات لمسلل صغير أو ثلاثين ثانية لإعلان تجاري.

عندما ترغب بالكتابة للتلفزيون أو للراديو فعليك معرفة تقنيات الإنتاج التي تسهل مهمة إحياء النص المكتوب وتجميله. وعليك أن تعرف ما تستطيع الكاميرا فعله وما لا تستطيع فعله، والتأثيرات الصوتية والمرئية المتوفرة في غرفة التحكم، وكيف يمكن للميكروفون أن يخلق الصورة الذهنية - والمصطلحات التي يجب استخدامها لتوفير التوجيهات والأوصاف والانتقالات ومفردات الإنتاج الأخرى الضرورية للكتابة المؤثرة.

إن التطورات الجديدة في تقنيات الراديو والتلفزيون هي في حالة مستمرة، فثناء العقد الأخير من القرن الماضي حدثت تطورات كبيرة في هذين المجالين. وقدمت الأجهزة الرقمية خدمات جُلّى لهما بحيث أصبحت عملية (تصوير التقارير الإخبارية) (Electronic news gathering) وميدانيا (إنتاج التحقيقات التلفزيونية) (Electronic Field Production) أموراً يعول عليهما كثيراً. فعملية جمع الأخبار إلكترونيا توفر الإضاءة والاستعمال الهين للكاميرات من أجل الحصول على الأخبار

بسرعة من أماكن كان من المستحيل الوصول إليها في الماضي. أما الإنتاج الميداني الإلكتروني، فقد وفر الكاميرات المحمولة التي تستطيع تقديم الإعلانات التجارية والمواد غير الإخبارية بدون التقيد بالتواجد في الاستوديو. لقد حل شريط الفيديو محل الفيلم التقليدي في كثير من محطات التلفزيون ليغطي الأخبار والأفلام الوثائقية والمناقشات العامة وبرامج الألعاب والمسلسلات التي تعالج الأمور العائلية، بعد أن كانت كل هذه الأمور تصور وتسجل في استوديوهات (هوليوود) ابتداءً من العام 1956 وما بعده. وقد شاع استخدام تقنيات شملت التصوير بكاميرا واحدة أكثر من صورة وبها سوية، وتصوير أربع لقطات مرة واحدة، والتركيب الإلكتروني وتشغيل الأجهزة بالوسائل الإلكترونية ذاتياً. على الرغم من أن التصميم العامة للنصوص المكتوبة لم تتغير نسبياً، إلا أن التقنية التي يجب أن يلم بها الكاتب قد تغيرت وتطورت.

ربما يعدُّ مشاهدو التلفزيون المحوري (Cable) والتلفزيون الفضائي مختلفان عن مشاهدي التلفزيون الاعتيادي، مع ذلك يبقى الاختلاف قائماً في وسائل البث، ويظل الجهاز هو الجهاز نفسه - التلفزيون. الكتابة للتلفزيون تبقى هي ذات الكتابة السابقة نفسها، إلا أن البرمجة تختلف من جوانب شتى، وهذا ما يتطلب من الكاتب الإلمام بها. إن نوعية ومحتويات البرامج عادة ما يقوم بها أناس محترفون. وعلى الكاتب أن يمتلك المعرفة الكافية بمعوقات ومحددات الإخراج وآلياته. وغالباً ما تستهدف بعض قنوات التلفزيون المناطق المجاورة القريبة التي تسكنها الأقليات العرقية وبعض المجموعات ذات الثقافات المختلفة التي لم تكن في بال رجال التلفزيون سابقاً.

ولأن استخدام التلفزيون المحوري يتطلب دفع بعض الرسوم، فإننا نجد أن أغلب مشاهدي البرامج التي يبيتها هذا النوع من التلفزيونات هم من الطبقة المثقفة مما يعني أنك إذا أردت أن تكتب لمثل هذه القنوات أ فيجب أن يكون مستوى ما تكتبه راقياً وذا قيمة حضارية.

وربما يكون هناك شيء آخر أهم مما ذكرناه أعلاه وهو طاقات وقابليات التلفزيون المحوري والأجهزة التقنية الأخرى للتعامل مع البرمجة والاتصالات التفاعلية (interactive) التي يستند إليها الكمبيوتر. فالتعليمات المستندة إلى العمليات المعرفية الإلكترونية والتسويق وخدمات البيانات وغيرها من الخدمات التفاعلية التي يقدمها

الكومبيوتر المستمدة من ضمان التلفزيون قد وسعت من مهمة الكاتب وحولته من كاتب إذاعي تقليدي إلى كاتب برامج مستندة إلى الكومبيوتر. إن ابتكار بعض أنظمة وسائل الإعلام مثل البث الفضائي المباشر (DBS) وشبكات الألياف البصرية والأجهزة التي تعمل بالليزر قد وسعت من دور الكاتب.

ومع ذلك، فإن تقنية الكتابة ربما لم تتغير كثيراً. إن كثيراً من تقنيات الكتابة السابقة التي شاهدها في البرامج القديمة مثل برنامج (Hill street blues) ظلت قائمة حتى بداية التسعينات (من القرن الماضي)، ثم إن المبدأ الواقعي لبعض البرامج التي نالت شعبية كبيرة في الماضي ظل مستمراً ومطبّقاً لفترة الثمانينات والتسعينات و ظلت بعض البرامج الدرامية وبرامج الأخبار والأفلام الوثائقية والإعلانات وبعض الأخبار الإعلامية الأخرى محتفظة بالشكليات والتقنيات الأساسية السابقة.

التلفزيون Television

وبالرغم من أنه لا يتوجب على الكاتب التلفزيوني أن يعرف كل عناصر الإخراج من أجل أن يكتب نصاً تلفزيونياً، إلا أنه يتوجب عليه أن يلم بكيفية عمل بعض الأجهزة الميكانيكية والإلكترونية المستعملة في أجهزة الإعلام حالياً. على الكاتب أن يمتلك المعرفة الكافية بـ (1) الاستوديو، (2) الكاميرا وحركاتها وعدساتها ولقطات التي يتم تسجيلها بواسطتها، (3) غرفة التحكم وما تتضمنه من تقنيات، (4) المؤثرات التصويرية (5) الصوت.

الاستوديو The Studio

تختلف استوديوهات التلفزيون عن بعضها من حيث المساحة والتجهيزات. بعضها يحتوي على الأجهزة الميكانيكية والإلكترونية، وتمتاز هي بمساحاتها الواسعة التي تعادل مساحة المسرح. أما الاستوديوهات الأخرى، فهي صغيرة وضيقة وتتميز فيها إنتاج برنامج بجودة احترافية عالية وهناك الكثير من الاستوديوهات المحلية الموجودة في بعض دور الإخراج وبعض المحطات المحلية، إلا أننا يمكن أن نشر أيضاً على استوديوهات في بعض الكليات والمدارس التي تحتوي على أفضل الأجهزة التي تسهل مهمة التسجيل والإخراج والتي يمكن أن تنافس أفضل الاستوديوهات المحترفة. وعلى

الكاتب أن يعرف حجم الأستوديو والتسهيلات المتوفرة فيه. وهل بإمكان الأستوديو أن يتسع للأجهزة الكبيرة المتعددة ولحركة الكاميرا الخلاقة وللعملية الضوئية؟ وهل بإمكان البرنامج أن يفتح بشكل ما فيلماً وذلك بمساعدة الرافعات والتأثيرات الخارجية والأجهزة الميكانيكية الخاصة للأستوديو؟ وهل مساحة الأستوديو تتطلب أجهزة حديثة؟ وهل النص المكتوب يتطلب بعض اللقطات التي يتحتم تصويرها خارج الأستوديو؟ وبمعنى آخر، على الكاتب أن يعرف التسهيلات التقنية المتوفرة وغير المتوفرة في الأستوديو، وذلك قبل الشروع بكتابة النص بصيغته النهائية.

حركة الكاميرا The Camera: Movement

ليس من المهم إن كانت المادة المرئية المسجلة ستظهر على شريط سينمائي أو شريط تسجيل صوتي اعتيادي. المهم هو أسلوب التصوير: وهل هو قائم على لقطات قصيرة أم طويلة، متقطعة أم مستمرة. لقد سهل جهاز الفيديو عملية التسجيل الصوتية والمرئية في آن واحد. وتميل أكثر الأفلام الآن للتسجيل على شريط الفيديو من أجل تسهيل تسجيل الصوت والصورة المهمة وضمان سرعة الإنتاج.

وعلى الكاتب أن يعتبر كاميرا الفيديو مثل ستارة المسرح التي يمكن للكاتب والمخرج التحكم بها من أجل توجيه انتباه المشاهدين بالطريقة التي يريثانها. ويمكن توجيه انتباه المشاهدين عن طريق الكاميرا بأربع طرق رئيسية وهي:

1- المسافة بين المشاهدين والموضوع المصور، 2- كمية الأشياء التي باستطاعة المشاهدين رؤيتها، 3- مكان المشاهدين بالنسبة للموضوع المصور و 4- الزاوية التي يمكن للمشاهدين من خلالها رؤية الموضوع المعني. وعلى الكاتب أن يكون مستوعباً لحركات الكاميرا الست التالية التي يتم من خلالها جذب انتباه المشاهدين:

1- حركة الكاميرا على قاعدة متحركة للأمام والخلف Dolly-in & Dolly out

تحمل الكاميرا على حامل عربة يسمح بتسهيل حركتها إلى الأمام أو إلى الخلف. إن هذه الحركة نحو أو باتجاه ما يصور تسمح بالتبوع من ناحية وباستمرارية الفعل من ناحية أخرى.

2- حركة العدسة الارتدادية والانقضاضية Zoon out-Zoon in؛ إن هدف

حركة الكاميرا يشبه الهدف المذكور في الفقرة أعلاه. إن تقريب الكاميرا وإبعادها يحقق تعميق اللقطة وإعطائها شيئاً من اللمسات العاطفية. يعتقد بعض الكتاب والمخرجين بأن العربة تحقق التأثير النفسي، بينما تحقق حركة عدسة الكاميرا نحو الموضوع أو ابتعادها عنه التأثير العاطفي.

3- **استعراضية إلى الأعلى والأسفل Title up & Title Down**: وهذا يعني دفع الكاميرا إلى الأعلى أو إلى الأسفل من أجل تعميق وتوقيع اللقطة.

4- **استعراضية إلى اليمين واليسار Pan right and Pan left**: تتحرك الكاميرا يميناً وشمالاً وهي مستندة إلى محورها. ويجري هذا التحرك من أجل متابعة شخصية معينة أو لتحقيق فعل معين، أو لتوجيه انتباه المشاهدين إلى موضوع محدد.

5- **المتابعة**: تركز الكاميرا على موضوع معين وهذا الموضوع قد يكون متحركاً أو راكداً كما يجري في الإعلانات التجارية، وهذا ما يجعل المشاهدين يركزون على الموضوع المعني. إلا أن هذه اللقطات لا تستعمل كثيراً كما هو الحال بالنسبة لل فقرات سابقة الذكر.

6- **لقطة الكاميرا المركبة على ذراع Boom Shot**: أول من استعمل هذا الذراع هم المصورون في هوليوود، بعدئذ شاع وأصبح جزءاً أساسياً في عالم التلفزيون. غالباً ما تربط العجلة برافعة تسهل مهمة التصوير الفوقي والتحتي أو التصوير من خلال زوايا متعددة وهذا ما يعرف بلقطات "الرافعة".

لاحظ مواقف الكاميرا الأساسية في النصوص المكتوبة التالية. في النموذج الأول القائم على التصميم التلفزيوني التقليدي، لم يذكر الكاتب توجيهات عديدة لتصوير النص بل ترك ذلك للمخرج الذي ثبت تلك التوجيهات على الجانب الأيسر من النص المكتوب. من أجل التوقيع وتجنب الرتابة في تصوير اللقطات.

إن الذي أضافه المخرج على اليسار هو بمثابة "نص تصويري" إذا صح التعبير:

الصورة

لقطة واسعة تصور جميع الحاضرين

تتحرك الكاميرا باتجاه المتكلم من أجل لقطة سينمائية عن قرب

تبتعد الكاميرا من أجل تصوير الجميع لقطة عن قرب.
تدور العجلة لتصوير وجوه الأولاد لتصوير كل وجه على حدة أثناء استمرار بايرون بالحديث

الصوت

الشرطي السري بايرون: (جالس على كرسي، يجلس أمامه على كراسي أربعة شبان يلبسون الجينز والجاكيتات الجلدية. نجد قريباً منهم مجموعة من خوذات راكبي الدراجات البخارية) حسناً، لقد سرق أحد المخازن. كنتم جميعاً غير موجودين في المخزن وقت السرقة، ولم يكن هناك أحد في المخزن سوى الكاتب. لذلك فليس هناك من أحد منكم يعرف أي شيء عن السرقة.

(انتفض غاضباً) قد تكونوا قطاع طرق شباب، لكن هذا لا يمنع من كونكم قطاع طرق. إنكم ستحاكمون سواء كنتم في السابعة عشر من العمر أو في سن السبعين. إذا لم تتعاونوا معنا فستصدر بحقكم أقسى العقوبات.

الآن، سأسألكم ثانية سأسأل كل واحد منكم وهذه هي فرصتكم الأخيرة. إذا قلتم الحقيقة فسوف لن يتحمل الوزر الكبير سوى من قام بالسرقة فعلاً، أما الآخرون فسوف تصدر بحقهم العقوبات مع وقف التنفيذ، وإلا فسيصدر الحكم عليكم بمدد تتراوح بين خمس إلى عشر سنوات.

جوي: (ينظر إلى أمام دون أن يجيب). بايرون: (بعيداً عن الكاميرا): ها!! آل: ليس عندي ما أقوله. بايرون: (بعيداً عن الكاميرا): بيل؟ بيل: أنا أيضاً لا أعرف شيئاً. بايرون (بعيداً عن الكاميرا): حسناً، جونى، الآن جاء دورك. جونى: لم يجب بعدئذ يحرك رأسه بيبتي. مد يده إلى حذائه من أجل إخراج سكين فجأة توقفت يده بعدئذ أدخل يده في جيب سترته. أخرج شيئاً من سترته، بعدئذ فتح يده.	تصور الكاميرا كراسي الأولاد ثم تنتقل لتصوير ردود الأفعال المرسومة على وجه كل واحد منهم. تنزل الكاميرا لتصوير حذاء جونى عندما يهيم بالتفتيش عن سكين ثم ترتفع لتصوير يده التي وضعها في جيب سترته. ثم تركز الكاميرا على يد جونى.
--	--

عدسات الكاميرا The Camera: Lenses

بعد ابتكار عدسة الزووم Zoom القادرة على الابتعاد والاقتراب من الموضوع المصور وهي ثابتة في مكانها، ظهرت كاميرات ذات عدسات متعددة. إن الاستعداد لتصوير لقطة يستنزف الوقت، كذلك الحال بالنسبة إلى انتقال الكاميرا إلى الأمام أو إلى الخلف وكذلك الحال بالنسبة لتركيز الكاميرا على هدف معين. هنا جاءت عدسة اللقطة الانقضاضية والارتدادية Zoom الابتعاد والاقتراب لتحل مثل هذه المشاكل. لكنها في الواقع لم تستطع أن تحل كل ما ذكرناه من مشاكل. مع ذلك، فقد استطاعت هذه الكاميرا أن تقدم للكاتب والمخرج عدة خيارات. إن تصوير اللقطات الدرامية لخدمة الإعلانات التجارية يتطلب كاميرات ذات عدسات متطورة ومرنة. تستطيع العدسة الجيدة أن توفر الكثير من الوقت في عملية الإخراج. فعلى سبيل المثال، إن استخدام عدة عدسات يتطلب توقفات من أجل تثبيت تلك

الصورة

لقطة عامة تتضمن الظهور التدريجي للبناية الخارجية لإحدى المقاهي ولأحد الشوارع تنتقل عربة الكاميرا لتصوير لقطة متوسطة البعد لأحد شبابيك الحانة، ثم تتحول اللقطة إلى لقطة قريبة (CU) للشباك نفسه. يظهر هاري سميث على الشاشة. لقطة قريبة ليداه وهي تحمل كأساً مليئاً. يضع الكأس على المائدة. تنتقل عربة الكاميرا بعيداً لتصوير هاري وهو يقدم البيرة للآخرين. يظهر ماك جالساً على المائدة الرئيسية للمقهى. تبتعد الكاميرا لتصوير لقطة شاملة للمقهى. تظهر مجموعة من الرجال جالسة على كراسي صغيرة بلا ظهر أو ذراعين. يظهر كذلك ثلاثة رجال يلعبون الورق.

الصوت

جو: (جالس حول المائدة) اجلب لنا شدة أخرى من ورق القمار. إن الشدة التي أمامنا أصبحت قذرة لا تليق بلاعبي القمار المخلصين.

هاري: حسناً (يجلب شدة جديدة)

جو: (ياخذ الشدة ويهيمس بأذن هاري) أتعرف ذلك الشخص الذي يشرب القهوة هناك. يبدو أن وجهه مألوف لي.

هاري: إنه ماك، من نيوجرسي.

جو: اتركه وشأنه. يبدو أننا سنستفيد منه في أعمالنا. (ينظر حول المائدة). اتوافقونني على ذلك؟ (يهز الرجال الآخرون رؤوسهم إلى هاري طالبين منه ترك ذلك الرجل وشأنه).

هاري: حسناً. هل أذهب ثانية إلى المشرب الرئيس؟ جو: اذهب.

هاري: (يرجع إلى المشرب الرئيس. يملأ كأس ماكس. يكتب شيئاً بسرعة على قطعة من الورق ويضعها أمام ماك.

لقطة دائرية تصور هاري في المشرب الرئيس. لقطة متوسطة تصور هاري وهو يصب في كأس (ماك). لقطة قريبة لهاري وهو يكتب. لقطة مقربة جداً للكلمات على الورقة.

تقنيات غرفة التحكم والمونتاج والتحرير Control Room Techniques and Editing

تتوفر للفنيين وللعاملين في غرفة التحكم العديد من الأجهزة الإلكترونية التي تساعدهم في تعديل صورة معينة أو الانتقال من صورة إلى أخرى، وهذا ما يجعل التلفزيون قادراً على جلب انتباه المشاهدين لما يعرضه من مواد. ويمتلك الفنيون السينمائيون في غرفة التحرير التسهيلات نفسها ما عدا كون التحويلات تجري خلال عملية التحرير فقط. يمكن أن تجري التحويلات الصورية في كاميرات الفيديو أثناء التسجيل الصوري للبرنامج وكذلك الحال بالنسبة للتسجيل الصوتي للبرنامج نفسه. وعلى الكاتب أن يكون ملماً بتقنيات غرفة السيطرة لكي يكون واضحاً ودقيقاً فيما يقترحه من تعديلات وتحويلات على الصورة في الوقت والزمان المناسبين. وتعطي المصطلحات المثبتة أدناه المعنى نفسه في الحقلين السينمائي والتلفزيوني:

الظهور والاختفاء التدريجي (Fade):

يستعمل الظهور التدريجي Fade in لإظهار الصورة من خلفية سوداء أما الاختفاء التدريجي Fade out فهو نقل الصورة من حالة الوضوح إلى حالة التعتيم للدلالة على مرور الزمن، وهو بهذا المعنى يقابل ستارة المسرح أو إطفاء الأضواء على خشبة المسرح. ويمكن أن يستخدم التعتيم للإشارة إلى تغيير المكان. ويمكن أن يجري التعتيم على نحو سريع أو بطيء حسب ما يقتضيه الموقف. عادة ما يقوم الكاتب بتثبيت التعتيم على النص المكتوب.

التبھيت أو الإذابة (Dissolve):

أحياناً يسقط التبھيت على صورة معينة من أجل التركيز وتكثيف صورة أخرى بصورة أساسية، وتستخدم عملية التبھيت هذه من أجل الإشارة إلى تغيير المكان، ولكن أحياناً تستخدم أيضاً للدلالة على تغيير الزمان. هناك عدة أنواع للتبھيت، أهمها ذلك النوع الذي يدعى بالتبھيت المتأخام (Matched Dissolved) حيث تظهر صورتان متشابهتان ثم تختفي واحدة وتظهر أخرى بصورة مكثفة. وهذا يدل أيضاً على تحول المكان. وتظهر أحياناً شعبة كاملة الاشتغال ثم تتضاءل هذه لتظهر بمظهر آخر الاشتغال الضئيل والخافت. وهذه دلالة على مرور الزمن. أحياناً يكون التبھيت سريعاً (Fast Dissolve) وأحياناً بطيئاً (Slow Dissolve) عادة ما يثبت الكاتب موضوع التبھيت على النص.

القطع (Cut):

هذه التقنية شائعة الاستعمال وتعني التحول السريع من صورة إلى أخرى. وعلى الكاتب ألا يسرف في استخدام هذه التقنية وعليه أن يتذكر بأن "الانتقال" يجب أن يتمشى مع الجو النفسي العام للبرنامج وإيقاعه ككل. عادة ما يترك الكاتب التلفزيوني هذه المهمة إلى المخرج. في النص السينمائي، وخاصة عندما يكون الانتقال من مشهد إلى آخر حاداً وذا إيقاع سريع وعلى الكاتب تثبيت ذلك على النص.

التركيب (Superimposition):

معناه وضع صورة فوق أخرى. وأحياناً تستخدم هذه الطريقة في المواقف التي تعتمد على "مجرى الشعور" عندما تستذكر إحدى الشخصيات أحداثاً ماضية. فمن أجل تحقيق التأثير اللازم على المشاهد على المخرج أن يعرض صورتين ويركز على واحدة فقط دون الأخرى من أجل ضمان التأثير الناتج عن المغايرة (Contrast). وتستخدم هذه الطريقة أحياناً في اللقطات غير الدرامية، كالإعلانات مثلاً وعادة ما يثبت الكاتب هذه الطريقة على النص. وعلى الرغم من استمرار الكتاب والمخرجين في استخدام هذه التقنية، إلا أن هناك تقنية أخرى حلت محلها نسبياً وهي طريقة الخليط (Matte) أو المفتاح (Key).

الخليط أو المفتاح:

المفتاح يعني التأثير الناتج من مصدرين مثل التأثير الناتج من جعل الصورة الخلفية تحل محل الصورة الأمامية (Foreground). وكثيراً ما تستخدم هذه الطريقة في الإعلانات التجارية وفي نشرات الأخبار. حيث يظهر المذيع وخلفه فيلم مصور، بعدئذ يأتي الفيلم المصور ليحل محل المذيع.

المسح (Wipe):

معناه صورة تمحو صورة أخرى من الشاشة. ويمكن أن يكون المسح أفقياً أو عمودياً أو مائلاً، وذلك للدلالة على تغيير المكان أو الزمان.

الشاشة المقسمة (Split Screen):

وهو تقسيم الشاشة إلى عدة صور ولقطات متأتية من كاميرتين أو أكثر،

وتظهر هذه الصور جميعاً على الشاشة في آن واحد. وعادة ما يحدث هذا الأسلوب في تصوير اللقطات التي يظهر فيها شخصان يتخاطبان تلفونياً. ويمكن تقسيم الشاشة إلى عدة أقسام كما يحدث عندما تضم الشاشة عدة مراسلين يرسلون الأخبار من عدة أماكن في العالم. وفي الأخبار الرياضية، يحدث أن تظهر لقطتان على الشاشة في آن واحد: لقطة تصور أحد اللاعبين وهو يرمي الكرة، واللقطة الأخرى تصور لاعباً آخر استلم الكرة نفسها وصوبها ثانية.

ونذكر في أدناه نصاً مقسماً إلى عمودين بالإضافة إلى عمود ثالث يتضمن تعليقاً ليس جزءاً من النص بل هو دليل يكشف كيف صمم الكاتب نصه وكيف استثمر المصطلحات الإعلامية:

التعليق	اللقطة المصورة	الصوت
1- يستعمل الاعتام للإعلان عن بداية المسلسل.	تعتيم على مكتب العمدة، يجلس العمدة فيرلس ونائبه فيرقل حول طاولة في منتصف الغرفة	فيرلس: إنني لا أعرف ما يفعله (باد بارت) الآن. لقد وصل إلى المدينة الباردة، عليّ أن أعرف خطته من أجل إيقاف نزيه الدم.
		فيرقل: إنني أشق فيك يا فيرلس. لقد سمعت بأنه يسكن مع الأنسة (سوزي) في غرفتها الخاصة.
		فيرلس: حسناً، يمكننا أن نثق بها. إنها ستكشف لنا عن المعلومات المطلوبة.
		فيرقل: لكنني قلق حول سلامتها.
		فيرلس: إنني فعلاً قلق عليها. إن (باد بارت) شخص حقيق.

- 2- يستعمل التبهيت هنا للدلالة على تغير المكان بسرعة يظهر هذا المشهد بعد مشهد مكتب العمدة مباشرة
- 3- يستعمل التركيب الصوري هنا من أجل تداعي الذكريات.
- 4- عادة لا ثبت الكاتب الانتقالات. مع ذلك، تدل الانتقالية هنا إلى وجه نظر مختلفة للشخصية في نفس المسلسل.
- تبهيت على غرفة الأنسة سوزي في الفندق يجلس بارت على كرسي مريح. تجلس سوزي على كرسي آخر في نهاية الغرفة
- بارت: إنني لست قاتلاً، يا أنسة (سوزي) لقد دنست سمعتي بسبب عمل طائش قمت به في شبابي.
- سوزي: ماذا فعلت يامستر (بارت)؟
- بارت: إنني أتذكر تلك الحادثة جيداً وكأنها حدثت البارحة. لقد كنت صغير السن. إنني أتذكر أنه سحب بندقية وصوبها نحوي ربما أراد قتلي. ربما لم يرد ذلك. لكنني أطلقت النار عليه. إنني أتذكر وجهه دائماً.
- سوزي: أتصور أنك إنسان طيب على العموم.
- بارت: شكراً على مشاعرك نحوي. لم أتيق بامرأة طيبة مثلك قبلاً. إنني سأبداً صفحة جديدة في حياتي. (يدخل إلى الصالة التي تحتوي على جهاز تلفون حديث التصميم).
- سأحصل بعمدة البلدة تليفونياً. يا عامل البدالة، أعطني مكتب العمدة.
- تدوير اللقطة إلى باب الصالة ثم الانتقال إلى الصالة في أثناء دخول بارت إليها.

5- اختفاء الصورة هنا يسير من اليمين إلى الشمال، كدلالة على تغيير المكان. إن استخدام الشاشة المقسمة يدل على تقديم مكانين مختلفين للمشاهدين في الوقت نفسه.

تختفي الصورة وتتحول إلى صورة أفقية مقسمة إلى جزأين، بارت على جانب والعمدة على الجانب الآخر وهو يلتقط سماعة التلغون.

فيرلس: مكتب العمدة. بارت: العمدة. إنني بارت. إنني سأعترف بكل الجرائم التي ارتكبتها. لقد بدأت صفحة جديدة في حياتي.

فيرلس: هل تتوقع مني أن أصدقك يا بارت؟

بارت: كلا، لكنني أطلب منك أن تمنحني فرصة لذلك؟

فيرلس: كيف تقترح علي ذلك؟

بارت: إنني قادم إلى مكتبك ولن أحمل بعدئذ أي بندقية.

سوزي: هذا كل ما في الأمر يا فيرلس. كلما تحدثت معه وجدته أنسانا طيب القلب.

اختفاء تدريجي للقطعة مكتب العمدة. لقطعة قريبة لوجه بارت أثناء اتخاذ هذا القرار.

6- اختفاء تدريجي للصورة هنا دليل على مرور الزمن

تعتيم الصورة، ثم تظهر الأنسة سوزي وهي جالسة على فراشها.

7- إن تركيز اللقطه على سوزي يعطي الفرصة إلى بارت لمغادرة المكان ولفيرلس للدخول. إن الخمس عشر ثانية أو العشرين ثانية التي لا نرى فيها فيرلس تكون كافية كغطاء زمني، ولو إن حوار سوزي كافٍ للدلالة على وجوده هناك.

(اتجهت صوب المائدة وتناولت كأسا وقبينة، واتجهت صوب الكرسي الذي يجلس عليه فيرلس). تفضل يا فيرلس واشرب هذا المشروب الغازي. إنك تستحقه بعد جهودك المضنية هذا اليوم.

فيرلس: كلا ياسوزي،
إنك أنت التي قمت بتلك
الجهود. أنك تستحقين هذا
المشروب. (بعد مرور
لحظة). هناك شيء واحد
فقط أنا أسف عليه.

سوزي: ما هو؟

فيرلس: لقد ثبت لي بأن
بإتارت إنسان طيب من
أعماقه. ولذلك استسلم.

سوزي: لماذا؟

فيرلس: حسناً، هذه هي
البندقية التي استلمتها هذا
الصباح من الشرق ولم
تسنع لي الفرصة
لاستخدامها.

موسيقى. تعقيم بطيء..
انتقال إلى فيرلس و سوزي
وهما يمتطيان جوادين
ويودعان بارت.

يستمر فيرلس وسوزي
بتحريك أيديهم للوداع.

8- يستعمل التعقيم للدلالة
على ما يلي: نهاية
المسلسل، مرور الزمن
وتغيير المكان.

9- ما دام التسجيل يتم هنا
عن طريق الفيديو، فقد
يحتاج إلى أشطرة
الفيديو لتسجيل المشاهد
خارج الاستوديو.

10- الخليط هنا يسمح
بإضافة بعض
الكلمات على الصورة.

الصوت Sound

من الناحية التقنية وليست الفنية، يستخدم التلفزيون والراديو نفس الطرائق، مع بعض الاختلافات الظاهرية. إن المايكروفون (mic) في التمثيلية التلفزيونية ليس مثبتاً في مكان واحد بل محمول على عربة صغيرة متابعة للممثلين المتحركين. تستخدم المايكروفونات التي تثبت على الملابس أو على الموائد في البرامج التلفزيونية غير الدرامية التي تجري في الاستوديو مثل الأخبار والحلقات النقاشية واللقاءات. يتوجب على الحوار والصوت التلفزيوني أن يكون جزءاً من الفعل المرئي ويتأغم منه. ويمكن استخدام المؤثرات الصوتية الخارجية (offscreen) لكنها يجب أن تمثل شيئاً يحدث خارج الصورة المرئية. إذا كانت هذه المؤثرات تمثل حدثاً يجري أمام الكاميرا فيجب عندئذ تحديد مصدر تلك المؤثرات.

يستخدم مصطلح ما وراء الكاميرا (oc) في النص المكتوب للدلالة على أن الصوت مسموعاً ومصدره غير محدد. وبالتالي غير مرئي. ويمكن للصوت أن يضاف على الشريط التلفزيوني بعد تصوير اللقطات. ويعتبر التلفزيون والراديو أسلوب السرد الروائي (narration)، ولو أن هذا الأسلوب أقل استعمالاً في التلفزيون منه في الراديو. إن السرد التلفزيوني يمكن أن يقوم به الراوي نفسه أو المذيع أو الشخصية نفسها. ويستخدم التلفزيون الموسيقى كجزء من محتويات البرنامج أو الخلفية أو الموضوع المطروح. ويمكن توظيف الأصوات والموسيقى المستخدمة في الراديو وتكييفها مع متطلبات التلفزيون على شرط أن يتذكر الكاتب بأن الصوت أو الموسيقى في التلفزيون لا تحل محل الفعل المرئي بل تكمله أو تعطيه تأثيراً أكثر.

الراديو Radio

على الكاتب الإذاعي أن يكون ملماً بكيفية استخدام المايكروفون والمؤثرات الصوتية والموسيقى كعناصر تقنية أساسية في عملية الإنتاج وأن يعرف المكان المناسب لتثبيتها على النص. على الكاتب أيضاً أن يدرك حدود قابلية الاستوديو في تنفيذ النص. يمكن استخدام القدرات الإذاعية من أجل خلق دراما إذاعية متميزة، رغم أننا لا نسمع الآن إلا القليل من التمثيليات التي تبث من الراديو. ومع ذلك يمكن

استخدام نفس التقنيات الإذاعية المبدعة في إنتاج الإعلانات التجارية التي يستدعي بعضها إلى مشاهد درامية قصيرة أو في إنتاج صيغ إذاعية أخرى.

الميكروفون The Microphone

إن العامل الأساس في عملية البث الإذاعي هو المايكروفون، وهو عادة ما يختصر بهذه الصيغة (mic)، لكنه أحياناً يظهر بصورته القديمة المختصرة هكذا (mike). إن عدد المايكروفونات المستخدمة في عرض إذاعي عادة ما يكون محدداً ولا يحتاج للبرنامج التقليدي إلا إلى مايكروفون واحد، بينما في الحلقات النقاشية والمقابلات يمكن أن يخصص لكل مشارك مايكروفون أو لكل مشاركين اثنين من الميكروفونات.

وليست كل المايكروفونات متشابهة. ويختار مهندس الصوت أنماطاً معينة من المايكروفونات حسب درجة تأثيرها وحساسيتها. ويتحمل الكاتب مسؤولية واحدة فقط في هذا الميدان وهي تأشير علاقة المؤدي بالمايكروفون. وتحدد هذه العلاقة المادية بين المايكروفون والمؤدي مدى استيعاب المتلقي لما يسمعه. فمثلاً، لنفترض أن هناك تمثيلية فيها شخصية تركب السيارة. تقترب السيارة من حافة منحدر. وعلى الكاتب هنا أن يخلط صراخ الشخصية مع الضوضاء المنبعث من السيارة وبث ذلك من المايكروفون، إن استخدام المايكروفون بهذه الطريقة يجعل المستمعين مندمجين مع السيارة ومتطلعين إلى معرفة ما سيحدث بعدئذ، وخاصة عندما تنزل السيارة والشخصية إلى الأسفل.

وهناك خمسة مواقف للمايكروفون. وعلى الكاتب أن يؤثر كل موقف ما عدا الذي تتكلم فيه شخصية ما من المايكروفون مباشرة (on mic) لأن هذا شيء بديهي لا يحتاج إلى تثبيت. إذا كانت الشخصية في مكان آخر وفجأة انتقلت للحديث من خلال المايكروفون مباشرة، عندها يكون تثبيت مصطلح (on mic) ضرورياً. (المواقف هي الآتي):

- **الحديث من الميكروفون مباشرة (On mic)** يقوم المؤدي بالحديث من المايكروفون مباشرة وهذا ما يجعل المستمع يتعاش مع نفس الزمان والمكان الموجود فيه المؤدي.

- **الحديث من الميكروفون عن بعد (off mic):** يكون المتكلم بعيداً نوعاً ما عن المايكروفون. هذا يعطي الانطباع لدى المستمعين بأن الصوت المسموع بعيد عن مركز الحدث ويمكن للكاتب أن ينعو هذه المسافات الصوتية عن طريق الحوار القائم.
- **الظهور التدريجي (fading on):** إنه اقتراب المؤدي البطيء إلى المايكروفون. هذا يجعل المستمع يتصور بأن المؤدي يقترب من مركز الحدث.
- **الخفوت التدريجي (fading off):** ابتعاد المؤدي عن المايكروفون أثناء الكلام، وهذا يعني ابتعاده عن مركز الحدث.
- **وراء الحواجز (behind obstructions):** هذا يعني أن المؤدي يجعل المستمعين يشعرون بأن هناك حاجزاً بينه وبينهم. ويثبت الكاتب ملاحظاته عن الموقف، مثلاً إن المؤدي موجود خلف الباب خارج البيت وربما تحت منصة الفرقة الموسيقية. وهنا قد يقترح الكاتب استخدام أنواع معينة من المايكروفونات مثل المايكروفون المرشح (filter mic) الذي يعطي الانطباع بأن الصوت المسموع منبعث من التليفون. يمكن استخدام طريقة أخرى للبت من خلال استخدام غرفة تسمى بغرفة الصدى (echo chamber) التي تجسد المشهد عن طريق الأصداء الكثيرة التي تجعلك تشعر بأن المتكلم قد ضاع في كهف لا حدود له. وتجدون في أدناه نموذجاً يبين كيفية استخدام المواقف الخمسة للمايكروفون وتثبيتها على النص، مضافاً إليه تعليقاً توضيحياً وليس جزءاً من النص:

التعليق	الفقرة المسموعة
1- يفترض أن تكون الشخصية قريبة جداً من المايكروفون دون ذكر تفاصيل الموقف.	جورج: إنني منهك جداً يا ماريا إذا عشت يوماً مثل هذا اليوم فإني سوف ... (يدق جرس الباب).
	ماريا: ابق في مكانك يا جورج. إنني سأفتح الباب.
	جورج: شكراً، يا عزيزتي. (يدق جرس الباب ثانية).

- 2- يظل انتباه المستمعين مركزاً على جورج بعد أن تغادر ماريا.
 - 3- يجب على جورج أن يجعل المستمعين يشعرون بأنه ينظر إلى ماريا التي وصلت إلى الباب.
 - 4- يصبح موقف ماريا الآن واضحاً للمستمعين من خلال المساحة الصوتية. عندما تقترب ماريا من المايكروفون يشد انتباه المستمعين إليها.
 - 5- هذا هو مثل حي يوضح مفهوم وراء العقبات.
 - 6- يبقى انتباه المستمعين مشدوداً إلى ماريا. يكون جورج الآن "لصيقاً" بالمايكروفون.
 - 7- لاحظ انتقال انتباه المستمعين. يكون المستمعون الآن مع ماريا وهو يسمع جورج متكلماً مع ماريا من الطرف الآخر للفرقة. يقترب جورج تدريجياً من المكان الذي يتوحد فيه المستمعون مع ماريا. أخيراً، يصل جورج إلى المكان المهم.
- ماريا: (تقترب ببطئ) إنني قادمة. يا للعجب!! من يأتي بمثل هذه الساعة!!
- جورج: تأكدي من شخصية الطارق قبل فتح الباب.
- ماريا: (تبتعد) حسناً يا جورج.
- (من المايكروفون مباشرة) من الطارق؟
- مراسل: (خلف الباب) برقية إلى السيد جورج كرو.
- ماريا: لحظة من فضلك. (تتأدى) جورج، برقية لك.
- جورج: (بعيداً) وقعي نيابة عني يا ماريا.
- ماريا: نعم. (يسمع صرير فتح الباب) سأوقع. (يسمع صوت قطعة من الورق وهي تسلم إلى ماريا ويسمع أيضاً صوت قلم الرصاص).
- مراسل: شكراً لك يا سيدتي (يسمع صوت إغلاق الباب).
- ماريا: (صوت فتح البرقية). سأفتحها و... (صمت لفترة قصيرة).
- جورج: (بعيداً) حسناً يا ماريا، من هو مرسل البرقية؟ (الصمت مستمر).
- جورج: (يقترب من المايكروفون ببطئ).
- ماريا - يال السماء - ماذا حدث؟ ماذا تقول البرقية؟ (من المايكروفون مباشرة). ماريا، دعيني أقرأ تلك البرقية.

المؤثرات الصوتية Sound Effects

هناك مجموعتان رئيسيتان من المؤثرات الصوتية: المجموعة المسجلة والمجموعة اليدوية. إن أي تأثير صوتي مرغوب، في واقع الحال، يمكن أن يوجد في داخل القرص المدمج CD أو في داخل شريط التسجيل التقليدي. تكون المؤثرات الصوتية اليدوية الحية أكثر تأثيراً من سواها. تشمل المؤثرات اليدوية أصواتاً مثل فتح وغلق الباب (هذه الأصوات التي يمكن أن تنبعث من الباب الصغير الفعلي الموجود قرب المايكروفون) وأصوات خشخشة ورق السلوفان الذي يوحى بصوت النار المشتعلة. هناك بعض المؤثرات الطبيعية مثل أصوات المشي التي يلتقطها المايكروفون الموضوع قرب الشخص السائر. يمكن أن تمزج المؤثرات اليدوية والطبيعية والمسجلة.

وبإلحاق الكتاب غير المجربين أحياناً في استخدام الصوت وهنا لابد إن تستخدم المؤثرات الصوتية في المواقف التي تستدعي ذلك فقط والتي يكون لها وقعٌ إيجابي على المستمع. أرجو إن تتذكر نفسك وأنت تصغي إلى الراديو ، مثلاً، إن طبقة الصوت العالية توحى بالقمة أو بشيء مزعج، بينما طبقة الصوت الخفيض توحى بالهدوء والطمأنينة. هناك استثناءات لهذه التعميمات. فمثلاً، الصوت الخفيف قد يوحى أحياناً بنذير شؤم وليس بجو رومانسي هادئ. يمكن أن تستخدم المؤثرات الصوتية لتحقيق أهداف متعددة منها:

- **تحديد مكان وزمان المشهد:** إن أصوات الأقدام الزاحفة ورنين الأبواب الحديدية وصوت الصافرة، توحى بأن المكان هو سجن أما صوت موسيقى الكمان الناعمة وأصوات الأقداح والهمسات، كل ذلك يوحى بأن المكان هو مطعم، ربما مطعم هنغاري أو روسي قديم.
- **توجيه انتباه المستمعين وعواطفهم:** بإمكان التركيز على صوت مميز إن يوجه المستمعين إلى ما يبغيه الكاتب. فمثلاً، يوجه ضرب المطرقة بعنف في قاعة المحكمة انتباه المشاهدين تجاه منصة القاضي. وعندما يعرف المستمعون بأن شخصاً ما موجود في أحد البيوت وهو عرضة لأن يقتل، فإن خطوات السير التي يتبعها الطرق على أحد الأبواب تستد انتباه المستمعين صوب الباب الأمامية وجعلهم يتوقعون عمليات تهريب وعنف.

- **الإيحاءات الزمانية :** من البديهي أن دقائق الساعة هي خير ما يشير إلى الزمن. هناك وسائل أخرى: صدق خطوات على الرصيف بدون مراقبة صوت معين تدل على أن الشارع خال أثناء الليل أو في الصباح الباكر. وإذا ذكر في البرنامج بأن أحد قطارات الشحن يمر خلال وقت معين، فكل مرة يمر فيها ذلك القطار يجعل المستمعين يعرفون مرور الوقت وعدد الساعات أيضاً.
- **الأجواء النفسية:** إن أصوات الضحك، والموسيقى الصاخبة ورنين الكؤوس، كل ذلك يوحي بأن هناك حفلة. إن هذه الأصوات توحى بجو الحفلة أفضل من أصوات الهمسات والموسيقى الهادئة المنبعثة من رباعي موسيقي وتري. يمكن أن يستخدم الصوت على نحو مؤثر من خلال مصاحبته لمزاج شخصية معينة. ويمكن كشف مواقف ومشاعر إنسان قلق ومتجهم الوجه وكثير، عن طريق وضع ذلك الإنسان في وسط حفلة صاخبة.
- **إيضاح الدخول والخروج:** إن أصوات الخطوات المتلاشية وفتح وغلق باب ما، أو عكس ذلك أي فتح وغلق باب ما وأصوات خطوات قادمة، كل ذلك يعني إما خروج أو دخول (exit or entrance). ويمكن استخدام أصوات أخرى للدلالة على قدوم شخصية معينة أو على مغادرتها لمكان معين. ويمكن أن تجسد مغادرة جندي ما لجزيرة محاطة بالغابات الكثيفة التي يحكمها الأعداء من خلال أصوات مجاذيف القارب والعبارات النارية وأصوات طيور وحيوانات الجزيرة العالية والمتقطعة. إذا ظلت أصوات الحيوانات والطيور والعبارات مستمرة وتلاشت أصوات المجاذيف، فمعنى ذلك أن الجندي نجح في مغادرة الجزيرة. أما إذا ظلت أصوات المجاذيف منطلقاً من المايكروفون القريب جداً (on mic) فهذا يعني أن الجندي لا يزال داخل الحدود الجغرافية للجزيرة.
- **بيان الانتقال:** إذا كان هدف الانتقال هو الإشارة إلى تغير المكان فافضل وسيلة هنا هي أصوات وسائل النقل. فمثلاً نسمع أحد الخريجين الذي هو على وشك أن يغادر بلده، يكرر عبارات الوداع. وتلاشى عبارات الوداع لتحل محلها أصوات هدير الطائرة والأخيرة بدورها تذوب لتحل محلها أصوات مدينة كبيرة. تتحول هذه الأصوات الهادرة إلى حوار بين ذلك الخريج وبين مؤجر شقة. ولا يحقق هذا الانتقال المكاني سوى الأصوات المعبرة.

وعندما يراد لهذا الانتقال أن يدل على مرور الزمن، فخير وسيلة يمكن أن تستعمل هنا هو جهاز الساعة. فدقة الساعة الثالثة يمكن أن تتبع بدقات أخرى حتى الساعة السادسة مثلاً. ويمكن للصوت الدال على الانتقال أن يكون ذو طبيعة شمولية وغير محددة. فمثلاً، إن أصوات الشارع المختلطة يمكن أن يكون لها دلالتان: تغير المكان و مرور الزمن. هذا ما نجده مثلاً في أحد الإعلانات التجارية التي يظهر فيها إنسان ذاهب إلى أحد المخازن لشراء مادة معينة. ويكون خلط الأصوات مؤثراً عندما يعجز الصوت الواحد عن تحقيق الهدف المنشود. وفي المسلسلات غير الدرامية، يمكن أن يجري هذا الانتقال بين فقرات تلك المسلسلات. وفي بعض المواقف يتحد الصوت مع البرنامج ككل وليس مع مواقف معينة فيه.

- **ابتكار مؤثرات غير واقعية:** إن مزج الصوت مع الموسيقى يمكن أن يستخدم من أجل ابتكار مؤثرات غير واقعية تقريباً. وهذه تتراوح بين البسيطة جداً والمعقدة جداً. يمكن للصوت أن يحقق عدة أهداف في وقت واحد. ربما لاحظ الشباب المولعون بالإصغاء إلى البرامج الإذاعية القديمة تلك المؤثرات الصوتية التي كانت ترافق (جاك بني) عند زيارته المتكررة إلى سردابه الخاص. إن الأصوات تحقق تجسيد الزمان والحالة النفسية وتوجيه اهتمام وعواطف المستمعين وتؤثر إلى الخروج والدخول وتمين الانتقالات بين الأماكن المختلفة و مرور الزمن وأخيراً ابتكار مؤثرات غير واقعية.

أصوات: خطوات ... فتح الباب ... خطوات إلى الأسفل ...

فتح باب حديدي...احتكاك السلاسل الحديدية ... صرير الباب ...

باب حديدي ثقيل تصدر أصوات عالية ... دوران مقبض الباب ... خطوتان إضافيتان (حوار بين الحارس و جاك) ... صوت خفيف صادر من باب السرداب ... صوت خفيض... صوت خفيض للمقبض وهو يدور حول نفسه... دوران مقبض الباب ... أصوات أجهزة التبيه والأجراس... صافرات... أشياء تسقط أرضاً.

علينا إن نتذكر بأن الأصوات المتعددة، بغض النظر عن كيفية استخدامها، لا يمكن للمستمعين أن يشخصوها بسرعة بل أحيانا يختلط عليهم أمر التشخيص. وعلى الكاتب أن يحدد طبيعة الأصوات من خلال الحوار. فعلى سبيل المثال، إن خشخشة الورق يمكن أن يصور لهيب النار وأن فتح وغلق جارور الطاولة يمكن أن يوحي بأشياء متعددة. لنقرأ المسلسل التالي الذي يحاول إن يجعل الأصوات معبرة وطبيعية ومتناغمة مع الحوار:

دك: (يقلب أوراق المخطوط): لم أكتب طوال حياتي مثل هذه التفاهات.

آني: حتى لو لم يعجبك هذا المخطوط، فربما سيجلب لك المال الوفير عند طبعه.

دك: (يقلب الصفحات ثانية): ثلاثمائة واثنان وأربعون صفحة مليئة بالأمور التافهة. أقرئها بتمعن. إن الصفحات تبدو غير مترابطة ومشوشة (صوت فتح جارور الطاولة). هذا هو المكان المناسب لها. (صوت المخطوط وهو يرمى في داخل الجارور).

آني: لا تفلق جارور الطاولة.

دك: كلا. إن جارور الطاولة هو المكان المناسب لاحتواء المخطوطات الميتة والردیثة. (صوت الجارور وهو يفلق). آمين

الموسيقى Music

تلعب الموسيقى في الوقت الحاضر دوراً أساسياً في البرامج الإذاعية. وعلى الكاتب إن يعرف كيفية استخدام الموسيقى كعامل مساعد أو كحلقة وصل أو كمؤثرات صوتية أو كوسيلة من وسائل تجسيد خلفية البرنامج أو الوضع النفسي العام. (هذه مجموعة من المصطلحات التي يتوجب على الكاتب الإلمام بها):

- **المضمون (content):** هي الموسيقى المسجلة على قرص والتي تكون الموسيقى التصويرية لبرنامج ما.
- **المادة المهيأة (bed):** هي المادة التي يهيئها المذيع لبرنامج ما.

- **الموسيقى المميزة (theme):** قبل نصف قرن، وكان مستمعو أغنية "قاعة الرقص الخادعة" يعرفون حالاً بأن نجم الغناء كان (مارتن بلوك). إن المقاطع الموسيقية الأولى لأغنية "ازدهار الحب" أنبأتهم بعدئذ بأن (جاك بيني) كان على وشك البروز، وكذلك أغنية "ليلة قاسية" هيأتهم للاعتراف بمجموعة "البيتلز" كنجوم للساحة الغنائية وقتئذ، وأغنية "الفتاة المادية" قدمت لهم (مادونا) وأغنية (بيلي جاين) كانت بداية نجومية (مايكل جاكسون).

ويمكن للموسيقى أن تستخدم كموضوع رئيس لبرنامج معين أو لتقديم حادثة معينة أو التعريف بشخصية معروفة. إن السماع الأول للفكرة Theme الموسيقية يحدد نوع و فحوى البرنامج. يمكن أن تستخدم الفكرة للإعلان عن بداية البرنامج أو نهايته وكذلك تستعمل كفترة توقف للإعلانات. خذ هذا النص على سبيل المثال:

موسيقى: موسيقى أغنية "دوران الساعة"

ديجاي: أهلاً بكم ثانية للاستمتاع إلى حلقة أخرى من برنامج "نجوم غناء الروك الأمريكي". سنقدم لكم خلال هذا البرنامج المعلومات والثروة وأحد الضيوف الذي سيجري معه مضيفكم المخلص (جو ديجاي).

موسيقى.

[إعلان تجاري

ديجاي: أولاً سنستضيف هذه الشخصية المعروفة، هي الشخصية التي هي ألمع نجوم هذا الزمن في هذا البلد وفي بلدان العالم الأخرى.

موسيقى: موسيقى أغنية "وُلِدَ في الولايات المتحدة"

ديجاي: مرحباً بـ (بروس سبرينشتاين) في برنامج نجوم غناء الروك الأمريكي.

موسيقى: تتلاشى.

ديجاي: بروس، ما الذي أتى بك إلى هذه المدينة؟

قبل ختام برنامج (ديجاي) وبعد الاستماع إلى الإعلان التجاري الآخر، نستمع إلى الموسيقى الرئيسية التي ابتدأ بها البرنامج لتبيان ختام البرنامج.

• **الفاصلة الموسيقية:** تستعمل الفاصلة الموسيقية، التي هي من أكثر الأساليب الإذاعية انتشاراً، من أجل الربط الإذاعي أو من أجل الانتقالات. إنها تستعمل للدلالة على التوقيعات داخل البرنامج ومن أجل الربط بينها. ويستعمل هذا الأسلوب أيضاً للتفريق بين الإعلان التجاري المفروض على البرنامج وبين البرنامج نفسه. في المسلسلات الدرامية، وحتى الإعلانات، وعادة ما يستخدم هذا الأسلوب الموسيقي للدلالة على تغيير المكان أو على مرور الزمن يجب الانتباه إلى أن الفاصلة الموسيقية تمثل الجو النفسي وكذلك المضامين التي توحىها لحظة معينة. ولا يستغرق وقت الفاصلة الموسيقية أكثر من بضع ثوانٍ، وأحياناً ثانية واحدة أو ثلاثين وفي هذه الحالة تسمى "وخزة" (stab). لاحظ الفاصلة الموسيقية المثبتة في النموذج التالي:

صوت ماء مسكوب من أحد الحمامات.

جون: طعم هذا جيد.

ماري: لكنه ليس بجودة معجون أسنان (انجلمنت)

جون: شكراً على تزويدي بهذه المعلومة. إنني أحتاج كل ما هو متطور.

موسيقى: فاصلة موسيقية.

صوت: أصوات منبثة من صيدلية.

جون: اعطني معجون أسنان (انجلمنت)، رجاءً.

الصيدلي: نعم يا سيدي إنها أكثر المعاجين مبيعاً.

صوت: صوت ينبعث من أمين الصندوق.

موسيقى: فاصلة موسيقية.

جون: ماري، ماري، لقد حصلت على ما أبغيه من الجودة.

ماري: شكراً لمعجون (انجلمنت) يا جون.

موسيقى: موسيقى قصيرة وتوقف.

- **المؤثرات الصوتية:** إن الأصوات المنبعثة من آلات النقر وآلات النفخ الموسيقية، على سبيل المثال، يمكن أن تعطي أو تكثف الشعور بالعاصفة أفضل بكثير من الأصوات المنبعثة من المؤثرات الصوتية وحدها. ولا يمكن تقديم بعض المؤثرات إلا من خلال الموسيقى. إذا كان هناك موقفاً يسقط فيه شخص ما من قمة بناية عالية إلى الأرض ليحدث ضجة صوتية عالية، فإن الموسيقى هي أفضل ما يجسد هذا الموقف في الراديو.

- **تجسيد الخلفية أو الجو النفسي:** يمكن للموسيقى إن تكشف محتوى السلسل الإذاعي والجو النفسي العام فيه. مع ذلك تبقى الموسيقى عاملاً مساعداً لا ينبغي إبرازه أو إعطاؤه مساحة كبيرة. إذا انسجم المستمع كثيراً مع الموسيقى التي ترافق إعلاناً تجارياً، فإن هذا المستمع قد يعتمد عنه وينسى مضمون ذلك الإعلان. ويجب على الموسيقى أن تؤدي دورها دون أن يدرك المستمع ذلك الدور بوعي تام، يجب عدم استعمال الموسيقى التي تجسد الخلفية والجو النفسي العام بصورة مفرطة وزائدة عن اللازم، كما ويجب عدم استخدام القطع الموسيقية الشهيرة جداً والمألوفة بالنسبة للمستمع لأن ذلك يبعده عن المضمون الأساس للبرنامج الإذاعي.

بعض المصطلحات والتقنيات الموسيقية والصوتية

Sound and Music Techniques and Terms

يستعمل الكتاب عدة مصطلحات مهمة من أجل تحديد نوعية الأصوات والموسيقى التي ترافق النص المكتوب، وهذه المصطلحات مستخدمة في غرفة السيطرة، مثل:

- **الانتقال الهادئ (segue):** وهو الانتقال من صوت إلى آخر على نحو هادئ ودون ضجة يستخدم هذا الأسلوب، بصورة خاصة، عند الانتقال من إيقاع موسيقي إلى آخر، كذلك في بعض البرامج كما في المثال التالي:

المذيع: يستمر برنامجنا في تقديم مقاطع من المؤلفات الموسيقية المشهورة التي تعالج
لأمساء روميو وجوليت. نستمع أولاً إلى افتتاحية روميو وجوليت لجايكوفسكي،
بعدئذٍ إلى بالية روميو وجوليت لبروكوفيت وأخيراً إلى أوبرا روميو وجوليت لكونوند.
موسيقى: افتتاحية روميو و جوليت لجايكوفسكي، ثم الانتقال الهادئ إلى باليه
روميو وجوليت لبروكوفيت، يتبعه انتقال هادئ آخر روميو وجوليت لكونوند.
المذيع: لقد استمعتم إلى ...

انظر إلى المسلسل الإعلاني التالي:

المذيع: الآن دعنا نتكلم قليلاً عن عصير (ملفاير).
موسيقى: تستمر لمدة خمس ثوانٍ ثم يتبعها انتقال هادئ إلى رنين الكؤوس.
صوت: رنين الكؤوس مع رجال يتجاذبون أطراف الحديث.
الموسيقى مستمرة

- **التبهيث (Cross- Fade):** يستعمل هذا المصطلح أحياناً بدل مصطلح (الانتقال الهادئ). وأحياناً يستخدم عندما يكون هناك انتقال من نغم صاخب إلى آخر هادئ، بينما (الانتقال الهادئ) يحدث عند الانتقال المفاجئ من نغم إلى آخر مشابه له.
- **الدمج (blending):** يشير هذا المصطلح إلى خلط عدة أصوات وبثها على الهواء في آن واحد، يمكن أن يكون الدمج هذا بين حوار موسيقى ومؤثرات صوتية، مؤثرات صوتية وموسيقى أو دمج هذه الأصوات جميعاً سوية.
- **القطع (cutting):** وهو الإيقاف المفاجئ لصوت معين وتقديم آخر بدله. يمكن أن يستعمل هذا القطع للانتقال من مايكروفون معين إلى آخر أو إلى مصادر صوتية مختلفة. خذ المثال التالي:

المذيع: ننقل الآن إلى ساحة (تايمز) حيث يكون توم روجرز معداً لتقديم برنامجه "مايكرووفون التحقيقات".

انتقال إلى روجرز الموجود في ساحة (تايمز)

روجرز: طاب مساؤكم. سيكون لقائنا الأول مع ...

- **ظهور الصوت وتلاشيهِ (fade - in or fade - out):** يستعمل هذا الأسلوب عندما يكون هناك حوار بين شخصين، بعدئذ تأتي الموسيقى لتحديد الانفعال أو الهدوء الذي يرافق ذلك الحوار، وهذا ما يحدده الكاتب بمبارتي (fade-in) التي تعني (الارتقاء) أو (fade-out) التي تعني (الانخفاض). يوضح المثال التالي هذا المصطلح:

موسيقى

المذيع: نرحب بكم في برنامج "راين روبرت".

موسيقى: ترتفع قليلاً لمدة خمس ثوان ثم تخفت.

المذيع: هذا هو راين روبرت وهو مستعد أن يجلب لك أفضل الخرائط. لنبدأ بالخريطة

رقم واحد، وهي خريطة بالوعة المطبخ ...

موسيقى: موسيقى هادئة ثم تتلاشى

المذيع: حسناً، انك تعرفها. إنها بالوعة المطبخ مع "الأواني القذرة"

موسيقى: سريعة ثم تتلاشى تدريجياً.

الاستوديو The Studio

يمكن للعدد المادي للاستوديو أن تؤثر في الأهداف التي يرمي الكاتب الوصول إليها. على الكاتب أن يعرف سعة الاستوديو وفيما إذا كانت تتوفر فيه الأجهزة الضرورية لإخراج النص على نحو جيد. إن أغلب الاستوديوهات المحترفة هي

استوديوهات جيدة من الناحية الصوتية، إلا أن البعض منها لا يكون كذلك. لذلك ينبغي على الكاتب أن يعرف فيما إذا كان من الممكن إنجاز الحساسية الصوتية المطلوبة لنصه في الاستوديو المعني. وعلى الرغم من أن العديد من المحطات الموسيقية لا تحتوي على استوديو منفصل، فإنه يجري تسجيل أو بث أغلب البرامج من غرفة السيطرة، إلا أن بعض المحطات تمتلك استوديوهات منفصلة لإجراء الحلقات النقاشية والمقابلات وإخراج بعض البرامج الأخرى. يجب أن يحتوي الاستوديو على المايكروفونات والأجهزة الأخرى مثل أجهزة المؤثرات الصوتية اليدوية التي يحتاجها إخراج البرامج الحية.

غرفة السيطرة The Control Room

تقع غرفة السيطرة في وسط العمليات الإذاعية حيث تتألف هناك كل الأصوات - الأحاديث والموسيقى والمؤثرات. يمزج المهندس الإذاعي كل هذه الأصوات مع بعضها ويبتها بمهارة إلى المستمع. إن لوحة السيطرة تنظم جهاز الصوت وتمزج وترفع الأصوات حسب ما يتطلبه الموقف. عادة ما تحتوي غرفة السيطرة على القرص المدمج (CD) وعلى أشرطة التسجيل والمايكروفونات التي تبث ما يقوله المذيعون وما ترسله الأقراص المدمجة. كما تتضمن غرفة السيطرة المواد الخام لتسجيل برنامج كامل بيت في مرحلة لاحقة.

مصطلحات إذاعية إضافية More Radio Terminology

على الكاتب أن يعرف المصطلحات التي غالباً ما تظهر في النص الإذاعي الذي يكتبه المخرج. وهذه بعض تلك المصطلحات المختصرة:

القرار الموسيقي	BED
المؤثرات الصوتية	SFX
المواد المسجلة مسبقاً	CART
المسجل الصوتي التقليدي الذي يقوم بمهمته الـ (CART) أحياناً وليس غالباً	ATR

RT	بكرة التسجيل
CD	القرص المدمج
MIC	الميكروفون

التطبيق والمراجعة Application and Review

التلفزيون Television

- 1- اكتب نصاً لمشهد قصير تستخدم فيه حركات الكاميرا التالية: حركة الاقتراب على عجلة، حركة الابتعاد على عجلة، حركة استعراضية، حركة متابعة، حركة الرافعة، والحركة الانقضاضية (الزووم).
- 2- اكتب نصاً لمشهد قصير تبين فيه اللقطات التالية: لقطة مقربة، لقطة متوسطة، لقطة طويلة، لقطة طويلة جداً، لقطة مقربة جداً.
- 3- اكتب نصاً لمشهد قصير تبين فيه المؤثرات التالية: التلاشي، الظهور، التحليل، المسح، والتركيب.
- 4- شاهد بعض البرامج التلفزيونية وحلّل حركات الكاميرا؛ وأنواع اللقطات، ومؤثرات المونتاج، وهل يمكنك أن توضح مساهمات الكاتب في استخدام هذه الفنون بشكل يميزها عن مساهمات المخرج؟

الراديو Radio

- 1- اكتب نصاً لمشهد قصير تستخدم فيه المواقع الخمسة للميكروفون: أمام الميكروفون، بعيداً عن الميكروفون، ظهور الصوت، تلاشي الصوت، والصوت من وراء حاجز.
- 2- اكتب نصاً لمشهد قصير أو أكثر تستخدم فيه المؤثرات الصوتية لتحديد العناصر المكانية، وتوجيه انتباه الجمهور من خلال التأكيد على صوت محدد، وتحديد الزمن، والمزاج، وبيان المداخل والمخارج، والحصول على انتقال.

- 3- اكتب نصاً لمشهد قصير أو أكثر تستخدم فيه الموسيقى كجسر للربط، وكمؤثر صوتي، ولإنشاء خلفية.
- 4- اكتب نصاً لمشهد قصير تستخدم فيه الفنون التالية: الانتقال السلس من صوت لآخر، التلاشي المتداخل، المزج، القطع، والظهور والتلاشي.

صياغة النص والاسلوب

Format and Style

الهيئة Format

تختلف صياغة النصوص باختلاف المحطات وشركات الإنتاج الخاصة. غير أن المعايير التقليدية وصيغ النصوص الأساسية لا تزال تستخدم على نطاق واسع. وفي هذه الفصول نقدم أنواع هذه الصيغ مع أمثلة توضيحية لبعض منها. وبقدر الإمكان، سنقدم النصوص كما كتبت أو أنتجت من أجل تنفيذها. و الاختلاف الرئيسي يتمثل في أن نصوص الإذاعة والتلفزيون تكتب بترك سطر فارغ بين كل سطرين ليسهل على المودي قراءتها وعلى المخرج وياقي أعضاء فريق الإنتاج كتابة ملاحظاتهم، أما في هذا الكتاب - ومن أجل الاقتصاد في المساحة - فقد كتبت العديد من النصوص دون ترك سطر فارغ بين سطرين وطبعت بطريقة تضيد الحروف لا بطريقة الطباعة الاعتيادية.

هناك أربع صيغ أساسية في كتابة نصوص الإذاعة والتلفزيون: (1) صيغة العمود الواحد الخاصة بالكتابة الإذاعية، (2) صيغة العمود الواحد التي تستخدم في بعض الأحيان في الكتابة للتلفزيون، (3) صيغة العمودين الخاصة بالكتابة للتلفزيون، حيث يكون النص الخاص بالمادة المرئية على اليسار والنص الخاص بالمادة المسموعة على اليمين. (4) الصيغة الخاصة بالكتابة للأفلام والسينما مع ترقيم كل لقطة أو

حدث حسب تتابعها وترتيبها. وقد تكتب النصوص الإذاعية بشكلها النهائي المقدم للإنتاج بعمودين وذلك بكتابة المصادر التقنية على اليسار والسيناريو على اليمين. وفي بعض الأحيان تكتب النصوص التلفزيونية بعمودين حيث تكون المادة المسموعة على اليسار والمادة المرئية على اليمين (إن كنت تقرأ هذا الكتاب كجزء من منهج دراسي لتعليم الكتابة للإذاعة والتلفزيون أو السينما، فقد ينصح المدرس باستخدام صيغة معينة، سواء كانت إحدى هذه الصيغ أو صيغ أخرى. المهم أن تتماشى هذه الصيغة مع ما تكتبه).

إن صيغة العمود الواحد المستخدمة لكتابة النصوص الإذاعية تختلف عن تلك المستخدمة لكتابة النصوص التلفزيونية. ويشبه النص التلفزيوني المكتوب بصيغة العمود الواحد النص المسرحي مع وجود فرق بسيط بالنسبة للنص المسرحي هو إضافة التوجيهات الأساسية والمهمة الخاصة بحركات الشخصيات وعدم إدراج التوجيهات الخاصة بالتقنيات السمعية والمرئية. وبما أن الراديو ليس وسيلة إعلام مرئية فإن الموسيقى والمؤثرات الصوتية ومواقع الميكروفون تعد أجزاء مهمة وأساسية في النص.

وفي صيغة العمودين الخاصة بالكتابة للتلفزيون، نجد التوجيهات الخاصة بالمادة المرئية على جهة اليسار والتوجيهات الخاصة بالمادة المسموعة بضمنها الحوار على جهة اليمين. ويتضمن العمود الخاص بالمادة المرئية كل التوجيهات التي يعتبرها الكاتب مهمة. وعلى الرغم من أنه لا يمكن دائماً تحذير الكاتب من التجاوز على سلطة المخرج - لا يستطيع العديد من الكتاب أن يتمتع عن كتابة بعض التوجيهات الإخراجية مثل اقطع، قرب الصورة أو أبعداها في نهاية كل مشهد - فإنه كثيراً ما يستخدم الكاتب صوراً مرئية عوضاً عن الحوار في رواية القصة، وكل هذه الأمور يجب أن تدرج في النص.

أما في صيغة العمودين الخاصة بالإذاعة فتكون التوجيهات الخاصة بالإنتاج على اليسار متضمنة إشارات شريط وأي ميكروفون سيستخدم وأي الآلات سيتم تشغيلها. وتكون التوجيهات التي نجدها عادة في صيغة النص الإذاعي المكون من عمود واحد على اليمين.

وعلى الرغم من أن صيغ الكتابة المستخدمة تختلف بين محطة وأخرى، إلا أن صيغة كتابة النصوص بعمودين كثيراً ما تستخدم في الإنتاج التلفزيوني المسجل على أشرطة الفيديو أو في إنتاج بعض الأفلام الوثائقية والتسجيلية. كما أن صيغة العمودين هي الصيغة التقليدية المناسبة لعروض الأخبار التلفزيونية.

وتستخدم النصوص السينمائية الدرامية التي قد تتضمن أو لا تتضمن ترقيماً لتتابع الأحداث في إنتاج الأفلام الدرامية ومن ضمنها الإعلانات التجارية. ويفضل بعض الكتاب عدم ترقيم الأحداث حسب تتابعها لأن الترقيم يجعل النص من وجهة نظرهم، يبدو تقنياً أكثر مما ينبغي ويعيق مسار القصة وأحداثها. بينما يستعمل كتاب آخرون الترقيم لتسهيل تحديد تتابع وتسلسل بعض المفردات لأغراض النشر، تماماً مثلما يحتاج المنتج أو المخرج الترقيم ليسهل عليهما تخطيط المشاهد وتحديد مواقع التصوير وأوقات حضور الممثلين. تصور المشاهد السينمائية بدون تتابع، فتصور كل المشاهد التي تقع أحداثها في موقع معين دون الأخذ بنظر الاعتبار ما إذا كانت متتابعة زمنياً في النص. ويمتد بعض الكتاب والمخرجين أن الترقيم يساعد على فهم متطلبات إنتاج نص معين بشكل أفضل. فمثلاً قد تكون ميزانية معينة مناسبة لإنتاج 150 مشهداً مختلفاً، ولكنها قد لا تكون مناسبة لإنتاج 250 مشهداً.

ويبدأ إعداد النص بكتابة ملخص أو مخطط، سواء كان النص لإعلان تجاري مدته 30 ثانية أو لعمل درامي مدته ساعتين ويكون الملخص أو المخطط عبارة عن رؤيا عامة مختصرة للنص المكتوب بشكل روائي. أما المعالجة أو السيناريو فهو شرح تفصيلي لأحداث النص وفق تتابعها الزمني مع إعطاء معلومات عن الموقع والحبكة والشخصيات وأمثلة على الحوار. وقد يتكون ملخص أو مخطط إعلان تجاري من عدة جمل، ويتفاوت السيناريو ما بين فقرة إلى صفحة واحدة. أما بالنسبة للملخص عمل درامي أو وثائقي مدته ساعة واحدة فقد يتكون من صفحة واحدة أو صفحتين أما السيناريو فيكون حوالي خمس طول النص للكلي المزمع كتابته. لقد تم تناول موضوع تطوير المعالجة الدرامية لتلائم عملاً مسرحياً بالتفصيل في الفصل العاشر.

قد توضع أسماء الشخصيات في الوسط بدلاً من وضعها على اليسار في صيغ كتابة النصوص بعمود واحد، وفي بعض الأحيان في صيغ الكتابة بعمودين:

يستديران ببطي، ليصبجا وجهاً لوجه ويقبل أحدهما الآخر
كلاديس: لم أشعر بهذا القدر من الجمال عندما كنت في العشرين من عمري
ريجنال (مبتسماً): ولا أنا، ذلك لأننا لم نكن نحب بعضنا بهذا القدر عندما كنا في
العشرين من عمرنا.
يتلاشى المشهد تدريجياً ليظهر محله مشهد آخر عند مدخل بيت ساحلي.

النص التلفزيوني - بعمودين اللقطة المسموعة

النص التلفزيوني بعمودين

اللقطة المصورة

تتضح الصورة تدريجياً لمشهد على
ساحل البحر عند شروق الشمس تدور
الكاميرا على طول الساحل حيث
تتكسر الأمواج على رمال الشاطئ
تقرب الصورة ببطء

كلاديس وريجنال واقفان يداً بيد على بعد
عند حافة الماء محدقين باتجاه البحر. انهما
في الستين من العمر، إلا أن هياتهما وإشراق
وجهيهما يجعلهما يبدو أن أصغر سنًا بكثير.
يستديران ببطي، باتجاه بعضهما ويبقى
وجههما متقاربين جداً.
كلاديس: لم أشعر بهذا القدر من الجمال
عندما كنت في العشرين من عمري.
ريجنال (مبتسماً): ولا أنا، ذلك لأننا لم
نكن نحب بعضنا بهذا القدر عندما كنا في
ذلك السن.

يتلاشى المشهد تدريجياً ليظهر مشهد
آخر عند مدخل بيت ساحلي - الوقت
صباحاً.

ينفتح الباب ويدخل كلا من كلاديس
وريجنال يداً بيد وهما يضحكان.

الفيلم Film

يشير الترقيم في النص التالي إلى كل لقطة من اللقطات أو إلى تسلسل المشاهد. ويسهل الترقيم عملية تحديد المشاهد التي سيتم تصويرها في يوم معين ووقت معين، مثلاً الثلاثاء، الاستدعاء عند الساعة صباحاً، الموقع غرفة المعيشة - تصوير المشاهد 42، 45، 46، 78، 79، 82.

تتضح الصورة تدريجياً:

- 1- مشهد خارجي،
- 2- ساحل البحر - عند شروق الشمس.
- 3- تدوير الكاميرا على طول الساحل حيث تنكسر الأمواج على رمال الشاطئ.
- مشهد خارجي، ساحل البحر - عند شروق الشمس.
- يشاهد شخصان واقفان على بعد بمفردهما ومن حولهما تمتد الرمال ومياه البحر.
- 4- تقترب الكاميرا ببطء حتى يتضح لنا أن هذان الشخصان رجل وامرأة.
- 5- لقطة متوسطة البعد.
- الرجل والمرأة واقفان يداً بيد عند حافة الماء، ينظران باتجاه البحر. إنهما في الستين من العمر، إلا أن هياتهما وإشراق وجهيهما يجعلهما يبدوان أصغر سناً بكثير.
- 6- لقطة متوسطة، من زاوية معاكسة.
- يستديران ببطء باتجاه بعضهما ويقبل أحدهما الآخر.
- 7- لقطة قريبة.
- 8- لقطة متوسطة القرب.
- وجهاهما متقاربان من بعضهما جداً
- كلاديس: لم أشعر بهذا القدر من الجمال عندما كنت في العشرين
- 9- لقطة قريبة.
- ريجنال (مبتسماً)
- ولا أنا، ذلك لأننا لم نكن نحب بعضنا بهذا القدر في ذلك السن.
- انتقال إلى:
- 10- مدخل بيت ساحلي - مدخل غرفة المعيشة - الوقت صباحاً.
- يفتح الباب ويدخل كلا من كلاديس وريجنال يداً بيد وهما يضحكان.

النص الإذاعي Radio Script

لاحظ كم هو ضروري زيادة مساحة الحوار لتقل نفس القصة بالصوت فقط.

الصوت: أصوات أمواج البحر والنوارس ووقع أقدام شخصين يسيران على الرمال، يقترب صوت البحر أكثر كلما اقترب الشخصان من الماء.
كلاديس (تقترب الصورة): البحر جميل جداً. أتذكر أنني جئت هنا قبل أربعين عاماً. كنت في العشرين من عمري.
ريجنال: وأنا أيضاً أتذكر هذا الساحل يا كلاديس.
كلاديس: لم أشعر إنه بهذا القدر من الجمال حينها كما أشعر الآن.
صوت: صوت خافت لتبادل القبل.
ريجنال: ولا أنا، ذلك لأننا لم نكن نحب بعضنا بهذا القدر عندما كنا في ذلك السن.
كلاديس (تقترح): لنعد إلى البيت الساحلي.
موسيقى: صوت موسيقى تصويرية.
صوت: وقع أقدام كلاديس وريجنال يصعدان سلماً.
صوت باب يفتح
ريجنال: (ضاحكاً): ما أجمل هذا الصباح.
كلاديس: (ضاحكة): ما أروع هذا اليوم.

أشار البروفيسور (كرستوفر أوتون) من كلية امروسن للإنتاج الإذاعي أن النصوص الإذاعية غالباً ما تكتب في صفحات مقسمة. يُخصص الجانب الأيسر عادة للتوجيهات التقنية ولمصادر كل قناة صوتية، ويخصص الجانب الأيمن لوصف النص الذي سيذاع فعلاً مع التوجيهات الخاصة ببداية المشهد ونهايته والحوار. وأكد أوتون على أن تكون المعلومات الخاصة بالنص كاملة تماماً بحيث يضمن الكاتب أن يفهم كل أفراد فريق العمل من مخرج ومهندسين ومنفذين بكل دقة ما

يتوجب على كل واحد منهم فعله ومتى يتوجب عليهم فعله - ولكن يجب أن يكون النص واضحاً إذ تحتاج هيئة الإنتاج أن تؤدي دورها وواجباتها بسرعة وبدون إرباك.

وينصح مدرسو الإنتاج التلفزيوني وكذلك المنتجون باستخدام صيغة النص المجزأ إلى عمودين في الإنتاج الذي يتم داخل الاستوديو أو الذي يتم باستخدام عدة كاميرات وباستخدام صيغة الصفحة الكاملة في الإنتاج الخارجي الذي يتم باستخدام كاميرا واحدة. ويتوجب عليك ككاتب أن تملك تصوراً بالصور التي تريد أن يراها الجمهور، وكذلك يجب أن تصفها في النص الذي تكتبه. ولكن في الوقت الذي تبين فيه للمخرج ما يجب أن يظهره على الشاشة، لا تخبره كيف يقوم بذلك - أي كيف يستخدم الكاميرات وكيف يحرك الموهبة وكيف يجب أن تكون عليه لقطات الكاميرات. هذه مسؤوليات المخرج. ومع ذلك انقل بوضوح الرسالة الصورية كما يجب أن تكون عليه، وأن كان في ذهنك أية مسألة لا يقدر الوصف أن يوضحها تماماً كما ينبغي عند ذلك ادخل وحدد التوجيهات الصورية التي تجدها ضرورية.

ويتضمن كتاب "صيغة كتابة النصوص التلفزيونية والسينمائية للكاتب الحر" الذي أصدرته رابطة كتاب أمريكا مجموعة ممتازة من التوجيهات العملية لكتابة النصوص التلفزيونية المنتجة على شكل أفلام. وفيما يأتي التوجيهات التي اقترحتها الرابطة للصيغة الأساسية لكتابة النص:

- 1- تطبع كل الإرشادات الخاصة بالكاميرا وموقع التصوير ووصف المشهد على طول الصفحة وعرضها.
- 2- يطبع الحوار ضمن عمود يبلغ عرضه تقريباً ثلث إنشاءات ويمتد إلى منتصف الصفحة. ويطبع اسم الشخصية فوق سطر الحوار العائد له مباشرة. تطبع الملاحظات الخاصة بكيفية لفظ السطور بين أقواس تحت اسم الشخصية وإلى يسارها بعض الشيء.
- 3- يكتب الحوار وتوجيهات الكاميرا والموقع وأوصاف المشاهد سطرًا فوق سطر دون ترك فراغ بينها.
- 4- يترك سطر فراغ بين حوار شخصية ما وأخرى أو بين حوار شخصية ما وتوجيهات الكاميرا أو بين لقطة ما وأخرى.

- 5- عندما تكون هناك إشارة إلى طريقة من طرق انتقال المشاهد (كالتبهيث مثلاً)، فإنها تفصل عن كلا المشهدين بترك سطر فارغ.
 - 6- تطبع عناصر كتابة النصوص التالية دائماً بأحرف كبيرة:
 - لقطات الكاميرا وتوجيهات الكاميرا
 - الرموز التي تشير إلى التصوير الداخلي والخارجي
 - الإشارة إلى الموقع (في بداية كل مشهد)
 - الإشارة إلى الوقت إن كان ليلاً أو نهاراً (في بداية كل مشهد)
 - طريقة انتقال المشاهد (عندما تحدد)
 - أسماء جميع الشخصيات (عندما يذكر الاسم فوق الحوار الخاص بهم أو عند ظهورهم لأول مرة في الفقرات التي تصفهم)
- يقدم الكتيب الذي أصدرته الرابطة النص التالي كمثال حيث يبين الجزء الأول منه الصيغة التي سيكتب بها ثم يتم في الصفحات التالية توضيح كيفية عرض القصة والتوجيهات.

الفصل الأول

(يتم تحديد الفصول في النصوص التلفزيونية فقط)

تظهر الصورة بوضوح:

تحديد الموقع إن كان خارجياً أو داخلياً - تحديد الوقت إن كانت اللقطة ستصور ليلاً أو نهاراً - تحديد من سيقف أمام الكاميرا. يطبع وصف المشاهد والشخصيات والأحداث على طول الصفحة وعرضها كما مبين هنا، كما تطبع هنا أيضاً المؤثرات الصوتية والموسيقى.

الشخصية

(توضيح الأسلوب الذي نتحدث به الشخصية)
تكتب هنا أسطر الحوار الفعلي الذي ستقوله الشخصية

الشخصية الثانية

تقول حوارها هنا

الشخصية الثالثة

تتكلم هنا (لاحظ أن كل الحوار يطبع ضمن عمود في منتصف الصفحة)

تطبع بهذا الأسلوب أية إيضاحات أخرى أو حركات كاميرا كلما كان هناك حاجة لها.

التعليمات الخاصة بانتقال المشاهد (كالقطع الفوري أو التبهيت.. الخ).

ملاحظة: قليلاً ما يستخدم الكاتب المحترف تعليمات انتقال المشاهد حيث تترك مثل تلك القرارات للمخرج. يجب الإشارة إلى طريقة انتقال المشهد عندما يتطلب الأمر إعطاء تأثير معين

يطبع هنا المشهد أو اللقطة التالية:

تقترب الصورة وتوضح:

مشهد خارجي لمحطة قطار في الضاحية

لقطة شاملة في وقت متأخر من بعد الظهر

في نهاية يوم من أيام الصيف الحارة. أحد القطارات دخل لتوه المحطة، ويخرج الركاب - وقد وضع بعضهم سترته على يده، وأرخى بعضهم ربطات أعناقهم. وعدد من زوجات هؤلاء المسافرين اليوميين ينتظرونهم في سياراتهم خارج المحطة.

لقطة مزدوجة متوسطة - لجاك دويس وفريد مكالستر

تطبع بهذا الأسلوب أية إيضاحات أخرى أو حركات كاميرا كلما كان هناك حاجة لها.

التعليمات الخاصة بانتقال المشاهد (كالقطع الفوري أو التبهيت.. الخ).

ملاحظة: قليلاً ما يستخدم الكاتب المحترف تعليمات انتقال المشاهد حيث تترك مثل تلك القرارات للمخرج. يجب الإشارة إلى طريقة انتقال المشهد عندما يتطلب الأمر إعطاء تأثير معين.

يطبع هنا المشهد أو اللقطة التالية:

تقترب الصورة وتوضح:

مشهد خارج المحطة قطار في الضاحية

لقطة عامة في وقت متأخر من بعد الظهر

في نهاية يوم من أيام الصيف الحارة. أحد القطارات دخل لتوه المحطة، ويخرج الركاب - وقد وضع بعضهم سترته على يده، وأرخى بعضهم ربطات أعناقهم. وعدد من زوجات هؤلاء المسافرين اليوميين ينتظرونهم في سياراتهم خارج المحطة.

لقطة مزدوجة متوسطة - لجاك دويس وفريد مكالستر

إنهما رجلا أعمال شابان في منتصف العمر هبطا توأ من القطار.

لجاك رقية عريضة كرقبة الثور وأصلع تقريباً وذو بنية قوية ومتناسقة لأنه رياضي سابق. أما فريد فهو مثال للرجل الريفي المترهل البنية، يقضي وقته في شرب المارتين ولعب الجولف.

فريد: هل أنت بحاجة إلى من يوصلك؟

جاك: كلا شكراً،. جوان ستأتي لتقلني. يتلفت إلى السيارات

اعتقد أن ازدحام المرور عطلها

ينطلق صوت بوق سيارة مزعج

فريد (بحزن): يمكنني أن أميز ذلك الصوت العذب في أي مكان. أراك غداً

جاك: أحضر النقود !

يذهب فريد إلى زوجته المنتظرة، في الوقت الذي تقترب فيه الكاميرا من جاك. تستمر عيناه في البحث في منطقة وقوف السيارات الخاصة بالمحطة، وخلفه، يمكن رؤية القطار خارجاً من المحطة.

تعايير جاك - تدور الكاميرا - ساحة وقوف السيارات الخاصة بالمحطة.

إنها الآن خالية تماماً من السيارات وقصاصات الورق تتطاير في جوانبها بفعل رياح الصيف الحارة.

تعود اللقطة إلى جاك

ما زال ينظر إلى ساحة وقوف السيارات الفارغة، إنه مذهول وقلق بعض الشيء، ثم يتخذ قراراً مفاجئاً ويستدير نحو موقف تأجير السيارات جاك (منادياً): تاكسي.

بعد لحظة، يتجه تاكسي نحو المكان الذي يقف فيه جاك، يدخل جاك في التاكسي

تبتهت الصورة لينتقل المشهد إلى:

مشهد خارجي لشارع جميل في ضاحية المدينة - في وقت متأخر من بعد الظهر - لقطة كبيرة واسعة - شارع وبيوت. يقترب التاكسي من بيت أبيض. يخرج جاك ويدفع الأجرة ويذهب التاكسي.

لقطة قريبة لجاك

يستدير نحو البيت ثم يتوقف فجأة - تبدو نظرة حيرة على وجهه تعابير جاك - المنزل

عشب الحديقة مهمل. عامل أشيب الشعر يثبت لوحاً خشبياً على النافذة

تدور الكاميرا

يقترب جاك من المنزل ويتوقف قرب العامل

جاك: ماذا يحدث؟

العامل يتجاهله ويستمر بالطرق

جاك: (انتظر ثم يقضب)

أيها السيد! يا ثقيل السمع، أو شيئاً ما

من هذا القبيل؟ سألتك ماذا يحدث!

إن الصيغة التوضيحية أعلاه لكتابة النص والتوجيهات الإخراجية نشرت بموافقة رابطة الكتاب في أمريكا من كتابها صيغة كتابة النصوص التلفزيونية للكتاب المحترفين الذي كتبه جيروم كوبر سميث عرض كارول كاردين

الأسلوب Style

الكتابة للعين والأذن Writing for the Ear and Eye

في الوقت الذي تصل فيه إلى مرحلة دراسة الكتابة للإذاعة والتلفزيون لابد أن تكون قد أمضيت سنين طويلة في دراسة الكتابة المقروءة - وأخذت دروساً في المتابعة الأدبية وكتابة الشعر والمقالة منذ المرحلة الابتدائية وحتى الدراسة الجامعية. ومع هذا فإنك لم تحصل إلا على النزر اليسير من دراسة كيفية الكتابة لوسائل الإعلام الإلكترونية على الرغم من أن الغالبية العظمى من الناس تمضي وقتاً طويلاً من التخاطب عن طريق الوسائل السمعية والمرئية لا عن طريق الوسائل المقروءة.

ويجب أن تكون الكتابة للإذاعة مختصرة وموجزة. فبينما يمكن أن تكون الكتابة للنشر والطباعة - سواء كانت أخباراً أو مقالة أو قصيدة أو أي شكل آخر من أشكال الكتابة - طويلة أو قصيرة وفق ما تقتضيه الحاجة لإعطاء أقصى قدر من التأثير عند المتلقي، فإن الكتابة للإذاعة تكون محددة بالوقت. وقد يكتب خبر ما في الجريدة باستخدام مئات أو آلاف الكلمات، بينما (يجب) أن يوجز نفس الخبر في الإذاعة والتلفزيون لكي يكون بالإمكان إذاعته في 30 ثانية فقط - ربما لا يتجاوز عدد الكلمات المستخدمة في صياغته المائة كلمة - وإن كانت قصة أو جزءاً مهماً، فربما يخصص لها 90 ثانية أو دقيقتان. وما لم تكن قد وصلت إلى المكانة التي تؤهلك كتابة مسلسلات قصيرة من أربع أو ست ساعات أو أكثر قليلاً، فيجب أن توجز ما يمكن أن يكون مضمون رواية أو مسرحية إلى ما يصلح أن يكون مادة تقدم في 42 دقيقة للبرنامج الذي مدته ساعة واحدة أو مادة تقدم في ساعة ونصف لبرنامج تلفزيوني خاص مدته ساعتان.

حافظ على نبرة غير رسمية. إن المستمع أو المشاهد يفضل أن يفهم ما يقدم له من مادة لا أن يستمع إلى قراءة معادة لمادة يصعب عليه فهمها. إن المادة الإذاعية أو التلفزيونية تسمع أو ترى لمرة واحدة فقط. وعلى الرغم من أن اللغة والمضمون الجادين والرصينين يصلحان للبرامج الوثائقية أو الإخبارية أو برامج الحوار، فإن المستمع الذي لم ينتبه إلى جزء سابق من المادة لا يمكنه متابعة الجزء الذي يليه.

كن واضحاً ومحدداً. تكون المعلومات والأحداث الغامضة وغير المحددة محيرة

ومريكة بالنسبة للمستمع مما يحمله على الانتقال إلى محطة أخرى، تأكد من أن تكون المادة المقدمة بسيطة وواضحة سواء كانت إذاعية أو تلفزيونية. وقد يكون الغموض مثيراً في المادة المقروءة، لكنه يكون مملاً ورتيباً في المادة المداعة. وهذا لا يعني إن يتدنى مستوى كتاباتك. يمكن إن يكون المضمون رفيع المستوى وذا مغزى، ولكن يجب إن تكتبه بطريقة تصل وتؤثر في كل مستمع، وأن لا تكون قد أهدرت وقتك ووقتهم.

تذكر أنه على الرغم من استخدام مصطلح وسائل الإعلام، إلا إن عملية الاتصال الإذاعية والتلفزيونية تكون أساساً بين طرف واحد وآخر هما: المقدم وراء الميكروفون أو أمام الكاميرا والشخص المتلقي في البيت. يجب إن تكتب المادة وكأن المقدم يقدم مادته وهو جالس في غرفة معيشة المستمع بلا تكلف أو رسميات.

اجعل المادة وكأنها موجهة لشخص محدد. إن دراسة خصائص الجمهور شيء أساسي ومهم لكي تفهم وتصل إلى كل مستمع. حاول إن تكون هناك صلة وعلاقة بين مضمون وأسلوب كتاباتك وبين الجمهور، وإن أمكن، بكل فرد من ذلك الجمهور.

كن طبيعياً. كثيراً ما يخلط الكتاب الشباب بين اللغة البلاغية والأسلوب الراقي وبين الجمل البسيطة غير المركبة والأسلوب الضعيف، ويستغرق الكاتب وقتاً طويلاً ليتخلى عن أسلوب الإطناب وخاصة في وسائل الإعلام الإلكترونية. أعد قراءة التعليق في الفصل الأول حول الكاتب المسرحي الذي استبدل حوار المعقد المتألق الذي كتبه في 30 صفحة بـ 30 ثانية من الكتابة التلفزيونية الموجزة.

تجنب الكتابة بالأسلوب التالي: لقد استنفذت النار المتأججة من الخشب في الغابات الشمالية ما يكفي لتكوين 232 ألف قدم مربع من خشب البناء الممتاز. لقد وصلت الجمرات إلى أعالي السماء فوق قمم الأشجار المائلة المتفتحة واختفت في الفضاء مثل جمع كبير من الحشرات المهاجرة ذوات البطون الفسفورية.

تعلم أن تكتبها كما يلي: لقد دمرت الحرائق التي اجتاحت الغابات الشمالية من الخشب ما يكفي لبناء 100 بيت كل واحد منها مكون من ستة غرف. يمكن مشاهدة اللهب والدخان من على مسافة 40 ميلاً.

لقد اكتسب هذا المؤلف، كونه كاتب رياضي شاب، أسلوباً في الكتابة، وكأنه يسرد ما يكتبه لجماعة من الناس مجتمعة في حانة أو في غرفة للجلوس. ثم كيف نفسه للكتابة للوسائل الإذاعية وذلك باستبدال المجموعة بفرد واحد. وعندما تجلس إلى آلة الطباعة أو إلى الكمبيوتر لتكتب للتلفزيون أو الإذاعة، حاول أن تضع في ذهنك نموذجاً لمستمع أو مشاهد. تخيل أنك تتحدث بشكل مباشر إلى فرد معين من الجمهور وجهاً لوجه. وليكن مفتاح نجاحك: استخدام لغة بسيطة، موجزة، مباشرة وغير رسمية أو متكلفة.

البساطة Simplicity

يمكن أن يكون أسلوب (ارنست همنغواي) كروائي وكصحفي مناسباً جداً وبشكل مرث وفعال لوسائل الإعلام الإلكترونية. نصح همنغواي الكتاب الشباب بأن "يجردوا اللغة قدر الإمكان من أية تعقيدات". كن بسيطاً ومباشراً. استعمل الكلمات التي تتكون من مقطعين بدلاً من تلك التي تتكون من ثلاثة مقاطع. وهذا لا يعني الهبوط بمستواك لتقديم ما يرضي أدنى شرائح العامة، وإنما تقديم مادة مثالية تناسب وسائل الاتصال المسموعة والمرئية. تتساب اللغة والكلمات في وسائل الإعلام الإلكترونية بسرعة كبيرة بحيث لا يجد المرء فرصة كافية لتذوقها والتمتع بها أو تمييز الاختلافات بين الكلمات والجمل كما يفعل عندما يقرأ. ففي البرامج الإذاعية والتلفزيونية كالأخبار والبرامج الخاصة وبرامج كوميديا الموقف لا يمكن التوقف عند فقرة معينة كما يفعل المرء عندما يقرأ حيث يمكنه أن يتوقف في منتصف العمل لإعادة قراءة فقرة معينة أو للتكبير فيما قرأه.

يجب اختيار كلمات مألوفة لكل فرد من الجمهور، لا تخسر مستمعيك ومشاهديك باستخدام لغة معقدة لتتفاخر بقدراتك أو بمحاولة تعليمهم مفردات جديدة. إن أفضل طريقة للتعليم هي من خلال مضمون وهدف العمل ككل ومن خلال طريقة عرض الأفكار. فكلما كان طرح الآراء والأفكار بسيطاً وواضحاً، كلما فهمها وتعلمها وتأثر بها الجمهور بشكل أفضل.

وقد يكون استخدام واختيار كلمات بسيطة للتعبير أمراً صعباً في بعض الأحيان لأنه في نفس الوقت يجب أن لا تكون من العبارات المستهلكة والدارجة. إن

أسلوب كاتب برنامج "سباق الموسيقى" وهو يصف عازف بيانو مشهور ركيك جداً؛
 "يتلوى فوق لوحة المفاتيح؟" عزف متناغم للأصابع البيضاء والسوداء؟.

لا يمكنك استخدام مثل هذه العبارات طبعاً، ولكن كم مرة ستعيد عبارة
 "العزف على البيانو؟"

حاول دائماً أن تجد طريقة جديدة لقول الشيء نفسه، وإن لم تستطع إيجاد
 طريقة جديدة غير مملة وغير تافهة وغير معقدة، عند ذلك استخدم أبسط وأوضح
 طريقة ممكنة.

لا تستخدم كلمات عادية قد تستخدمها أنت بشكل خاص في حديثك ولكنها
 غير شائعة الاستعمال. يجب إن تكون مفرداتك، كونك محترف ومتدرباً أكاديمياً،
 أرقى قليلاً من لغة أغلب من تحاول إن تعلمهم على أقل تقدير. وربما في يوم ما،
 عندما تحقق شهرة تجعل الناس تستمع إليك لشخصك لا لما تقوله، يمكنك أن
 تستخدم لغة وتطرح آراء ذات مستوى راق قد لا يسمعا أحد في ظروف أخرى.
 وأكد مرة أخرى إن هذا لا يعني عدم الارتقاء بمستوى وعي الجمهور، ولكن ما
 لم يكن هناك جمهور يجذب إليك أساساً، فلن يكون هناك وعي ترقى به.

القواعد Grammar

قد تستعمل شخصية ما في مسرحية لغة دارجة غير مضبوطة قواعدياً كجزء
 من مكونات وخصائص تلك الشخصية الخيالية. وفي حالات أخرى، يجب أن
 تستخدم لغة دقيقة مضبوطة القواعد إن كنت تريد إن تكون أفكارك مقبولة
 ومدتولة. فإن كان نص الأخبار مليء بالأخطاء فإنه لن يجرح من يقرأها فقط وإنما
 سيسبب فقدان الكاتب أو الكاتبة لوظيفتهما. ومن جهة أخرى، إن نتج عن ضبط
 القواعد جمل أو عبارات معقدة يصعب قراءتها أو فهمها فننمدها بفضل الإيجاز.
 وغالباً ما تفضل الجملة القصيرة غير الكاملة على الجملة الطويلة، المفككة.
 كما يتضح ذلك تماماً في الجملة التي تقرأها الآن.

الأفعال Verbs

يفضل استخدام الفعل المباشر حيث يكون فاعل الجملة هو

المسبب أو المنفذ للحدث. فمثلاً تكون الجملة التالية صحيحة قواعدياً "دُمرت في الليلة الماضية قرية ثائرة أخرى من قبل الجيش وقتل العديد من النساء والأطفال". ولكنها تكون أكثر تأثيراً بالإضافة إلى كونها صحيحة قواعدياً عندما نقول: "دمر الجيش في الليلة الماضية قرية ثائرة أخرى وقتل العديد من النساء والأطفال". ويمكن أن يكون تقديم النجم المحبوب روني ستار وورز في لقاء تلفزيوني على النحو التالي: "الفيلم الجديد"، "عزل الرئيس"، الذي أنجز الأسبوع الماضي من قبل روني ستار وورز. ولكن من الأفضل أن يقدم بالشكل التالي: "أكمل روني ستار وورز في الأسبوع الماضي تمثيل الفلم الجديد، عزل الرئيس".

تذكر دائماً كما وضعنا سابقاً في هذا الفصل عن الكتابة الرياضية إن تكون لغتك شبيهة بلغة الحديث الاعتيادية.

الكلمة المناسبة The Right Word

تأكد من أنك تستخدم الكلمة المناسبة، ففي اللغة الإنكليزية هناك الكثير من الكلمات متعددة المعاني. فقد يحصل لبس في معنى الكلمة حتى في سياق النص. وتأكد من أن الكلمة التي تستخدمها هي أفضل كلمة يمكن استخدامها لنقل المعنى الذي تقصده، وإنها لا يمكن أن تفهم بمعنى آخر، وإنها ليست كلمة معقدة أو غامضة جداً بحيث لا تحدد أو توضح المعنى المطلوب.

ويجب أن يكون في متناولك قاموسٌ وكتاب عن القواعد الأساسية والتتقيط وتهجي الكلمات في متناول يدك. رغم ذلك، لا يمكن نقض رأي الرئيس اندرو جاكسون فيما يخص تناقض قواعد التهجي في اللغة الإنكليزية "إنه لعقل قاصر جداً ذلك أن لا يفكر أحدنا بأكثر من طريقة واحدة لتهجي كلمة ما".

ورغم ذلك، فإن اختيار الكلمة المناسبة الصحيحة من بين الكلمات الشائعة هو أهم دليل على حرفية الكتابة. فمثلاً هل يمكنك التمييز بين your, its و your, it's و then, their, there و then من المؤكد أنك ستبقى هاوياً للكتابة لا محترفاً لها إن ارتكبت مثل هذه الأخطاء. إن كنت قد دخلت غرفة التحرير في جريدة فلا بد أن تكون قد رأيت كيف يكتب لفظ الكلمات الصعبة بين قوسين ضمن سياق النص أو في بداية الخبر أو القصة أو في نهايتها. فإن كان لديك أدنى

شك في صعوبة لفظ كلمة من الكلمات التي تستعملها بشكل صحيح، فيمكنك أن تفعل الشيء نفسه.

عندما تكمل النص اقرأه بصوت عال وصحح الأخطاء الطباعية لنسختك. أعد كتابة النص إن احتاج الأمر لتحصل على نسخة نظيفة لتقديمها للمنتج أو الناشر. إن النسخة غير النظيفة المليئة بالأخطاء هي دليل قوي على كون الكاتب غير محترف وغير ملتزم.

التقييم Punctuation

للتقييم أهمية وتأثير في كتابة النصوص الإذاعية أكثر مما له في أنواع الكتابة الأخرى لأنه يوجه المؤدي ويخبره من أين يبدأ وأين ينتهي. وبواسطته يمكن معرفة إن كان هناك توقف طويل (باستخدام علامة الحذف...) أو توقف اقصر (باستخدام العلامة -) أو تأكيد (باستخدام علامة التعجب!) أو استفهام (باستخدام علامة الاستفهام؟) أو أي علامة من علامات الإعراب الأخرى. إذ يمكن أن يتغير معنى نفس الجملة بتغيير العلامة فتقرأ بشكل يدل على إنها جملة خبرية إن كانت تنتهي بالنقطة (علامة الوقف) أو بشكل يدل على التعجب إن كانت تنتهي بعلامة الاستفهام (؟) ... الخ. إن وضع خط تحت كلمة أو جملة يدفع القارئ لا إرادياً إلى التأكيد عليها عند قراءتها.

صياغة الاختصار Abbreviations

تجنب استخدام صياغة الاختصار فيما عدا بعض الحالات الاستثنائية وتذكر أنك تكتب مادة ليقوم المؤدي بحفظها أو قراءتها بصوت مرتفع لفضلاً لا تختصر كلمة دائرة إلى "داه" لأنها ستؤدي إلى عدم فهم المعنى المطلوب.

أما مختصرات المصطلحات الشائعة التي لا يمكن أن يخطئ أحد في فهمها ولفظها مثل سيد (Mr.) أو دكتور (Dr.) فلا حاجة لكتابتها كاملة وبالنسبة المصطلحات التي أصبح من المعتاد لفظها بصيغتها المختصرة مثل (CIA) فتكتب أيضاً مختصرة في النص. ومن جهة أخرى، فإن المصطلحات التي غالباً ما تكتب كاملة تلفظ كاملة عند قراءتها فيجب إن لا تختصر وإنما تكتب كاملة مثل التواريخ (فضلاً الاثنين 2/29 يجب إن تكتب يوم الاثنين التاسع والعشرون من شباط).

الجنس (التذكير والتانيث) Gender

إن مقدمة الأخبار (جين بولي) ليست أفضل من مقدم الأخبار (دان راذر). إن استخدام الضمائر هو أو هي للتمييز بين المؤنث والمذكر ليس مقبولاً خاصة في الجمل الخبرية الخاصة بالمهن. ففي جملة مثل "في تاريخ الطب، لم يكن الطبيب أو الطبيبة يهتم أو تهتم لمصالح مرضاه أو مرضاها" والأفضل من كل ذلك إن تكتب كما يلي: "في تاريخ الطب، لم يكن الأطباء يهتمون لمصالح مرضاهم". لقد جاء حذف المصطلحات الدالة على الجنس من اللغة في وقت متأخر نسبياً وانتهى للابد عهد الانحياز لجنس معين. وبدلاً من أن يقال إن داريان سير امرأة تقوم بتسيق البرامج وأن دان راذر رجل يقوم بتسيق البرامج، يفضل إن يقال انهما منسقاً برامج. لقد بدأ المقطع الذي يضاف في نهاية الكلمة لدلالة على الجنس في اللغة الإنكليزية (مثل المقطع - رجل في anchorman) بالاختفاء وحل محله استخدام الصيغ المباشرة التي لا تحدد الجنس لتحديد وظيفة شخص ما، فقد توصف (داريان سير) بأنها مقدم برامج كما يوصف دان راذر بأن مقدم برامج. وأخذت كلمة سيادة الرئيس (chair) تحل محل السيد رئيس الجلسة (chair man) أو السيدة رئيسة الجلسة (chair woman) بنفس الطريقة التي أصبحت بها كلمة سكرتير تدل على من يقوم بهذه الوظيفة سواء كان امرأة أو رجل دون تمييز. ويجب إن تكون العبارات التي تدل على المهنة أول من يستجيب لتغييرات اللغة وتجعل العامة يحذفون العبارات التي تدل على الانحياز أو عدم المساواة من كلامهم.

الدقة والبحث Accuracy and Research

يجب إن تجمع كافة الحقائق والمعلومات اللازمة قبل أن تبدأ بالكتابة سواء كان ما تكتبه برنامجاً إخبارياً أو وثائقياً أو مسرحية. فإذا كانت أحداث مسرحيتك تقع في مدرسة ثانوية في مدينة شمالية، فيجب أن تتعرف بدقة على ماهية الطلاب وكادر المدرسة في تلك البيئة وعلى الظروف الاجتماعية والأكاديمية والإدارية والنفسية والمادية في مثل هذه المدرسة، ثم تبدأ باختيار العناصر المناسبة لتجسيد أحداث المسرحية واستبعاد العناصر غير المناسبة ولكن بالاعتماد على أسس صحيحة ودقيقة.

إن كنت تريد أن تكتب موضوعاً خاصاً شيقاً فيجب أن تكون ملماً بالمما كاملاً ووثيقاً بكافة الأحداث والأشخاص وخلفياتهم ومكونات شخصياتهم وكل الحقائق الأخرى الضرورية لكتابة نص دقيق.

ويجب إن تتعلم أن تجري بحثاً شاملاً. إن ما يحدد نجاح أو فشل نص ما هو فترة الإعداد والتحضير، وإن الكتابة للنص هي جزء واحد فقط من عملية الكتابة الكلية. السؤال هو أين تبحث؟ والجواب هو: في كل مكان. ويتضمن كل فصل من فصول هذا الكتاب بحثاً في كيفية صياغة النص ومعلومات حول كيفية الحصول على المواد اللازمة لإعداد المخطط العام أو المسودة الخاصة بذلك النوع من البرامج، وبشكل خاص لاحظ الجزء الخاص بالبحث في الفصل السابع الذي يصف مصادر المعلومات المختلفة التي يجب البحث فيها عند الإعداد لمقابلة مع شخص ما. في الواقع تستخدم العديد من الشبكات والمحطات والبرامج ومؤسسات الإنتاج أشخاصاً مهمتهم تتحدد فقط بالقيام بمثل هذه الأبحاث. ويمكن أن تكون مثل هذه الوظائف بداية ممتازة لخريجي الجامعات الشباب الراغبين بدخول هذا المجال.

وعلى العموم، هناك مصادر أساسية عديدة يمكن اللجوء إليها كبدية. هناك أولاً معلومات وتجارب الباحث نفسه. فكثيراً ما يجد أن لديه معلومات كان قد نسيها حول الموضوع الذي يبحثه. ومهما كانت المدة التي قضيناها في ممارسة هذا العمل نجد إن معلوماتنا وتجاربنا السابقة محدودة ولذلك يجب أن نبعث خارج نطاق معلوماتنا الخاصة. فإن الرجوع إلى المادة المطبوعة كالكتب والمجلات والصحف والصور والرسائل والذكرات اليومية والأشرطة والتسجيلات المرئية والمسموعة مهم جداً. ويعتبر الخبراء في موضوع معين أو الأشخاص الذين يعرفون شخصاً ما عن قرب مصدراً جيداً للمعلومات، على الرغم من أنه يجب أخذ رأي عينة من هؤلاء الأشخاص لتجنب الحصول على معلومات غير دقيقة وكذلك تعتبر المكتبات وأماكن العمل والمنظمات والجمعيات والأرشيف السمي والصوري والأقارب والجيران والأصدقاء وحتى مواقع الأحداث، والمتاحف والمؤسسات الثقافية مصادر أساسية لجمع المعلومات.

الإنترنت. في السنوات الأخيرة، سهل الكمبيوتر عملية البحث إلى حد كبير، فبواسطة الإنترنت يمكن الدخول إلى أية مصادر رسمية أو غير رسمية وفي أي مكان

كان تقريباً. إذ يمكن الحصول على معلومات من مكتبة الكونغرس في واشنطن العاصمة أو من موقع شبكة اتصالات تقدم خدمات خاصة أو حتى سرية. ويوفر الإنترنت بياناً بمراجع الكتب وفهارسها موضحاً ما هو متوفر منها في مختلف المكتبات والأرشيف العامة والمحلية والجامعية ومن مختلف الاتحادات والجمعيات المنظمة وغير المنظمة الصغيرة منها والكبيرة المشتركة في الإنترنت. إن استخدام الإنترنت لا يغي عن البحث الميداني الشخصي إلا أنه يوفر الكثير من الوقت والجهد، إذ أنه يساعد في إنجاز البحث وإعداد النص في زمن أقصر مما يتطلب الأمر بدون.

ويجب أن تتوفر لديك كافة المعلومات الضرورية لكي تكون موضوعياً. وقد لا تريد أن تكون موضوعياً وتحاز بأرائك لإرضاء الميول السياسية لمالك المحطة، أو تقدم إعلاناً تجارياً مضللاً لتلبية لأوامر راعي البرنامج، أو تكون رقيقاً ذاتياً على مسرحية أو برنامج وثائقي كتيته لتجنب إثارة الجدل والخلاف الذي يزعج المشترين المحتملين لمنتج صاحب الإعلان. ولكن على الأقل، ضع نفسك موضع من يريد أن يكون نزيهاً وموضوعياً إن كنت تريد إن تكون كذلك، ولتكن لديك الشجاعة والأمانة لتفعل ذلك.

وأخيراً حاول أن توسع قابلياتك ومهاراتك. تشمل وسائل الإعلام كل أنظمة العالم. وباعتبارك كاتباً أو عاملاً في أي مجال إعلامي، يجب أن تكون لديك خلفية ثقافية واسعة وكبيرة خاصة في الفنون والآداب والإنسانيات، وبشكل أكبر في التاريخ والعلوم السياسية والعلوم الاجتماعية والنفسية. يجب أن تكثر من قراءة الكتب والمسرحيات ونصوص الأفلام والنصوص الإذاعية والتلفزيونية وتتعلم منها تقنيات الكتابة والمضمون. والشئ، الأكيد إن الكتاب الجيدين هم أساساً وقبل كل شيء قراء جيدين.

الكمبيوتر The Computer

هل كان يمكن إن تكون مسرحية "هاملت" لشكسبير مختلفة عما هي عليه الآن لو أنه كتبها على آلة الطباعة بدلاً من كتابتها بريشة الكتابة على ورق الفولسكاب 5A4 وهل كان يمكن إن تكون مسرحية "موت بائع متجول" لأثر ميلر مختلفة لو أنه كتبها على الكمبيوتر؟

ولو كتبت أي مادة كان تكون تقريراً إخبارياً أو إعلانات تجارية أو برنامجاً وثائقياً خاصاً بالقلم على ورقة فهل سنحصل على نفس النتيجة لو كتبت بآلة الطباعة أو الكمبيوتر؟

وستكون هناك اختلافات بارزة وواضحة في كتابة مادة معينة لوسائل إعلام مختلفة وفي استخدام تقنيات وسائل إعلام مختلفة لإعداد مادة تناسب وسيلة واحدة من وسائل الإعلام. فهل ينطبق هذا المبدأ كذلك على استخدام أدوات مختلفة في الكتابة؟

يصر بعض الكتاب على أن الأدوات التي يستخدمونها في الكتابة تؤثر في الإحساس والإيقاع الذي ينفذ به العمل. هل سيكون هناك فرق في سرعة تطور شخصية ما في نص درامي - حتى وإن كان من نوع كوميديا الموقف - أو في سرعة تطور الحدث الدرامي ككل فيما لو كتب باليد أو بالكمبيوتر؟ وهل سيكون هناك فرق في رسم منظر معين إذا ما استخدم الرسام أنواعاً مختلفة من الأصباغ المائية أو الزيتية أو أصباغ الفحم؟ وإن لم يكن هناك فرق في المضمون فهل سيكون هناك فرق جمالي؟ وهل تتشابه وسائل الكتابة من ناحية الوظيفة بالنسبة للكتاب؟

لم تجر حتى الآن دراسات شاملة لإعطاء إجابات مقبولة حول هذه الأسئلة. إنه أمر مهم بالنسبة للكتاب شخصياً إذ قد يجد نفسه في وضع يحتم عليه إجازة نصوص باستخدام وسائل كتابة مختلفة. فمثلاً قد يطلب من الكاتب أن يجري تغييراً في سيناريو إعلان تجاري في لحظتها وهو على طاولة المفاوضات في وكالة الإعلانات. وقد يطلب منه إعادة الكتابة وإضافة مادة أخرى في موقع بث الأخبار قبل بثها على الهواء بدقائق فقط. وقد تطلبا إثناء التسجيل الميداني لبرنامج وثائقي أسئلة وأجوبة وانتقالات جديدة ومختلفة بوجود كادر العمل وضيوفه. وفي مثل هذه الحالات يجب أن يكون الكاتب قادراً على التفكير بسرعة وبفاعلية باستخدام الورق والقلم كما هو الحال باستخدام الكمبيوتر.

يقول كل الكتاب الجيدين إن هناك صلة بينهم وبين الأداة التي يستخدمونها في كتاباتهم الإبداعية. وحتى ظهور آلات الطباعة، كان الكتاب يكتبون باليد باستخدام القلم العادي أو قلم الحبر أو أية أداة مشابهة متوفرة لديهم. وما زال بعض الكتاب يكتبون بالقلم ويؤكدون بأنه لا يمكنهم الكتابة بشكل مؤثر وفعال

باستخدام طرق الكتابة الميكانيكية. بينما يقول كثير من الكتاب انهم لا يستطيعون التفكير إلا بوجود آلة الطباعة. لقد بدأ جيل كامل من الكتاب كتابة أول أعمالهم الإبداعية باستخدام آلة الطباعة ويمتقدون بعدم إمكانهم العمل والكتابة باستخدام القلم والورقة، وفي نفس الوقت يقول هؤلاء الكتاب إن الخطوات الميكانيكية اللازمة لتشغيل جهاز الكمبيوتر والقيام بتصحيح الأخطاء الإملائية تجعل المحافظة على عملية انسياب الأفكار الخلاقة أمراً صعباً عند استخدام جهاز الكمبيوتر في الكتابة.

لقد دخل جيل طلاب الجامعة عصر آلة كتابة جديدة وهي جهاز معالج الكلمات حيث تقدم المدارس منذ العقد الماضي للطلاب في المراحل الابتدائية فما فوق دروساً في علوم الحاسوب الآلي لذلك يجد الكتاب الجدد أن الكمبيوتر سهل وسيلة للكتابة. فبالإضافة إلى أن أي كاتب لا يمكنه الاستغناء عن الكمبيوتر، فإنه أكفأ آلة كتابة موجودة الآن. إنه يوفر الوقت عند النشر ويسهل عملية الاستساخ الفوري. وإذا ما استخدم بالشكل الصحيح، فإنه يساعد الكاتب على إنجاز العمل بسرعة أكبر بكثير مما لو استخدمت أية طريقة أخرى. ويجعل من السهل على فريق من الكتاب أن يعملوا في نفس الوقت في نص واحد حتى وإن كانوا في مناطق جغرافية مختلفة. وبواسطته يمكن فوراً إدخال أية معلومات أو أفكار أو مواد من أي مصدر وفي أي مكان في النص. لقد أصبحت أجهزة الكمبيوتر الحديثة سهلة الحمل في أي مكان لتسجيل أية أفكار قد تطرأ فجأة.

يستخدم جهاز معالجة الكلمات في تحرير الأخبار الإذاعية والصحفية. على الرغم من أن بعض الكتاب يريدون معرفة مدى التأثير الميكانيكي للكمبيوتر على كتاباتهم، فإنهم في نفس الوقت يودون الاستفادة من سهولة انتقال المواد بسهولة من كمبيوتر إلى آخر مما يمكنهم من الحصول على نقد فوري عن بعض أو كل ما كتبوه وبذلك يحصلون على قدر أكبر من المساعدة والانتشار وسرعة الإنتاج.

يمكن أن يوفر برنامج معالجة الكلمات صيغ النصوص الأساسية التي يتم شرحها في بداية هذا الفصل الخاصة بالإذاعة والتلفزيون والسينما: (1) صيغة العمودين (2) صيغة كتابة النص بعمود واحد (3) النص الدرامي السينمائي أو النص المرقم حسب تسلسل المشاهد.

أنواع البرمجيات Software Types

هناك أربعة أسنارف أساسية من البرمجيات. يمكن بواسطة معالج الكلمات كتابة الرسائل الجامعية والبحوث الفصلية والنصوص الدرامية وغير ذلك من الأعمال المشابهة.

يساعد برنامج قاعدة البيانات في تخزين واسترجاع المعلومات بأي شكل أو صيغة يريدها الكاتب. فمثلاً بعد أن ينهي الكاتب كتابة النص باستخدام برنامج معالج الكلمات، يستطيع أن يستخدم برنامج قاعدة البيانات لاستدعاء اسم وعنوان وكيل أعماله. ويمكنه أن يكتب رسالة لوكيل أعماله ويعد نسخة من النص الجديد الذي كتبه ويطبع العلامة البريدية لوكيله باستخدام برنامج معالج الكلمات وبرنامج قاعدة البيانات.

وبواسطة برنامج صحيفة كشف الحسابات يستطيع الكاتب أن يتابع حساباته المالية ويحصل على أية معلومات مالية تخصه. ويستطيع أن يوسع كتاباته لتصل إلى مجال الإنتاج وذلك بالتعرف على كل التخصيصات المالية الخاصة بخطة الإنتاج. ويمكنه كذلك أن يتابع النسب المالية التي يحصل عليها من إيرادات مبيعات مؤلفاته، وفيما يخص عملية حفظ السجلات المرهقة التي تفرضها القوانين الضريبية على الكاتب، وتحديد التزامات الكاتب وديونه الضريبية. ولأمل الكاتب أن يكون ناجحاً جداً بحيث يحتاج إلى مثل هذه الخدمات من الكمبيوتر.

برنامج الاتصالات ينقل النص خارج حدود منضدة الكتابة فياستخدام جهاز المودم (المعدل - الكاشف) يمكن وصل كمبيوتر بكمبيوتر آخر. يساعد هذا البرنامج في تطور النص بسرعة بالحصول على المعلومات من عدة مصادر في آن واحد، ويسهل نقد العمل في أي وقت خلال عملية الكتابة، ويساعد على إعداد وتهئية العمل للنشر فوراً استناداً إلى ملاحظات المنتجين والمخرجين والوكلاء والنashرين وغيرهم الواردة من أجهزة التراسل بحساباتهم المرتبطة بحاسوب الكاتب.

البرامج وشكل النص Software and Formatting

توجد برامج حاسوب خاصة بنصوص الأعمال المعدة بصيغة العمود الواحد أو العمودين أو بالصيغة الخاصة بالأعمال السينمائية.

ويقوم الكمبيوتر ذاتياً بتحديد الهوامش والفراغات بين الأسطر التي تتناسب صيغة النص التي تختارها. وكتابة أسماء الشخصيات أو أية مصطلحات أخرى تطلب كتابتها بالأحرف الكبيرة ووضع الإرشادات المسرحية وأية معلومات خاصة أخرى بين أقواس وترقيم تسلسل المشاهد في صيغة النص الدرامي السينمائي، وكذلك يقوم أوتوماتيكياً بإعادة ترقيم تسلسل المشاهد عند حذف أو شطب أو إضافة مشاهد إلى النص. بالإضافة إلى ذلك، تقوم هذه البرامج بإعادة طبع وتنظيم الصفحات وكذلك بتقصيرها أو تطويلها إذا لزم الأمر. وتتابع هذه البرامج ما يطرا من حذف أو إضافة إلى المشاهد وتمييز المادة الجديدة عن المادة القديمة عند طبع النص. وتستطيع باستمرار أن تدقق عملية ترابط وتواصل الأحداث في كتاباتك وفيما إذا كان ما تكتبه جيداً أو شيئاً مقبولاً أو مرفوضاً.

وترتبط بعض البرامجيات الجاهزة بين برنامج قياسي لمعالجة الكلمات وبرنامج خاص بكتابة النصوص السينمائية. ويستطيع الكمبيوتر تغيير صيغ كتابة النصوص كتغيير صيغة النص المكتوب بعمود واحد إلى صيغة العمودين أو صيغة النص المرقم حسب تسلسل المشاهد.

وتستطيع هذه البرامج تحديد المساحات المخصصة للصور والرسوم - خاصة عند إعداد المادة الخاصة بالإعلانات التجارية أو إعلانات الخدمات العامة.

ولم تعد الكتابة مقتصرة على كتابة الكلمات على الورق إذ تستطيع الأقراص المدمجة والبطاقات الصوتية التي يغذى بها الكمبيوتر من توحيد الصور الثابتة والصور المتحركة ومسار الصوت في مشروع كتابة واحد. ويقول البروفيسور مارشيا بيلزهايو معاون مدير برنامج الكتابة لجامعة ديلاور في جريدة خريجي الجامعة إنه: "كثيراً ما يستخدم الطلاب الكمبيوتر على الرغم من أنه آلة طابعة مكلفة جداً، ونحن نشجعهم على المزيد على العمل من العمل على هذا الجهاز.. يجب إن يتعلموا كيف يقطعوا نصاً طويلاً وكيف ينجزوا التقيحات عند الطبع وكيف يعملوا على الشاشة المجزأة بحيث يتمكنوا من النظر إلى ملاحظاتهم على جهة من الشاشة وفي الوقت ذاته ينجزون عملاً آخر على الجهة الأخرى".

وتتغير مجموعة البرامج الجاهزة المستعملة في الحاسوب باستمرار، وتصبح

أكثر تعقيدا وتطورا عاما بعد عام. عندما تريد استخدام حاسوبك لاختيار الصفحة التي ستكتب بها النص، حاول أن تتأكد من سوق إنتاج برامجيات الحاسبات المحلي عن آخر وأفضل ما ظهر من برامج لتلبية احتياجاتك الخاصة.

الكمبيوتر والأخبار Computers and the News

يستخدم الكمبيوتر بثلاث طرق رئيسية في تحرير كل من الأخبار الصحفية والإذاعية. يستخدم أولا في الكتابة الفعلية للقصة وتحريرها - تجمع المادة والكلمات وإعدادها للنشر. ويتم إنجاز القصة على كمبيوتر ويقوم المحرر بإعدادها للنشر على كمبيوتر آخر. يساعد نقل المادة من كمبيوتر إلى آخر باستخدام جهاز المودم على كتابة القصة في شيكاغو وتحريرها في لوس أنجلوس وإنتاجها ونشرها في نيويورك. لا يمكن تقدير دور الحاسبات المترابطة في نقل الحدث من موقعه مباشرة. إذ يستطيع الشخص بربط الحاسوب إلى خط الهاتف إن ينقل القصة إلى الحاسوب الموجود في غرفة تحرير الأخبار.

ثانياً يستخدم الحاسوب في عمل المخططات التوضيحية كالرسوم البيانية والجداول والخرائط وغيرها من الوسائل التوضيحية المستخدمة في الصحف والتلفزيون. وعند البث يمكن تغذية النشرة إلكترونيا وبشكل مباشر بالتخطيطات التوضيحية وحتى في البث الإذاعي استخدم الحاسوب في تكوين أصوات خاصة موحية يمكن اعتبارها "تخطيطات توضيحية" سمعية.

والفائدة الثالثة لاستخدام الحاسوب في الأخبار هي الوصول إلى المعلومات والحصول على فائدة البيانات للمادة التي يمكن استخدامها في كتابة القصة. إن الحصول على نصوص القوانين ساعة صدورهما والحصول على مجموعة مراجع المعلومات حول كل ما تم نشره في جريدة معينة حول موضوع إخباري معين هما نموذجان لفائدة الكمبيوتر في استرجاع المعلومات.

أما الفائدة الرابعة للكمبيوتر والتي لا يمكن الاستفادة منها في الأخبار الإذاعية والتلفزيونية ولكنها مهمة جداً بالنسبة للصحف والمجلات من استخدام الحاسوب في تصميم الصفحة - وضع الشكل والتصميم المناسب لكل موضوع.

استخدام الكمبيوتر في الإنتاج Computers in Production

إذا كان دورك ككاتب يشمل عملية الإنتاج الفعلي، فإنك تستطيع أن تجد برامج حاسوب جاهزة تسهل عملك إلى حد كبير. يستطيع الكاتب المنتج أو الكاتب المخرج أن يجزئ المضمون إلى تفاصيل صغيرة لكل فقرة إنتاجية يتطلبها النص. ويشمل هذا ملابس الممثلين وكل المؤثرات الخاصة والمؤثرات الصوتية وإعداد الكيمارس المطلوب وملابسهم وكل ما يحتاجه إنتاج العمل سواء كان في التصوير الداخلي أو الخارجي وسواء كان كبيراً كالسيارة أو صغيراً كقطع الحلوى والزينة. ويمكن أن توفر برامج الحاسوب الجاهزة كذلك لوحة الإنتاج التي يسجل عليها كل ما يخص مشهداً معيناً من المشاهد وهي مقسمة إلى أجزاء يسجل في كل منها المعلومات التي يمكن الرجوع إليها للتأكد من فقرة معينة ويمكن أن يستخدم الحاسوب لاستخراج جداول إنتاج تفصيلية توضح أي من الشخصيات ستكون مطلوبة في كل مشهد من المشاهد وفي كل موقع من مواقع التصوير. ويمكن أن يستخدم برنامج صحيفة كشف الحساب لعمل ميزانية الإنتاج.

الفصل الرابع

الإعلانات التجارية واللاتجارية

Commercials and Announcements

غالباً ما يقال بأن شارع (مادسون) يتضمن أفضل تقنيات الإقناع من الناحية الفنية والتأثيرية إلى درجة أنه يستطيع أن يبيع الثلجات إلى سكان القطب الشمالي والمدافئ إلى سكان خط الاستواء! بطبيعة الحال، إن عبارة شارع (مادسون) تعني الكناية المهدبة لصناعة الإعلانات في الولايات المتحدة. وظلت الإعلانات التلفزيونية والإذاعية ولعدة عقود من الزمن المصدر الأساس للتمويل الإذاعي والتلفزيوني، على الرغم من التغيرات التي حدثت لشكلها وطابعها وطولها الزمني وتقنياتها. إن جودة بعض الإعلانات تأتي من عملية إخراجها وصياغتها، وتكون أحياناً أفضل من الناحية الجمالية من البرنامج الذي يث منه. أحياناً تأتي الجودة من مضمونها الترويجي حيث تعرف المستهلك بأفضل ما هو موجود من خدمات وسلع.

ومع ذلك، فبعض الإعلانات التجارية غير منطقية وعقلانية بسبب تحيزها أو بسبب مضامينها المضللة. البعض الآخر من هذه الإعلانات يتلاعب بعواطف الناس من خلال جعلهم يشترون أشياءهم غير قادرين على شرائها مادياً ويفري الأطفال على شراء لعب لا يستطيع آباؤهم توفير المال لها. وفي بعض الأحيان كلنا تأثر كثيراً بالإعلانات التجارية وقمنا بشراء أشياء لم نكن بحاجة فعلية إليها وقتئذ أو كانت غير نافعة لنا أبداً، وهذه هي الحقيقة سواء اعترفنا بها علناً أم لا. ذكر جارلس

باركلي، عندما كان مديراً لمكتب الإعلانات والخدمات الإذاعية، قائلاً: "حتى أسوأ الإعلانات التجارية، عندما يعاد بثه مراراً وتكراراً، يأتي بالنتائج المرجوة".

وكتب آيس جاي بول، وهو ناشر كتاب "عصر الإذاعة والتلفزيون"، إحدى المقالات ذكر فيها: "إن صناع الإعلان التجاري هم أنفسهم نجوم الهيكل الإذاعي - التلفزيوني، لأنهم خلال فترة عشرين، ثلاثين أو ستين ثانية يستطيعون تهئية الجو النفسي العام للشراء. إن ما يسعى المتلقون إلى شرائه هو حصيلة عدة مواهب في بعض الأحيان، وكما سبق ذكره، تكون بعض الإعلانات أفضل من البرامج".

وتشكل الإعلانات التجارية القاعدة التمويلية الأساسية للنظام الإذاعي والتلفزيوني في الولايات المتحدة. وهناك استثناء واحد لهذه الظاهرة وهو الإعلانات الرسمية (PSA). وأزيل العديد من التعليمات التي تنظم النشاط الإعلاني في فترة الثمانينيات والتسعينيات (من القرن الماضي)، كما أخذت المحطات الإذاعية والتلفزيونية غير التجارية تعطي للمستمعين والمشاهدين ضمانات أكثر من ذي قبل. مثلما أخذت هذه الإعلانات غير التجارية تتقذ وتعلق على بعض السلع والمنتجات. وأخذ التلفزيون الكابلي يبتث الإعلانات التي يدفع جزء من ثمنها المشاهد نفسه. إلا أن بعض المشاهدين أخذ بالشعور بأن التلفزيون مدفوع الثمن سيحل تدريجياً محل التلفزيون الحر، حيث اخذ العاملون في هذا المجال التلفزيوني يفكرون بالربح المتلاني من الإعلانات التجارية التي ترافق البرامج التي يقومون ببثها تلفزيونياً.

إن عنوان هذا الفصل هو "الإعلانات التجارية واللاتجارية". وعلى الرغم من أن معنى عبارة "الإعلانات التجارية" واضح، إلا إن عبارة "الإعلانات الرسمية" تكون مربكة وغير واضحة أحياناً. إن هذه العبارة الأخيرة يمكن أن تعني أي نوع من الفعاليات غير الترفيهية وغير الإخبارية التي تبث على الهواء. إنها عادة تعني الفعاليات والإعلانات التي لا يقصد من ورائها الربح التجاري.

وتتضمن هذه الإعلانات غير التجارية نفس الصياغة والشكل والمدة الزمنية التي تتضمنها الإعلانات التجارية. إنها تقسم عادة إلى مجموعتين: المجموعة الأولى تدعى بـ "إعلانات التمويل الذاتي" (promos) والمجموعة الثانية تدعى بـ "إعلانات الخدمات العامة" (PSA).

إن هدف إعلانات التمويل الذاتي هو تحقيق الأرباح التي تساعد على تطوير المحطة التي تبث منها تلك الإعلانات، من خلال تقديم المسلسلات وغيرها من الأنشطة التي تسند المحطة مالياً. أما "إعلانات الخدمات العامة" فهي شبيهة بالإعلانات التجارية من حيث الشكل إلا أن مضمونها مختلف، حيث لا تهدف هذه الإعلانات إلى بيع الخدمات لقاء أجر معين. إنها تعمل نيابة عن المؤسسات التي تكون أبعد ما يكون عن تحقيق الربح المادي فقط، مؤسسات مثل المنظمة الصحية التي تهدف إلى محاربة التدخين وبالتالي مرض السرطان، أو المنظمة التي تعالج مشاكل البيئة والتلوث، أو المنظمات التي تقوم بجمع التبرعات من أجل إعانة أطفال الموانئ الفقيرة وتوفير السكن لتلك الموانئ، أو المنظمات التي تهدف إلى محاربة مرض الإيدز. إليكم نموذجاً للإعلانات غير التجارية: (ستلاحظ في هذا الفصل مجموعة من النصوص التي تعكس الصيغ العامة التي تستخدمها وكالات الإعلانات. مع ذلك يبقى الأسلوب والشكل تقريباً واحداً ومتماغماً).

الصوت	الصورة
موسيقى مع صوت شخص لا يظهر على الشاشة:	إذابة لقطات تصور مجموعة من الناس أمام مخزن الأطعمة.
هل تعرف بأن هناك أكثر من نصف مليون رجل وامرأة وطفل في (ماساشوستش) لا يملكون من الطعام ما يكفي إشباع بطونهم؟	
يجب أن لا تترك مسألة الجوع دون حل. إننا نستطيع إن نسير في طريق الحل السليم.	
كونوا معنا على القناة رقم (7) وستشاهدون مسيرة ضد الجوع، ذلك يوم الأحد، الثالث من مارس. يمكن الاتصال بنا على الهاتف رقم (227-3796).	دوبان اللقطات الثانية

ويتحمل الكاتب مسؤولية أمام وكالة الإعلانات والمعلن والمحملة المعلن، وهي مسؤولية الأتيان ليس بالأشياء الجمالية اللافتة للنظر فقط، بل بتقديم الأمور المقنعة. وفي الوقت نفسه، هناك مسؤولية أخرى على الكاتب إن يتذكرها دائماً وهي أن الإعلانات التي يكتبها يجب أن يكون لها تأثير إيجابي على الصحة العامة والأخلاق والأفعال.

الاعتبارات الأخلاقية Ethical Considerations

يمكن للإعلانات التجارية أن تبث من منطلق المسؤولية الأخلاقية، ويمكن أيضاً أن تبث من منطلق لا أخلاقي وغير مسؤول يواجهه كاتب هذه الإعلانات مواقف أخلاقية وخيارات صعبة. لنفترض إن كاتباً ما استخدم من قبل وكالة إعلانات وكُلفَ بكتابة إعلان عن الموضوع التالي: تريد إحدى شركات البيرة الكبيرة أن توسع من مبيعاتها بين شباب بلغوا سن الرشد قريباً. التركيز يكون هنا على الحانات والمطاعم التي تشهد استهلاكاً كبيراً لهذا النوع من البيرة. هل يفكر الكاتب بخطورة المضامين الأخلاقية لهذا الإعلان؟ لقد أقامت جمعية الإذاعة والتلفزيون العالمية (IRTS) حلقة دراسية حول مثل هذه المواضيع وكلفت مجموعة من طلبة الكليات والجامعات للقيام بمهمة الدعاية لإحدى شركات البيرة. لقد تم الاتفاق على أن تقوم تلك الشركة بدفع كل النفقات التي يحتاجها ذلك الإعلان من توفير قناني البيرة الحقيقية إلى القضايا المادية. ولقد قال أحد المشاركين في تلك الحملة بأن الشركة تريد أن "تسرق عقولنا". لقد اشتهرت تلك الشركة بسياستها المعادية للأقليات والنساء. وتصادف إن أحد الذين كلفوا بالقيام بتلك الفعالية كان من المناوئين للشركة والمقاطعين لإنتاجها لبعض السنين.

لقد اعترض حوالي ربع المشاركين في تلك الحملة على مضمون الإعلان، كما ورفض بعضهم العمل أصلاً. وعبر الربع الآخر من المشاركين عن تحفظاتهم على ذلك المشروع.

ولا يستطيع أي واحد من الإعلاميين أن يعمل في فراغ. إن على الكاتب الإذاعي أو التلفزيوني أن يكون عارفاً بالعالم الذي يحيط به. لقد اعترض بعض المشاركين

في ذلك الإعلان وقالوا إن ضمايرهم لا تسمح لهم بالمشاركة في حملة إعلانية، قد تنفع منها الشركة المعنية لكنها تعادي معاييرهم الأخلاقية الشخصية. إن أغلب المعارضين لذلك المشروع لم يرغبوا في تسخير جهودهم في حملة تشجيع الزيادة في استهلاك البيرة وخاصة من لدن شبان يافعين. ما العمل إذن؟ من حسن الحظ، أن كاتب الإعلانات المسؤول أخلاقياً يتذكر ما قاله مؤلف الكتاب المرسوم "عصر الإذاعة والتلفزيون". إن قواعد العمل تستدعي وجود معادلة حساسة بين متطلبات الشركة وبين المستهلكين. من الصعوبة خداع المشاهد لأن خداع المشاهد هو خداع الكاتب لنفسه وخاصة عندما يشعر الكاتب بأنه جزء لا يتجزأ من ذلك المشاهد.

طول الفترة الزمنية ومكان عرض الإعلانات التجارية والإعلانات غير التجارية

Lengths and Placement of Commercials and Announcements

عادة ما يستغرق عرض الإعلانات التجارية مدة ثلاثين إلى ستين ثانية. ونظراً لزيادة كلفة العرض، يميل المعلنون إلى تجزئة الإعلان الواحد إلى قسمين (splits) فإذا كان الإعلان يستغرق ثلاثين ثانية ككل، فيجزأ إلى عرضين، كل عرض يستغرق خمس عشرة ثانية أحياناً، وهناك إعلانات تستغرق دقيقتين و تُجرأ كالأتي: عشر ثواني، عشرون ثانية وأخيراً تسعون ثانية، وهذا غالباً ما يشاهد على التلفزيون الكابلي.

ولا يدفع منتجوا الإعلانات غير التجارية المال إلى المحطات المعلنه. يتراوح طول هذه الإعلانات بين ثلاثين إلى ستين ثانية. وتكون الأفضلية في بث الإعلانات إلى الإعلانات التجارية المدفوعة الثمن أولاً، ولا تقوم تلك المحطات ببث هذه الإعلانات غير التجارية إلا إذا توفر الوقت الكافي لها أو كانت هناك فترات فراغ في البث يتوجب ملؤها.

وتغطي الإعلانات غير التجارية فترات زمنية مشابهة لفترات الإعلانات التجارية. إن هوية المحطة (station-ID) (التي تتكون من الحروف الأولية الرئيسية مضافاً إليها شعار المحطة واسم المدينة التي توجد فيها) هي من المحطات المبدعة، أحياناً تبث مثل هذه المحطات إعلانات ملحقة ببرامجها ويستغرق كل إعلان حوالي ثمان ثوان. ويقوم

العديد من الكتاب بحساب عدد الكلمات التي يتضمنها إعلان معين. إن هذا الحساب يكون دقيقاً بالنسبة للمواد التي تبث إذاعياً. كما أن شخصية المذيع تلعب دوراً في التأثير في عدد الكلمات المنطوقة وما تستغرقه من وقت.

على العموم، إن الإعلان غير التجاري الذي يستغرق بثه عشر ثوانٍ يحتوي على حوالي خمساً وعشرين كلمة، والبرنامج الذي يستغرق عشرين ثانية يتضمن حوالي خمس وأربعين كلمة، والذي يستغرق ثلاثين ثانية يحتوي على خمساً وستين كلمة، ... خمس وأربعين/ مائة كلمة، ستين ثانية/ مائة وخمس وعشرين كلمة، تسعين ثانية/ مائة وتسعين كلمة، دقيقتين/ مائتين وعشرين كلمة.

إن الوقت المخصص للإعلانات يعتمد أحياناً على الوقت الفاصل بين برنامج وآخر. وتتراوح المدة الزمنية المخصصة بين بضع ثوانٍ إلى عدة دقائق وطول البرامج عادة ما يتراوح بين نصف ساعة إلى ساعة كاملة، وأحياناً يقلل إلى خمس عشرة دقيقة.

إن جدولة البرامج التلفزيونية هي أكثر صرامة من البرامج الإذاعية. لذلك تكون عملية إضافة برنامج ما إلى جدول البرامج الإذاعية أكثر سهولة ومرونة من التلفزيون.

وعلى الرغم من أن أغلب الإعلانات غير التجارية تبث في فترة انقطاع البرامج المنطقية مثل بدايات ونهايات البرامج، تتخلل أغلب البرامج التجارية فترات انقطاع، حيث أن البرامج الجيدة تجذب الكثير من الإعلانات التجارية، وكذلك الحال بالنسبة للأفلام السينمائية الجيدة التي ينقطع فيها الإرسال بين فترة وأخرى لتقديم الإعلانات.

هوية المحطة The ID

تطلب وكالة الاتصالات الفدرالية (FCC) من محطات التعمين أن تذكر الحروف الأولية للمحطة والمدينة والولاية، وهذا أمر اختياري وغير ملزم. إن المحطات تذكر درجة التردد الإذاعي (FREQUENCY) لمساعدة المشاهدين في متابعة برامج تلك المحطة على نحو واضح. مثلاً:

"أنتم تستمعون إلى محطة (دبليو. أي. بي. سي)، 660، نيويورك."

وتقدم بعض المحطات بإضافة عبارة معينة إلى عنوانها من أجل تمييزها عن غيرها من المحطات. مثلاً، "محطة دبليو. كيو. أيكس. آر. ألف. أم، نيويورك: محطة الموسيقى من الطراز الأول." أو خذ مثلاً آخر، "سي. بي. أس. تي. في. هذه المحطة ذات شبكة الإرسال الذي لا يعرف الخطأ." اقرأ هذا المثال أيضاً:

اللقطة المصورة	اللقطة المسموعة
وتظهر القناة الثانية على شكل "عين".	انظر إلى القناة الثانية، سي. بي. بي.
	أس، نيويورك

تستخدم بعض المحطات الموسيقى أو المؤثرات الصوتية وهذا ما نجده في محطة "كاي. إف. أو. جي"، سان فرانسيسكو التي تستخدم الصوت المنبعث من البوق الذي يحذر السفن من الضباب (foghorn).

الإعلانات غير التجارية The PSA

غالباً ما تعامل الإعلانات غير التجارية معاملة الإعلان عن هوية المحطة (ID). مثلاً: "هذه محطة دبليو. إن. في. إيج"، محطتكم الانتخابية. إذا كنتم تستمعون إلى أهم أخبار الحملة الانتخابية، فإنكم سترغبون في التصويت في اليوم المحدد للانتخابات. سجل أسمك الآن وستتمكن من الانتخاب". إن المؤسسات الممولة للإعلانات غالباً ما توفر الأدوات التي تسهل من عملية الإعلان. إليكم مجموعة من نماذج إعلانات الانتخابات:

إعلان لمدة عشر ثوان

المذيع: لا تستطيع التصويت إذا لم تسجل. اضمن حقك في الانتخاب. سجل الآن
في (مكان) ، التواريخ ، الساعات

إعلان لمدة عشرين ثانية

المذيع: إن حق التصويت هو حق عظيم. انه يساعدك في توجيه حكومتك
لكنك لا تستطيع أن تصوت ما لم تكن مسجلاً. سجل الآن وبذلك تستطيع
أن تصوت في اليوم المحدد للانتخابات. سجل الآن في مكان ،
التواريخ ، الساعات

إعلان لمدة ثلاثين ثانية

المذيع: إنها ليست أكبر حجماً من حجية التليفون، لكنها الحجية التي
سينطلق منها بناء المدارس وتبليط الشوارع في مدينتك. ما المقصود بهذه
الحجية؟ إنها حجية التصويت في منطقتك الانتخابية. ستحرم من المشاركة
في انتخابات هذه السنة المهمة التي ستجري في يوم
إذا لم يظهر اسمك في الكتاب ... "كتاب أسماء المصوتين". إذن، أسرع وسجل
اسمك في هذا الكتاب. اذهب إلى مكان ، تاريخ ساعة
..... سجل قبل التاريخ النهائي في (تاريخ)). سجل الآن.

تكتب الإعلانات غير التجارية أيضاً وتوضع داخل البرامج التي تبث أشياء
العمل الرسمية أو المناسبات الخاصة. وتذكر إن هذه الإعلانات غير مدفوعة الثمن.
وتعتمد المؤسسة الراعية لهذه الإعلانات على سمعتها وعلى الوقت المتوفر لبث هذه
الإعلانات. كلما ازدادت مرونة هذه الإعلانات كلما زاد اهتمام المحطة في بثها. هذه
بعض الأمثلة:

فترة إعلانات

ميلاد واشنطن

تذكركم محطة بأن عطلة ميلاد واشنطن توفر لك فرصة الاستراحة وكسر روتين الحياة. تذكرنا هذه المناسبة بأن هناك حوالي أربعمائة فاقد بصر في أميركا هل فكرت فيهم؟ لزيادة المعلومات عنهم اتصل بأقرب جمعية لفاقدي البصر قريبة منك أو المؤسسة الأميركية لفاقدي البصر الواقعة في منطقة 15 غرباً، شارع 16، مركز مدينة نيويورك.

إشارة الوقت

إعلان لمدة عشرين ثانية

المذيع: الساعة الآن هناك طفل في مدينة أو منطقة يشكو من التشوش العاطفي. إنه في حاجة إلى مساعدتك. هذا هو اليوم الوطني لرعاية الطفولة. تذكر ذلك واحضر الحفل الإنساني الذي سيقام في مدينة أو منطقة والذي تقدمه في تاريخ على قاعة مكان

إعلان لمدة ثلاثين ثانية

المعلق: لقد بيع من شريط العنوان والمغني ملايين النسخ. انك لا تجد صعوبة في الاستماع إليه، لكنك تواجه الصعوبة في الاستماع هذا الخبر: هناك أكثر من مليون طفل في أميركا يمانون من الأمراض العاطفية. ستعقد مؤسسة رعاية الطفولة الأميركية خلال أسبوع رعاية الطفولة الوطني، لقاء خاصاً من أجل تعريفك بالمشاكل التي يواجهها الأطفال في مدينة أو منطقة. إن حضورك هذا اللقاء هو نفع لك. كن هناك في تاريخ لتعرف كيفية مد يد العون. نشره الأنواء الجوية المحلية في الراديو.

إعلان لمدة عشر ثوان

المذيع: لا تستطيع التصويت إذا لم تسجل. اضمن حقك في الانتخاب. سجل الآن
في (مكان)، التواريخ، الساعات

إعلان لمدة عشرين ثانية

المذيع: إن حق التصويت هو حق عظيم. انه يساعدك في توجيه حكومتك
لكنك لا تستطيع أن تصوت ما لم تكن مسجلاً. سجل الآن وبذلك تستطيع
أن تصوت في اليوم المحدد للانتخابات. سجل الآن في مكان،
التواريخ، الساعات سجل الآن

إعلان لمدة ثلاثين ثانية

المذيع: إنها ليست أكبر حجماً من حجرة التليفون، لكنها الحجرة التي
سينطلق منها بناء المدارس وتبليط الشوارع في مدينتك. ما المقصود بهذه
الحجرة؟ إنها حجرة التصويت في منطقتك الانتخابية. ستحرم من المشاركة
في انتخابات هذه السنة المهمة التي ستجري في يوم
إذا لم يظهر اسمك في الكتاب ... "كتاب أسماء المصوتين". إذن، أسرع وسجل
اسمك في هذا الكتاب. اذهب إلى مكان، تاريخ ساعة
..... سجل قبل التاريخ النهائي في (تاريخ)). سجل الآن.

تكتب الإعلانات غير التجارية أيضاً وتوضع داخل البرامج التي تبث أثناء
العطل الرسمية أو المناسبات الخاصة. وتذكر إن هذه الإعلانات غير مدفوعة الثمن.
وتعتمد المؤسسة الراعية لهذه الإعلانات على سمعتها وعلى الوقت المتوفر لبث هذه
الإعلانات. كلما ازدادت مرونة هذه الإعلانات كلما زاد اهتمام المحطة في بثها. هذه
بعض الأمثلة:

فترة إعلانات

ميلاد واشنطن

تذكركم محطة بأن عطلة ميلاد واشنطن توفر لك فرصة الاستراحة وكسر روتين الحياة. تذكرنا هذه المناسبة بأن هناك حوالي أربعمئة فاقد بصر في أميركا هل فكرت فيهم؟ لزيادة المعلومات عنهم اتصل بأقرب جمعية لفاقدي البصر قريبة منك أو المؤسسة الأميركية لفاقدي البصر الواقعة في منطقة 15 غربا، شارع 16، مركز مدينة نيويورك.

إشارة الوقت

إعلان لمدة عشرين ثانية

المذيع: الساعة الآن هناك طفل في مدينة أو منطقة يشكو من التشوش العاطفي. إنه في حاجة إلى مساعدتك. هذا هو اليوم الوطني لرعاية الطفولة. تذكر ذلك واحضر الحفل الإنساني الذي سيقام في مدينة أو منطقة والذي تقدمه في تاريخ على قاعة مكان

إعلان لمدة ثلاثين ثانية

المعلق: لقد بيع من شريط العنوان والمغني ملايين النسخ. انك لا تجد صعوبة في الاستماع إليه، لكنك تواجه الصعوبة في الاستماع هذا الخبر: هناك أكثر من مليون طفل في أميركا يمانون من الأمراض العاطفية. ستعقد مؤسسة رعاية الطفولة الأميركية خلال أسبوع رعاية الطفولة الوطني، لقاء خاصا من أجل تعريفك بالمشاكل التي يواجهها الأطفال في مدينة أو منطقة. إن حضورك هذا اللقاء هو نفع لك، كن هناك في تاريخ لتعرف كيفية مد يد العون. نشره الأنواء الجوية المحلية في الراديو.

إعلان لمدة عشرين ثانية

المدّيع: إليكم النشرة الجوية لمنطقة الجو العام للأطفال المصابين بالأمراض العاطفية هو جو كثيب وقاتم. نحن الآن نعيش أسبوع رعاية الطفولة الوطني. إنك تستطيع إن تقدم الكثير لحل مشاكل هؤلاء الأطفال الذين يسكنون منطقة سيكون هناك تجمعا في يوم في مكان

أحيانا يكون الشكل العام للإعلانات غير التجارية موازيا لشكل الإعلانات التجارية. إنه لا يوفر المعلومات فقط بل يحث المستمعين إلى القيام بفعل ما، مثل حضور حفل خيرى لجمع التبرعات في مكان وزمان معينين. أحيانا يحث المستمعين لا إلى الحضور فقط بل التبرع بالمال أيضاً. إنه يتبع نفس آلية الإعلان التجاري ولكنه لا يستهدف الربح. إن له هدفاً إنسانياً فقط. خذ المثال التالي:

إعلان لمدة ثلاثين دقيقة

تجري في هذا الشتاء حملة لإنقاذ مرضى القلب تقوم بها الجمعية الأمريكية لمكافحة أمراض القلب. تقدم هذه الجمعية باقة ورد عطرة لك في مكتبك وترجوك مكافحة عدو الشعب رقم واحد وهو مرض القلب. إنك تستطيع المساهمة في هذه الحملة من خلال اتصالك على الهاتف (508-620-0071) ثم اطلب الرقم الداخلى (3946). إنك بهذا العمل تجلب الطمأنينة لقلبك.

أساليب كتابة (الإعلانات) Writing Styles

يمكن لأسلوب الكتابة أن يستثمر العناصر المسموعة والمرئية التي تثير وتشد المستمعين. إلا أن هناك حدوداً لهذا الاستثمار. فهناك حدود بين ما يكون مغرياً للمشاهد أو المستمع وبين القضايا التي تثير اشمئزازه واضطرابه، ويجب علينا أن نذكر بان ممول الإعلان لا يريد أن يخسر أي زبون. إن بعض الإعلانات الموجهة إلى

من تتراوح أعمارهم بين السابعة عشرة والخامسة والعشرين تستخدم ما يسمى بأسلوب "الموجة الجديدة" أو "التقنية المتطورة"، وأحياناً تستخدم العناصر الصباحية والمثيرة جداً التي استعملتها استوديوهات الفيديو الموسيقية. إن هذه الإعلانات تفسد الذوق وخاصة عندما تستخدم التلميحات الجنسية والعنف واللفظة البذيئة وغير ذلك من الأمور المحرجة والبعيدة عن الذوق.

يمكن أن يستخدم الإعلان الكوميديا والدراما والموسيقى والتقنيات الأخرى من أجل إقناع المتلقي بشراء حاجة أو خدمة معينة. على الكاتب بهذه الحالة أن يكون مباشراً وغير معقد. إذا أريد للإعلان التجاري أو غير التجاري أن يكون مخلصاً وصادقاً، فعلى كاتب ذلك الإعلان أن يستخدم في إعلانه كل ما هو متنع وواقعي لكي يجعل المشاهدين أو المستمعين يصدقون ما يشاهدون أو يسمعون. إن الموسيقى الهابطة والتافهة قد تفسد مضمون الإعلان وتحول لفته إلى لغة معقدة وغير مفهومة. إن اللغة التي تستخدمها مجموعة معينة من الناس في إعلان معين يجب أن تتناسب أعمار تلك المجموعة وثقافتها لكي يحقق الإعلان توحداً بين الإعلان والمتلقيين. وأحياناً لا يسمى الإعلان الأشياء بأسمائها بل يستخدم بعض الأشياء التي توحى بما يريد تجسيده، كملابس بعض الشخصيات على سبيل المثال.

من أجل تحقيق التوحيد بين المتلقي والإعلان: لا يتوجب على الكاتب دائماً استخدام اللغة العامية أو غير الفصحى. وتكون هذه اللغة مقبولة عندما تتناسب وتتسجم مع الموقف، كما يحدث في المسرحيات. على العموم، يجب استخدام المفردات ذات الوقار والهيبة التي لا تخلو من العذوبة والحلاوة، المفردات التي تجلب الانتباه، البعيدة عن الابتذال وسهلة الاستيعاب.

ويجب على النص المكتوب أن يكون سليماً من الناحية النحوية، باستثناء حالة واحدة وهي عندما تكون شخصيات الإعلان ذات مستوى ثقافي متدني، كما يجب على الفعل الإعلاني أن يكون مؤثراً حاله حال الكلمات والأفكار المطروحة داخله. إذا أردت أن تطرح قضية مهمة فعليك أن تكرر تلك القضية بكلمات وأشكال مختلفة، باستثناء الشعارات والعلامات التجارية حيث يكون التكرار حرفياً ودون تنوع. تذكر بأن هناك فرقاً واضحاً بين الإعلانات التلفزيونية والإذاعية حتى لو كانت تلك الإعلانات تروج للسلعة أو الخدمة نفسها. تجنب الادعاءات والأدلة الزائفة

والعناصر الأخرى القائمة على المبالغة لأنها لا تجلب للإعلانات سوى مشاعر الرفض والعداء من لدن أغلبية الجماهير، ولو أنها أحياناً تخدم بعض الشرائح الاجتماعية. تقوم بعض المحطات الصغيرة بإتباع أسلوب المبالغة والدجل المذكور آنفاً عندما تكون خاضعة لمجموعة من الضغوط.

التقنيات Techniques

عموماً ليست هناك فوارق جوهرية بين كتابة الإعلانات التجارية وغير التجارية. فالمجموعتان تعتمدان على العناصر التالية: تحليل نفسية المتلقين، ترويج سلعة أو خدمة معينة، معرفة ما يحتاجه الجمهور وبالتالي استخدام الوسائل المؤثرة من أجل تحقيق ذلك الكسب. إلا إن هناك فرقاً جوهرياً واحداً بين هاتين المجموعتين علينا أن نتذكره وهو أن الإعلان التجاري يعني ترويج بيع سلعة أو خدمة معينة بينما الإعلان غير التجاري يعني ترويج فكرة أو عمل معين.

إن كتابة الإعلانات تتطلب أموراً كثيرة، أكثر من الموهبة والتقنية والعمل الجاد. إنها معركة حقاً. وكسب هذه المعركة، كما يقول المخرج روبرت ليفنسون، تتطلب ما يلي:

- 1- يجب أن يكون الإعلان واضحاً بالنسبة لما يعرضه.
- 2- على كاتب الإعلان أن يتابع إعلانه لحظة بلحظة لأن المتابعة تعني كسب نصف المعركة.
- 3- لا يكون الإعلان مؤثراً إذا لم يكن كاتبه متمتعاً بالمهارات والمواهب والعمل الدؤوب.
- 4- إن الشيء الأساسي هو المتابعة وضبط النفس بالنسبة للكاتب، ثم تتبعها خطوات أخرى مثل جلب انتباه الجمهور، وجعل الإعلان واقعياً ومتضمناً مواقف التشويق بالنسبة للجمهور.
- 5- هنا المحك الحقيقي: إذا نظرت إلى الإعلان التجاري وأحببت الطريقة الذكية في عرضه، حاول بعدئذ ما يلي: جرد الإعلان من السلعة التي يعرضها. إذا

بقيت محباً للإعلان فهذا الإعلان فاشل. لا تحاول أن تجعل الإعلان التجاري ممتعاً بل حاول أن تجعل السلعة التي يعرضها ممتعة.

تحليل المتلقي Audience Analysis

يفتش المعلنون عن المتلقين الذين من المحتمل أن يشتروا منتجاتهم أو خدماتهم. إذا صمم المعلنون برنامجاً يروج لمواد التجميل للنساء اللواتي تتراوح أعمارهن بين السابعة عشرة والتاسعة والثلاثين، فعليهم ألا يعرضوه خلال برنامج تلفزيوني يتابعه الشباب الذكور، مثل البرامج الرياضية على سبيل المثال. عندما يحدد المشاهدون "المستهدفون" وتحدد طلباتهم وحاجاتهم، يحقق الإعلان النجاح، تدعى عملية "تحليل المتلقين" بالعملية الإحصائية السكانية (demographics) التي تغطي المفردات التالية: المعلومات عن الأعمار، الجنس، المستوى الاقتصادي، الاتجاه السياسي، المهنة، المستوى الثقافي، الخلفية العرقية والخلفية الجغرافية. هناك إحصائية أخرى تدعى بـ "الإحصائية النفسية" (psychographics) تشمل مجموعة من المفردات مثل: أسلوب الحياة، الاهتمامات الرئيسية، المواقف والمعتقدات.

ويحاول العديد من الكتاب إرضاء أكبر عدد من الناس الذين يتوقعون منهم متابعة البرنامج والإعلان الذي يتخلله، لذلك فمهمتهم ليست هينة. إن مشاهدي محطات التلفزيون الواسعة الانتشار هم مشاهدون غير متوحدين سكانيًا. يمكن للمحطات التلفزيونية المحلية أن تعرف على وجه التحديد طبيعة الوضع السكاني لمشاهديها على نحو سهل جداً وذلك بسبب محدودية عدد المشاهدين في تلك المنطقة المحدودة. تستطيع محطات التلفزيونية المحورية أن تحدد الطبيعة السكانية لمشاهديها بصورة دقيقة جداً وذلك لأنها تعرف كل التفاصيل عن هويات مشاهديها. لذلك فتحديد سكان كل منطقة يختلف باختلاف المحطات وسعة انتشارها.

ينبغي على الكاتب، بعد تحليله طبيعة المتلقين، أن يستخدم الوسائل والمواد التي تروق لذلك النوع من المتلقين. إن آلية التحليل التي تستعملها الإعلانات التجارية يمكن أن تستخدم في مجال الإعلانات غير التجارية.

إذن فتحليل المشاهدين أو المستمعين مرتبط بمعرفة مجموعة من الحاجات

والرغبات لأجل تحقيق التأثير المستهدف، قبل كل ذلك، على الكاتب أن يعرف طبيعة السلعة أو الخدمة التي سيعمل عنها.

التعرف على المنتجات Familiarization with the Product

بالإضافة إلى ملاحظاته أو استخدامه لبضاعة معينة، على الكاتب أن يجمع كل ما يمكنه جمعه من معلومات عن تلك البضاعة من المصادر وثيقة الصلة بها. إن أفضل مصدر لهذه المعلومات هو الشركة المنتجة، وقد يكلف الكاتب بالترويج لبضاعة غير مرغوب فيها تماماً بالنسبة لأكثرية المستهلكين. يكون واجبه هنا هو جعله تلك البضاعة مثيرة.

إذا كلف كاتب كتابة إعلان للترويج عن كاميرا صغيرة تتمتع بالصفات التالية: سهلة الاستعمال، تعين المسافة والتركيز أنياً، صغيرة الحجم ويمكن وضعها في الجيب وسعرها نصف أسعار الكاميرات الأخرى التقليدية، فستكون مهمة هذا الكاتب سهلة. لقد ظهرت مجموعة من الكتاب قبل فترة في هذا البلد وروجت لأنواع معينة من السيارات ذات الصفات التالية: رخص الثمن، استهلاك الوقود القليل، ذات محرك طويل العمر، واسعة جداً من حيث عدد كراسيها والمخزن الخلفي لها. إن هؤلاء الكتاب أنفسهم روجوا لسيارة الفولكس واكن وجعلوها أكثر السيارات الأجنبية مبيعاً في الولايات المتحدة.

من جانب آخر، قد يُكلف الكاتب بالترويج لبضاعة معلقة وغير مثيرة مثل أقراص سوء الهضم أو الأطعمة السريعة الجاهزة، أو بعض أجهزة التلفزيون. ويستطيع الكتاب المبدعون أن يزدوا من مبيعات هذه البضائع الثلاث عن طريق استخدام أساليب جديدة وغير مطروقة سابقاً والتي ستجعل كل من يشاهدها أو يسمعها يقول: "إذا جربتها أحببتها".

الإغراءات Appeals

إن العامل الثالث المهم في تهيئة الإعلان التجاري أو غير التجاري هو كيفية إغراء الجمهور في شراء البضاعة المعلقة. إن كل المشاهدين والمستمعين يتبعون حاجاتهم النفسية أو الفكرية، سواء علموا بذلك أم لم يعلموا. إن استثمار كاتب

الإعلانات لتلك الحاجات يجعل المتلقين ينطلقون فوراً لشراء ما هو موجود في الإعلان أو الاتصال على رقم الهاتف الذي يبدأ بالأرقام التالية: (900) لشراء تلك الحاجة. وهناك ثلاث من الوسائل المغرية التي استخدمت عبر العصور وحقت مردوداً إيجابياً، وهذه الوسائل المعتمدة على الوسائل "الأخلاقية والمنطقية والم عاطفية".

الوسيلة الأخلاقية Ethical Appeal

سمى أرسطو كل إقناع يأتي من "إنسان جيد" بالإقناع الأخلاقي. وعندما نخبرنا إنسان معروف جيداً أو محترم جداً عن شيء فإننا نصدق أنه أكثر مما لو أخبرنا بذلك الشيء نفسه إنسان آخر غير معروف. مثلاً، إننا نسرع لشراء البضائع التي يعلن عنها نجوم الفكاهة مثلما نسرع إلى الاهتمام بتصديق التعليقات السياسية والاجتماعية الصادرة عن مغني الأغاني الشعبية أو لاعبي البيسبول المشهورين الذين لا يعرفون أي شيء عن الموضوع الذين يتطرقون إليه، في الصفحات اللاحقة من هذا الفصل سندرس موضوع "الأدلة" كشكل رئيس من أشكال الإعلانات التجارية، وهذه الأدلة تعتمد تماماً على "الأسلوب الأخلاقي".

إن استخدام "الأسلوب الأخلاقي" في الترويج لبضاعة معينة يجب أن ينسجم مع الأخلاق السائدة للمتلقين. طبعاً يختلف هذا الموضوع من منطقة إلى أخرى وحتى ضمن منطقة واحدة.

الأسلوب المنطقي Logical Appeal

يعتمد نجاح هذا الأسلوب على المضمون. إن الإقناع هنا يعتمد على الحقائق التي يحاول الكاتب من خلالها إقناع المشتري بأن البضاعة أو الخدمة المعلنه تسد حاجة المتلقي الفعلية. مثلاً، تمنع في الإعلان التالي أمامكم والذي يروج لسيارة معينة. (يثير المشاهد التساؤلات التالية): هل يشجع الإعلان على شراء هذه السيارة بسبب قصر طولها الذي يسهل لصاحبها إيقافها في أية ساحة من ساحات وقوف السيارات؟ هل أن انخفاض القوة الحصانية للسيارة يساعد على الاقتصاد في استعمال البنزين؟ هل أن العدد القليل لاسطوانات تحريك المحرك يحدد سرعة السيارة وبالتالي يؤمن سلامة ركبائها؟ إذا كانت الأجوبة إيجابية فإن الإعلان منطقي.

كم عدد الإعلانات التي تتذكرها والتي قامت على المنطق؟ ربما العدد محدود جداً. إن الإعلانات التي تخططها وتنفذها الأجهزة الإلكترونية التي تؤكد على الحجم والشكليات، غالباً ما تفتقر هذه الإعلانات إلى الجودة النوعية والبنائية. مع ذلك يميل بعض هذه الإعلانات إلى استخدام الأسلوب المنطقي. هناك بعض الإعلانات التي يديرها الكمبيوتر تكون مقنعة في زمن معين، ولكن بعد مرور أشهر وحتى أسابيع يطرأ تغير في آلية الكمبيوتر وبالتالي تصبح هذه الإعلانات بالية وغير مؤثرة.

إن العدد القليل جداً من الإعلانات تستخدم الأسلوب المنطقي. إذا تمعنا في العديد من الإعلانات فسنعرف بأن العديد منها يعتمد الأسلوب العاطفي في عرض محتوياتها، هذا الأسلوب الأخير هو الأكثر استعمالاً وتأثيراً الآن.

الأساليب العاطفية Emotional Appeals

إن الأسلوب العاطفي لا يعني ذلك الأسلوب الذي يثير الضحك أو البكاء، بل ذلك الأسلوب الذي يؤثر في الجوانب غير المنطقية وغير العقلانية في شخصية الإنسان. إنه يستهدف ملامسة الحاجات والمتطلبات الأساسية للمشاهدين. خذ على سبيل المثال، الإعلانات عن السيارات إن أغلب هذه الإعلانات تركز على الحجم والقوة والأسلوب. حتى الإعلانات التي تروج للسيارات التي يديرها الكمبيوتر تذكر عبارات مثل "سيارة ذات غرفة جلوس واسعة". إن إعلانات التلفزيون تعرض سيارات تسير بسرعة جنونية في منعطفات الشوارع الريفية. بعض إعلانات السيارات تؤكد الاستعمال العائلي المنطقي لها ولكنها في الوقت نفسه تؤكد على حجم السيارة القادرة على استيعاب العديد من الركاب. العديد من إعلانات السيارات تلقي الضوء على التصميم والمعدات والذي يجعل الركاب وكأنهم نجوم سينمائيون، وبهذا المعنى توحى هذه الإعلانات بأن ركاب مثل هذه السيارات هم من الطبقات المترفة وذات الذوق الرفيع وبالتالي إذا اشتريت مثل هذه السيارات فستكون من هذه الطبقة.

هذه ليست أكثر من أساليب عاطفية تخاطب المشاعر أكثر من مخاطبتها للعقل. إن هذه الأساليب في الإعلانات تغازل الحاجات العاطفية مثل القوة والهيبة والذوق الرفيع - القوة التي تجلب لك محبة الآخرين والتقدم في الحياة دون عقبات

والهبة المتأنية من امتلاك الأشياء التي تجلب لك حسد الناس والذوق الرفيع الذي يجلب لك الاحترام.

إن بعض الجوانب العاطفية للإعلانات تأتي من تركيز هذه الإعلانات على المحبة العائلية، وبخاصة إعلانات شركات التأمين، والشعور الوطني والذوق الرفيع والسمعة والدين والولاء لفئة معينة. تستخدم بعض الإعلانات فكرة الامتثال للرأي العام عندما تروج لبضاعة تخص الشباب. إن أكثر الأساليب العاطفية المستخدمة هي الأسلوب الذي ينادي بحفظ الذات من الأذى والهلاك، وهذا ما نجده في أغلب الأحوال في إعلانات الأدوية الطبية. المثال التالي يوضح الأسلوب العاطفي المروج للهيئة. الهدف المقصود منه هذا إذا اشتريت مستحضرات (البي) الغذائية فإنك صاحب ذوق رفيع:

الصوت	الصورة
المذيع: تود شركة (البي) أن تسألکم هذا السؤال: ما معنى كلمة (اييكو)؟ حسناً، يعرفها القاموس كالآتي: شخص ذو ذوق رفيع في اختيار الطعام. وهذا يتجسد فيمن يشتري الأطعمة. من (البي).	1- لقطة مقربة جداً للمذيع ولمنتجات (البي)
كل واحد من أفراد عائلتنا يذهب إلى مخازن (البي) لشراء:	2- استعراض لهذه المنتجات
الخوخ وكوكيتل الفواكه والأناناس وشراب الأناناس والبزاليا والبنجر والذرة وعصير الطماطم واللحوم المعلبة. الآن تشاهدون العديد من المتبضعين وهم يشترون أطعمة (البي).	3- لقطات قريبة لكل فقرة من هذه المنتجات
إنك تحصل على كوبيونات تساعدك على توفير العديد الدولارات.	4- لقطات مقربة للكوبيونات
إن شرائك من هذا المكان هو توفير لك. أعطى منتجات (البي) الأولوية في قائمة مشترياتك.	5- لقطة مقربة جداً لهذه المنتجات

هل لاحظت عبارة "كل واحد من أفراد عائلتنا"؟ هل لاحظت الأسلوب العقلا في نهاية الإعلان التي تركز على التوفير من خلال الكوبونات؟ إذا أردت أن تك إعلاناً مشابهاً فهل ستضيف فقرة عقلاية أخرى، مثل "الأطعمة المغذية"؟

نقدم لك الآن أربعة نماذج من الإعلانات، وكل نموذج يتضمن على ما لا ي عن أسلوب واحد من الأساليب المذكورة أعلاه. هل تستطيع في الأقل تشخي أسلوب واحد في كل نموذج؟

الصوت	الصورة
1- امرأة: لقد اتصل (جو) تلفونياً في هذا الصباح. رجل: كيف حاله؟	1- رجل وامرأة جالسان أمام المائدة وهما يتناولان طعام العشاء. المرأة تبدو كئيبة.
2- رجل: ما هي المشكلة؟	2- لقطة قريبة للرجل.
3- امرأة: لا شيء.	3- لقطة قريبة للمرأة.
4- رجل: اتصل جو من مسافة 2000 كيلو ... هل الأطفال بخير؟	4- لقطة قريبة للرجل.
5- امرأة: بخير. رجل: وكيف حال (سالي) امرأة: بخير	5- لقطة قريبة للمرأة.
6- رجل: إذا كان الأطفال (سالي) بخير، فلماذا اتصل تلفونياً؟ امرأة: سألته السؤال نفسه.	6- لقطة قريبة للرجل.
7- رجل: لماذا تبكين؟ امرأة: لأن (جو) قال: "لقد اتصلت تلفونياً لأنني أحبك يا أمي".	7- لقطة قريبة للمرأة وهي تبكي.
8- مقيّن: مد يدك، مد يدك و...	8- رجل يضع ذراعه حول امرأة ويقبلها. صوت عال: مد يدك واتصل بشركة (بيل) للتلفون.

الصوت	الصورة
أتمنى أن يضاء دربك بقليل من أشعة الشمس. (موسيقى)	راكب دراجة يسير عبر الشارع. صوت سير الدراجة
بقليل من الحب والسعادة كل يوم.	لقطة جانبية لراكب الدراجة قريباً من نافورة ماء.
لا أريد الوداع بل أريد صديقاً جديداً كل يوم.	انتقاله. راكب الدراجة يسير في أحد طرق المرور السريع.
أتمنى لك الحياة الرائعة والسماء الزرقاء الصافية.	لقطة قريبة لمجموعة من راكب الدراجات
أتمنى أن يكون معك إنسان يشاركك لحظات السعادة ويشاركك متعة شرب (الكوكا).	لقطة قريبة لراكب دراجة يسير عبر حقول ريفية.
لأنها شيء حقيقي	لقطة قريبة لراكبي الدراجة في طريق ريفي سريع وهو مبلل بماء المطر.
وانتي أريد أن أملأ حياتك بما هو حقيقي	لقطة قريبة لبطل الكوكاكولا. لقطة قريبة لراكب الدراجة وهو يشرب الكوكا.
	لقطة قريبة لمجموعة من الركاب وهم يشربون الكوكا.
	لقطة مثرووب الكوكا وهو يصب في أحد الأقداح.
	راكب الدراجة وهو يشرب الكوكا
	فنان شاب يشربان الكوكا في أحد الحقول.
	لقطة لراكب الدراجة وهو يشرب الكوكا في أحد الأنفاق.
	لقطة قريبة لراكب الدراجة وهو يسير في إحدى المدن الريفية الصغيرة.
	لقطة قريبة لراكب الدراجة وهو يتجه صوب بعض المنازل. تظهر سيدتان طاغتنان في السن في المقدمة.

الصوت

الراوية: في المرة القادمة عندما تطلب منك سيكارة، أعطها قليلاً من الحنان بدل السيكارة.

إذا أردت الإقلاع عن التدخين، اتصل بالجمعية الأميركية لمحاربة السرطان.

الصورة

1- تعميم، تتبعه لقطة قريبة متوسطة لرجل وامرأة وهما يجلسان سوية. تضع المرأة سيجارة في فمها. ينزع الرجل السيجارة من فمها.

2- تبهيت، ثم يتبعه العنوان التالي: إذا أردت الإقلاع عن التدخين، اتصل بالجمعية الأميركية لمكافحة التدخين.

PEPSI COMMERCIAL



Today will stay with you for the rest of your life



Today you're bringing home your new baby and your wife.



And all around are people who mean the world to you



sharing your jubilation,



part of the Pepsi Generation



C'mon, c'mon, c'mon, c'mon and have a Pepsi Day



Simon, Simon, Simon, and
taste the Pepsi Way.



Your baby's home, your
family's here.



to celebrate and tell her
near.



Simon, Simon, and Have a
Pepsi Day.



You're the Pepsi Generation.



Have a Pepsi Day!

© PepsiCo, Inc. Material reprinted with permission of PepsiCo, Inc., owner of the registered trademarks "Pepsi,"
"Pepsi Cola" and "Have a Pepsi Day."

إن الإعلان التجاري عن (الكوكا) يعتمد الأسلوب العاطفي الذي يرمي إلى خلق المحبة والزمالة، أما الإعلان غير التجاري للجمعية الأميركية لمكافحة السرطان فإنه يرمي إلى تشجيع الناس على الوقاية من داء السرطان عن طريق الإقلاع عن التدخين. تخاطب هذه الإعلانات مجاميع عمرية ومستويات اقتصادية محدودة.

إن الإعلانات غير التجارية التالية تتضمن الأسلوب العاطفي والمنطقي في آن واحد ذلك من أجل تعزيز فكرة الوقاية الذاتية. إن هذه الإعلانات تخاطب ثلاث مجموعات من المشاهدين: عامة الشعب والآباء والشباب.

المذيع: هذا هو التدخين غير المباشر. إنه استنشاق الدخان الصادر من مدخنين يجلسون معك في غرفة واحدة، انك قد تستشق الدخان الذي يتسرب داخل ملابسك والذي يذهب إلى رئتيك وبالتالي يرفع نسبة إصابتك بالسرطان بنسبة 34%. أنت تعرف بأن هناك عبارات مكتوبة على علب السجائر تحذر المدخنين من خطر التدخين. متى تصنع شركات التدخين عبارات على العلب تحذر الناس من التدخين؟

صوت: حان الوقت لرمي التدخين في مزيلة التاريخ.

صوت: رسالة من دائرة ماساشوتس للصحة العامة.

أب : أعرف أنه ينبغي عليّ ألا أدخن. لقد حاولت الإقلاع عن التدخين لملايين المرات وإنني أعرف الكثير عن سرطان الرئة وعن أمراض القلب ... أقصد أن كل هذه المخاطر مكتوبة على أحد جوانب علب السجائر. مع ذلك هذا لا يسهل عملية الإقلاع عن التدخين. إلا أنني سأستمر في المحاولة.

أب : إذا لم تقنعني الأسباب المثبتة على هذه الجهة، فإن الأسباب المثبتة على الجهة الأخرى ستقنعني.

صوت: اتصل برقم 1-800 وحاول أن تقنع عن التدخين.

صوت: حان الوقت لرمي التدخين في مزيلة التاريخ. إنها رسالة من دائرة ماساشوتس للصحة العامة.

المذيع: أمامكم شابان حاولا كل ما يستطيعان من أجل ترك التدخين. ذهبا إلى مجموعات الأسواق الكبيرة بحثاً عن الطعام البارد.

لم يعجبهما ذلك. حضرا عدة لقاءات كثيرة وصغيرة وظلا يبحثان عن الطريقة التي يستطيعان بواسطتها ترك التدخين أخيراً نجحاً. أنت تستطيع ذلك أيضاً.

صوت: حان الوقت لرمي التدخين في مزيلة التاريخ.

صوت: رسالة من دائرة ماساشوتس للصحة العامة.

تنظيم الإعلانات التجارية وغير التجارية

Organization of the Commercial or Announcement

إن هدف الإعلانات التجارية وغير التجارية هو الإقناع. لقد طور العديد من الخبراء في فن البلاغة أنظمة الإقناع. عادة ما يدرس طلبة الكليات مثل هذه الأنظمة في بعض المواد المقررة عليهم مثل الاتصالات الدولية وإدارة الأعمال والفلسفة. يمكن أن تستخدم الإعلانات التجارية وغير التجارية في الإذاعة والتلفزيون خمس خطوات أساسية وعملية للإقناع:

الخطوة الأولى: اكسب انتباه المتلقي. يمكن أن يتم ذلك بعدة وسائل مثل الإضحاح والتصريحات المثيرة والأسئلة البلاغية التي لا تحتاج إلى أجوبة والوصف الدقيق والموقف غير المطروق سابقاً والصراع المليء بالتشويق والمؤثرات الصوتية. على الكاتب أن يتذكر بأن مشاهد التلفزيون يميل إلى استغلال فترة الإعلانات من أجل الذهاب إلى الحمام أو شرب البيرة أو استخدام جهاز التلفون أو تناول الطعام. إذا لم يكتسب الكاتب انتباه المشاهد في الثواني القليلة الأولى، أي قبل أن يغادر المكان الموضوع فيه التلفزيون، فإنه يكون بذلك قد خسر ذلك المشاهد. عادة ما يحمل مستمعو الراديو أجهزة الراديو معهم أينما يذهبون، وهكذا فإنهم يبقون على اتصال مع البرامج الإذاعية. مع ذلك، إذا لم يكسب البرنامج الإذاعي انتباههم في اللحظات الأولى، فإنهم قد يقومون بأنشطة أخرى مثل الحديث. بالتالي يفقدون البرنامج. حتى لو بقي المشاهدون والمستمعون أمام التلفزيون والراديو فإنهم قد يغيرون قنوات البث إذا لم يعجبهم برنامج ما.

الخطوة الثانية: بعد أن يحوز كاتب الإعلانات على انتباه المتلقين، فإن الخطوة الثانية التي يجب أن يخطوها هي خطوة الإقناع. ويمكن لعنصر الإقناع هذا أن يأتي من تقديم تمثيلية صغيرة (minidrama) مليئة بالصراع الذي يدفع المتلقين إلى متابعة قمة الصراع وبالتالي تشوقهم إلى معرفة النتيجة. في الحقيقة، إن هذا الأسلوب هو نفس الأسلوب المتبع في بناء الحبكة المسرحية مع فارق واحد وهو أن بناء حبكة الإعلان لا تستغرق سوى ثلاثين أو ستين ثانية. وهناك وسائل أخرى يمكن بواسطتها جعل المتلقي يتمتع بما يقدم له منها: النوادر، الشهادات، الإحصائيات، الأمثلة، الأصوات والمشاهد المثيرة.

الخطوة الثالثة: إعطاء الانطباع بأن هناك مشكلة قائمة متعلقة بالمنتج أو الخدمة المعلن عنها. يمكن أن تقدم هذه المشكلة على شكل مباشر أو عن طريق الإيحاء غير المباشر.

الخطوة الرابعة: الإيحاء بأن هذه المشكلة لا يمكن أن تحل إلا عن طريق ما يقدمه البرنامج من منتج أو خدمة. يجب إن يأتي هذا الحل في نهاية الإعلان.

الخطوة الخامسة: يجب أن ينهي الإعلان بأسلوب عاطفي أو منطقي أو أخلاقي من أجل حث المتلقي على الحصول على المنتج أو الخدمة المعلنه عن طريق الذهاب إلى اقرب بقال أو اقرب جمعية خيرية أو أي مكان آخر نابع من طبيعة الإعلان.

وفي اغلب الأحوال لا يكون هناك رد فعل إيجابي فوري من المتلقين، إلا أننا في وقت ما، اشترينا شيئاً لم نكن نفكر في شرائه لولا تأثرنا غير المباشر بما سمعناه أو شاهدناه من إعلانات.

أمامك الآن إعلان غير تجاري. نريد منك تأشير خطوات الإقناع فيه. تذكر بأن الخطوات الخمسة ليست سوى أدلة وليست أوامر ملزمة. ربما لا تجد الخطوات الخمسة جميعاً وربما تجد خطوة واحدة مؤثرة. حاول.

إعلان لمدة ستين ثانية	
اللقطة المرئية	اللقطة المسموعة
حفلة كوكتيل. رجل متجههم يدخل ويتحدث.	رجل متجههم: (يتكلم بنبرة عاطفية) أهلاً هاري يبدو أنك لم تتعرض إلى الشمس لمدة شهر. عليك إن تخرج.
انتقال الكاميرا إلى رجل تبدو على وجهه علامات فقر الدم.	هاري: ماذا تعني بعبارة "عليك أن تخرج"؟
تعود اللقطة إلى الرجل المتجههم.	رجل متجههم: إنك ستحتاج نفسياً إذا ما تزمت في العراء... ستستريح أعصابك وسيدخل الهواء النقي إلى رئتيك.

رجل متجهم يحاول توضيح جمال الطبيعة.

العودة إلى هاري المصاب بفقر الدم :
يرد بفضب وكثانه هوجم شخصياً من
لدى الرجل المتجهم.

يستمر النقد اللاذع لهاري الذي يبدأ
بالتدخين.

يستمر هاري بالتدخين والحديث في آن
واحد.

يتجمع مدخنون آخرون حول هاري

لقطات قريبة للسياتر

لقطات قريبة للسياتر

الدخان يرتفع إلى السقف

الشاشة تمتلئ بالدخان

تتجمد الصورة التي يظهر فيها هاري
وهو مغطى بالدخان

هاري: (غضب بعد أن شعر بأنه قد
هوجم شخصياً) أي هواء نقي؟ هل
تسمي الهواء الذي يحيط بنا نقياً؟

هاري: إن حياتنا هنا تشبه الحياة داخل
منجم فحم. إننا نعاني من تلوث الهواء
في هذه المنطقة.

هاري: هل انتهت إلى ما يغطي عتبات
شبابيك بيتك في الصباح؟ إنه السخام
الكثيف.

(يستمر هاري بالحديث) السخام في
الساحات، في سيارتك - إنه أكسيد
الكربون الأحادي. انه يقتلك في كل
يوم.

(يستمر بالحديث) تريد مني أن احصل
على المزيد من الهواء النقي... إذن أبدا
أنت تعمل شيء يساعد على تنقية هذه
المدينة من الهواء الملوث.

هاري: حطم مصادر الدخان

هاري: تخلص من موافد إحراق النفايات
في الشقق السكنية.

الذئع: (لا يظهر على الشاشة) إذا
رغبت بمعالجة الهواء الملوث، فإننا
نقترح عليك أن تبدأ برئتيك أولاً.

The Television Storyboard القصصية التلفزيونية

يرغب الزبائن والمنتجون والمسؤولون الماليون من أن يشاهدوا بصورة مبكرة التصميم الصوري للإعلانات التجارية وغير التجارية وما تحتويه من مضامين بعد أن ينهي الكتاب التصميم الفكري العام للإعلان، يبدؤون بعدئذ بكتابة النسخة التي تتضمن الكلمات المكتوبة ومن ضمنها الحوار والأجواء التي يدور فيها. بعدئذ تبدأ مرحلة رسم الصورة الأولية للإعلان والتي تجسد المشاهد التي تجري فيه أحداث ذلك الإعلان. إن هذه الصورة تبين ما يلي: الفعل، المؤثرات النظرية، زوايا ومسافات الكاميرا والمكان والزمان. تكتب تحت كل صورة عبارة تتضمن الحوار والصوت والموسيقى التي ينبغي أن تسمع.

DUNKIN' DONUTS "WAKE UP TIME" STORYBOARD—30 SECONDS



(MUSIC UNDER)

SEX: ALARM CLOCK RINGS

FRED (OC): Time to make the donuts. The donuts.

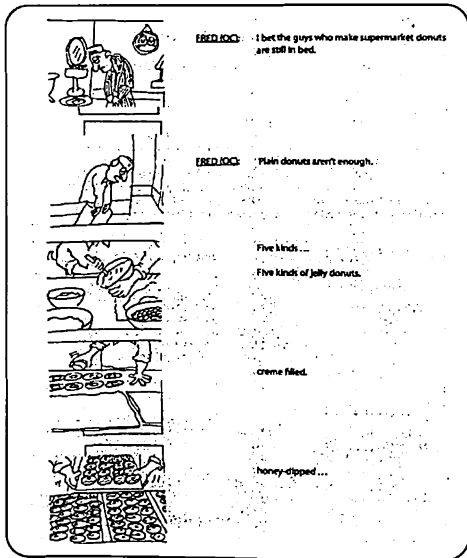
ANNCR (VO): It isn't easy owning a Dunkin' Donuts.

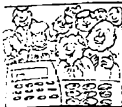
FRED (OC): Time to make the donuts.



ANNCR (VO): Because, unlike most supermarkets, we make our donuts fresh day and night.

تهيأ بعض هذه الصور من أجل العرض الأولي بمصاحبة مسودة النص التي كتبه كاتب الإعلان. يمكن لهذه الصور إن تكون مبسطة جداً لكنها مؤثرة، وهذا يعتمد على مهارة الكاتب. في بعض الوكالات الإعلانية الكبيرة يشغل الكاتب بالتعاون مع فنان، وهذا الأخير يقوم بتهيئة الصور الابتدائية. تكون بعض الصور النهائية للإعلانات ذات مستوى فني عالٍ يشد الناظر إليها وكأنه يشاهد فلماً سينمائياً مجسداً.





ANNCH (VO): Of course, when you make donuts this good, there is one reward: they taste so great, people buy an awful lot of 'em.



SUPER: DUNKIN' DONUTS IT'S WORTH THE TRIP.

FRED (OC): Good mornin', folks!

DUNKIN' DONUTS "WAKE UP TIME" FINAL PRODUCTION — 30 SECONDS



1. (MUSIC UNDER) (SFX ALARM CLOCK RINGS)
FRED (OC) Time to make the donuts.



2. The donuts.



3. **ANNCH (VO)** I ain't worry 'cause a Dunkin' Donuts **FRED (OC)** Time to make the donuts.



4. **ANNCH (VO)** Because, unlike most supermarkets,



5. we make our donuts fresh day



6. any night



7. **FRED (OC)** I bet the guys who make supermarket donuts are still in bed.



8. Plain donuts aren't enough.



9. Five kinds...



10. **VOICE UNDER:** Five kinds of jelly donuts, cream filled, honey-glazed... **ANNCH (VO)** Of course, when you make donuts this good,



11. there is one reward: they taste so great. **FRED (OC)** Good mornin', folks!

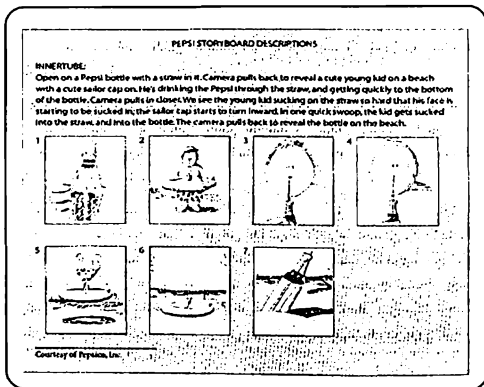


12. **ANNCH (VO)** people buy an awful lot of 'em.

Written and produced by Adly & Gargano, Inc., Advertising, courtesy of Dunkin' Donuts of America, Inc.

لأن التلفزيون جهاز مرئي، فإن العديد من النقاد يعتقدون بأن كتاب الإعلانات التلفزيونية، سواء تجارية أو غير تجارية، يجب أن يستخدموا الوسائل المسموعة والمرئية ولا يقدموا أصوات إذاعية مصحوبة بصور!!

في الحقيقة، إن الصور الأولية للإعلانات تكون جوهر الإعلان التجاري. يحدث أحيانا إن تكون هناك صور إعلانية، خالية من الحوار والأوصاف المكتوبة، قادرة على الترويج للبضائع والخدمات. هذا إذا قدمت بأسلوب فني معبر. إليكم هذا المثل الذي يتكون من هذه الصور الناطقة: تظهر قنينة مشروب غازي وفيه أنبوب من الورق يمتص به الشراب. تنتقل الكاميرا إلى الورا، وتظهر طفلا محبوبا ماشيا على الساحل واضعا قبعة البحارة على رأسه. إنه يشرب ذلك المشروب الغازي المذكور أعلاه من خلال أنبوبة ماصة، بعدها يحتسي الشراب جميعه من القنينة. ثم يستمر الطفل بالتمتع بالمشروب إلى أن يدخل رأسه في داخل الأنبوبة الماصة وبالتالي داخل القنينة. ومنها يعرف المشاهدون علامة ذلك الشراب.



الهيئات الإعلانية Formats

هناك خمس هيئات رئيسية يجب أن تؤخذ بنظر الاعتبار عند تصميم الإعلانات التجارية وغير التجارية وهي: البيع المباشر، الشاهد، الفكاهة، الموسيقى، والتمثيل.

البيع المباشر The Straight Sell

يجب على هذه الخطة أن تعتمد التعبير الواضح والمبسط عن المنتج أو الخدمة المعلن عنها. لا تقحم اسم المذيع أو المحطة كثيراً بما يباع أو يروج له، باستثناء مسألة واحدة وهي عندما يكون الإعلان ترويجاً أو دعاية للمحطة نفسها أو لأجل جمع التبرعات لجمعية ذات صلة بالمحطة المعلن. لا تقل "منتوجنا" أو "سوقنا" ما لم يكن المعلن شخصية معروفة وقوية. هنا يمتزج عاملان مهمان وهما: الشاهد والبيع المباشر.

وعلى الرغم من أن البيع المباشر يجب أن يكون مباشراً، إلا أنه يجب أيضاً ألا يزعج المتلقي والا يكون معقداً بحيث يكسب معاداة الزبائن. على الكاتب أن يركز على شيء محدد في البضاعة أو الخدمة المعلن، سواء كان ذلك الشيء ملموساً أم ضمنياً، وهذا الشيء المسلط عليه الضوء يجب ألا يتوفر في بضاعة أو خدمة أخرى منافسة.

وأحياناً يبنى البيع المباشر على شعار معين يحدد ميزة معينة. خذ على سبيل المثال، شعار (وندي): "آين اللحم؟" الذي نال شعبية واسعة إلى درجة أنه لعب دوراً مهماً في التأثير في نتيجة انتخابات الرئاسة: فقد انتقد أحد المرشحين منافسه عن طريق استخدام هذا الشعار.

أحياناً يحاول كتاب الإعلانات تقديم طريقة جديدة مبتكرة لكنها تفتقر تماماً إلى العناصر الفنية. على الرغم من أننا نربط الإبداع الجمالي في الإعلانات التجارية مع استخدامها للدراما أو الموسيقى والوسائل الفنية الأخرى، مع ذلك، فهناك إعلانات تجارية تروج لسلعة معينة بصورة مباشرة وتكون النتيجة إيجابية ليس من حيث نجاحها فقط في بيع تلك السلعة بل في الاستحواذ على خيال واهتمام الجمهور. خذ على سبيل هذا الإعلان الذي يقدمه (ساي سبيرلنك) وهو يروج إلى أحد محلات الحلالة للرجال.

الصوت	الصورة
ساي: أنا (ساي سبيرلنك)، مدير مؤسسة الحلاقة للرجال. إذا فكرت في إصلاح شعرك الخفيف	لقطة قريبة لـ (ساي)
فان عندي لك خبر مهم يخص كتيب عليك اقتناؤه. سأرسل لك الكتيب مجاناً إذا ما اتصلت على رقم الهاتف التالي. إن محتويات هذا الكتيب صادقة مباشرة. إنها تناقش وتستعرض كل التقنيات التي تمكن استخدامها في سبيل إيجاد البدائل للشعر الطبيعي بإيجابياتها وسلبياتها، بدائل مثل الخصل من الشعر المستعار، الشعر المستعار، زرع الشعر وإلى ما هناك من وسائل. يقدم لك هذا الكتيب كل ما يحتاجه من حقائق ويترك لك الخيار في اختيار الأحسن.	لقطة قريبة للكتيب في يد (ساي) تقترب عربة الكاميرا ثانية لتصوير الكتيب ورقم التلفون عن قرب. انتقله إلى (ساي) وإظهاره بلقطة متوسطة قريبة (MC).
في سبيل إيجاد البدائل للشعر الطبيعي بإيجابياتها وسلبياتها، بدائل مثل الخصل من الشعر المستعار، الشعر المستعار، زرع الشعر وإلى ما هناك من وسائل. يقدم لك هذا الكتيب كل ما يحتاجه من حقائق ويترك لك الخيار في اختيار الأحسن.	يمشي (ساي) وتتبعه الكاميرا. لقطة قريبة لمحتويات الكتاب. يوشر (ساي) على كل فقرة من فقرات الكتاب.
إذن إذا أردت الحصول على نسخة من هذا الكتيب، اتصل على هاتفنا الآن. سأرسل لك هذه النسخة مصحوبة بمجموعة من الصور التوضيحية الملونة. إذن اتصل الآن للحصول على النسخة مجاناً. بالمناسبة إنني لست مدير مؤسسة الحلاقة للرجال فقط، بل إنني أحد زبائننا أيضاً.	الكاميرا تتابع حركات (ساي). لقطة قريبة لرقم الهاتف. (ساي) يظهر صورة فوتوغرافية له. تتجمد الصورة. تبهت الصورة إلى اللون الأسود. ظهور عنوان المؤسسة وهاتفها.

دليل حماية وأناقة الشعر



SV: I'm Sy Sperling, President of Hair Club for Men®. If you've ever thought about doing something about your thinning hair...

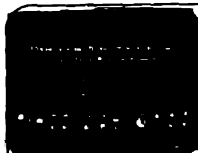


... than this important, new booklet is something you should have.

الشهادة والتقدير The Testimonial

عندما تأتي الشهادة على جودة بضاعة معينة من شخصية كبيرة لامة، فإن هذه تعكس العديد من أساليب الإقناع مثل الأساليب العاطفية وأساليب الهيبة والقوة ورفعة الذوق. عندما يشاهد المتلقي هذه الشخصية اللامعة وهي تعلن عن بضاعة معينة فإنه، بصورة لا إرادية، يتصور بأن شراءه لتلك البضاعة ستحقق له النجومية كالنجومية التي تتمتع بها الشخصية البارزة في الإعلان الخدمي أو التجاري. لكي يكون الإعلان الذي تقدمه هذه الشخصية البارزة مؤثراً فيجب على مضمونه وأسلوبه ونوعية الحوار فيه ومكانه وزمانه، يجب على كل هذه الأشياء أن تكون متناغمة ومنسجمة، مع انطباق الرأي العام عن تلك الشخصية يتوجب على المشاهدين أو المستمعين أن يقتنعوا بأن هذه الشخصية البارزة تؤمن فعلاً بما تقوله عن المنتج أو الخدمة التي يروج لها.

يواجه كاتب الإعلانات التجارية بعض الاعتبارات الأخلاقية عندما يكتب إعلاناته إلى الأطفال. إذا كان المروج عن البضاعة المعلن عنها، كلعب الأطفال أو طعمم الأطفال المصنوع من الحبوب على سبيل المثال، محبوباً من لدن الشباب، فإن تأثيره لن يكون قوياً، لا سلبياً على الأطفال. إن الأطفال يكونون حساسين جداً بالنسبة لهذه النقطة.



And I'll see that you get it free if you call
our toll-free number.

Page 1	Page 2	Page 3	Page 4	Page 5	Page 6	Page 7	Page 8	Page 9	Page 10
Page 1	Page 2	Page 3	Page 4	Page 5	Page 6	Page 7	Page 8	Page 9	Page 10
Page 1	Page 2	Page 3	Page 4	Page 5	Page 6	Page 7	Page 8	Page 9	Page 10
Page 1	Page 2	Page 3	Page 4	Page 5	Page 6	Page 7	Page 8	Page 9	Page 10
Page 1	Page 2	Page 3	Page 4	Page 5	Page 6	Page 7	Page 8	Page 9	Page 10
Page 1	Page 2	Page 3	Page 4	Page 5	Page 6	Page 7	Page 8	Page 9	Page 10
Page 1	Page 2	Page 3	Page 4	Page 5	Page 6	Page 7	Page 8	Page 9	Page 10
Page 1	Page 2	Page 3	Page 4	Page 5	Page 6	Page 7	Page 8	Page 9	Page 10
Page 1	Page 2	Page 3	Page 4	Page 5	Page 6	Page 7	Page 8	Page 9	Page 10
Page 1	Page 2	Page 3	Page 4	Page 5	Page 6	Page 7	Page 8	Page 9	Page 10

It covers the good and not-so-good points
of toupees, wigs, weavers, the future
process, transplants and a lot more. It's
designed to give you the facts you need to
make an intelligent choice about what's
best for you.



And by the way, I'm not only the Hair Club
for Men president. I'm also a client.

نقدم لكم الآن إعلانين يتضمنين شهادتين يقوم بالإدلاء بهما شخصيتان بارزتان الإعلان الأول تجاري ونفترض أن مقدمة هو الفنان الكبير السير لورس أوليفيه وهو ابرز فناني القرن والحائز على العديد من الجوائز، الإعلان الثاني غير تجاري تقدمه الفنانة الالامعة ماريا ستيب والذي تطلب فيه العون من الجماهير لفرض منع الحرب النووية. لاحظ كيف أن الإعلانين يطلبان ما يريدان تحقيقه بالأسلوب "المباشر".

الصوت	الصورة
أوليفيه: انظر إلى كاميرا "بولورويد" رقم سبعين للتصوير.	يظهر لورنس أوليفيه ويده كاميرا. تظهر آنية الزهور خلفه.
أوليفيه: ما عليك سوى أن تضغط على الزر.	يشير أوليفيه إلى الكاميرا. ثم تُهَيَّأ الكاميرا للتصوير.
أوليفيه: الآن، انظر إلى هذه الصور	يضع إصبعه على زر الكاميرا.
أوليفيه: إن هذه الصور تطور نفسها خارج الكاميرا	يأخذ صورة للزهور.
أوليفيه: لقد جفت الصور	لقطة قريبة لأوليفيه وهو يأخذ الصورة.
موسيقى	يسحب صورة من الكاميرا.
أوليفيه: لا تسلم أي شيء	يسحب صورتين من الكاميرا، ثم ثلاث صور.
أوليفيه: لا ترمي أي شيء	تبدأ الصور بالوضوح بعد أن كانت باهتة.
موسيقى.	لقطة قريبة لثلاث صور.
موسيقى.	لقطة قريبة لثلاث صور من صور الزهور.
أوليفيه: بعد قليل، ستحصل على صور ذات جمال مدهش.	لقطة قريبة لصور الزهور أخرى.
أوليفيه: هذه الصور تجعلك تنظر إلى العالم بعيون جديدة.	لقطة قريبة لصور الزهور وهي في طريقها إلى أن تصبح أكثر وضوحاً.
موسيقى.	

أوليفيه: إنها كاميرا (70) الجديدة من صنع (بولارويد).	لقطة قريبة لثلاث صور كاملة.
	لقطة قريبة متطرفة لصورة واحدة.
	لقطة قريبة متوسطة لأوليفيه وهو يحمل الكاميرا.
	لقطة قريبة متوسطة لأوليفيه وهو يفلق الكاميرا.

إعلان تلفزيوني لمدة ثلاثين ثانية تقدمه ماريا ستيب

لن يصاب طفلي بشلل الأطفال والخنق والجذري.
لقد تخلصنا من هذه الأمراض.
بقي مرض آخر من أمراض الأطفال الفتاكة. إنه مرض الحرب النووية.
إنه أكثر تدميراً وفتكاً من كل الأمراض التي تخلصنا منها سابقاً.
رجاء التحقي بملايين الأمهات في حملة تبيان أخطار الحرب النووية.
ارسلي اسمك وعنوانك إلى العنوان التالي: (02174)،
دائرة بريد آر لنكتن، ماساشرستس.
إنك تستطيعين أن تعالجي أحد أمراض الأطفال الفتاكة.

أحياناً يستخدم الإعلان شخصيات من عامة الناس مثل العامل أو ربة البيت أو غيرها من الشخصيات كبديل عن الشخصية البارزة التي تقدم الشهادة على جودة المنتج أو الخدمة المعلن عنها. يمكن للمشاهد أو المستمع أن يتوحد وبالتالي يتجاوب مع ما تقدمه هذه الشخصيات الاعتيادية. إن هذا التوحد بين المعلن الاعتيادي والمتلقي يساعد على تقبل المتلقي لما تطرحه الشخصية الاعتيادية من حلول ومقترحات بشأن بضاعة أو خدمة معينة. الإعلان التالي يتبع ما يمكن تسميته بأسلوب "كل الناس". إنه أسلوب تعليمي غرضه لفت أنظار الناس إلى الأشياء الإيجابية والسلبية.

إعلان إذاعي لمدة ستين ثانية

مرحباً بكم. أود أن أخبركم عن شيء شخصي. كنت معتاداً على شرب الخمر إلى درجة الإدمان. كنت أسوق سيارتي وأنا ثمل. لقد ارتكبت تسع عشرة مخالفة مرورية وسببت بذلك

ست حوادث خطيرة وجرحت ثلاثة أشخاص، بالإضافة إلى نفسي، وصودرت إجازة السَّوقِ العائدة مرتين. لقد بقيت أسوق السيارة وأنا ثمل. في إحدى الليالي وعندما كنت عائداً إلى بيتي، سحقت هذا الطفل. لقد مات قبل أن يتمكن الناس من إنقاذه. كان طفلاً في الحادية عشرة من العمر وكان أصغر بقليل من ابني الكبير. إنني أعيش الآن ذلك الكابوس. لم تسمح لي درجة الثمالة التي كنت فيها من أن أرى ذلك الطفل وقتلته، لكنني أستطيع أن أراه الآن. لن أنساه أبداً.

المذيع: جاعتك هذه الرسالة من شركة (جنرال موتورز).

الفكاهة Humor

تتغير المواقف الفكاهية في الإعلانات التجارية عبر السنين، وذلك يعود إلى تغيير موقف الجمهور تجاه مفهوم الفكاهة. دائماً ما تكون الفكاهة وسيلة من وسائل جلب الانتباه، إلا أنها يجب أن تعكس وتتماشى مع الاتجاهات الطريفة السائدة. لقد كانت الملاحظة السريعة المثيرة للضحك (gag) الأساس الذي تقوم عليه الإعلانات التجارية، إلا أن هذه الظاهرة اختفت لتحل محلها السخرية أو المحاكاة الهزلية (Parody). إن أغلب المواقف الطريفة تكون نابعة من المواقف الدرامية المرتبطة ارتباطاً وثيقاً بحبكة القصة أو بالعلاقة القائمة بين الشخصيات.

إن بعض أنواع الفكاهة غريب وشاذ إلا أنه يكون جزءاً من بعض الألعاب السحرية الممتعة كما في إعلانات (باركي). البعض الآخر من الفكاهة يكون رقيقاً ومثيراً للعطف. هناك أنواع أخرى من الفكاهة التي ينبع تأثيرها من المواقف غير المترابطة أو من حدوث أشياء غير متوقعة.

ة ثلاثين ثانية

الصورة

طفلة صغيرة جالسة في مقدمة مائدة مصنوعة من الأغصان الجافة. تبدأ هذه الطفلة بالغناء.

يبدأ الكوب بالتحدث مع غطائه.

تتوقف الطفلة عن الغناء ثم تعاود الغناء بعد قليل.

يتكلم الكلوب مع غطائه.

تتوقف الطفلة ثانية، تتحسر ثم ترفع غطاء الكوب وتتذوق الزيت بلسانها.

يتكلم الكوب ثانية مع الطفلة.

تتوقف الطفلة وتتأمل أخيراً تغير الأنشودة الأولى.

صوت ينبعث من بعيد وهو يروج للماركة هذا النوع من الزيت.

VOLKSWAGEN COMM



1 (SILENT)

2, ANCHOR: (VO) IT WAS THE FIRST ...

Doyle Dane Bertrach Inc. for Volkswagen of America

إعلان لمدة ستين ثانية

المذيع : ماذا يفعل والدك عندما تكون في المدرسة.

موسيقى: عزف حزين على الكمان.

والد : ماذا ترغبين بعمله في هذا المساء يا عزيزتي.

والدة: آه، أود أن أجلس بجانب جهاز الهاتف ثانية. ربما يتصل بنا ابننا (لاري) في هذا الشهر.

أب : هل اترك الضوء على حاله؟

والده: كلا. أفضل الجلوس في الظلام.

المذيع : كان بإمكانك يا (لاري) أن تتصل بوالديك لتخبرهم عن سبب تغييرك مادة اختصاصك الرئيسية وتشرح لهم ماذا تعني عبارة "وضع الطالب تحت الاختبار" أو في الأقل اطلب منهم أن يرسلوا لك الفلوس. الأمر بسيط جداً. اتصل بهم هاتفياً يوم الجمعة الساعة الحادية عشر مساءً أو يوم الأحد الساعة الخامسة مساءً عندما تكون أجور الاتصالات التلفونية قليلة. كن على ثقة بأنهما سيسعدان بسماع صوتك.

مؤثرات صوتية: ر. ن. ك، ر. ن. ك.

والده: أهلاً.

لاري : أنا (لاري) يا ماما.

موسيقى: تصعيد صوتي.

والده : (لاري)؟ هل حقاً إنك (لاري).

المذيع : أرسلت هذه الرسالة لكم شركة (سوثيرين بيل) للخدمات الهاتفية.

الموسيقى Music

تكون الإعلانات التجارية الموسيقية إحدى الوسائل الفعالة التي تجعل المشاهدين يتذكرون المنتج التجاري. يمتد الكثير من المشاهدين بأن سبب انتشار مشروب بيبسي كولا ومنافسته لمشروب كوكا كولا يعود إلى تلك الأغنية المجلجلة التي مطلعها "بيبسي كولا هتز ذي سبوت..." كثير منا، في يوم ما، استمع إلى أغنية وأعجبته جداً، وبعدئذ اكتشف بأن الأغنية لم تكن سوى إعلان تجاري وليست أغنية الموسم!!

لاحظت (سوزان هاملتون) في مجلة "الإذاعة" بأن: "الموسيقى لا تزال من حيث المبدأ شيئاً عاطفياً. إن السبب وراء إنتاجنا إعلانات تجارية بشكل أغنان موسيقية يعود إلى سعيها في اختطاف المستمعين. لقد أخبرنا في الماضي بأن الأطفال يغيرون مؤشر الراديو إلى محطة أخرى حالما يسمعون إعلاناً تجارياً في الراديو. إلا أنك عندما تجعل إعلاناتك مفعمة بالموسيقى فستوفر أمامك فرصة في كسب هؤلاء الأطفال قبل أن تكسبهم مؤشرات الراديو".

لقد نال العديد من الألحان الأصيلة المرافقة للإعلانات إعجاب الجمهور الذي أصبح يرددها باعتبارها إنجازات موسيقية رائعة قبل أن تكون إعلانات، كما تحول العديد من الأغاني الشعبية إلى ألحان إعلانية عاشت في ذاكرة الجمهور. وهذا ما نجده في إعلانات الكوكا كولا ومحلات (ماكدونالد). خذ هذا النص الإعلاني على سبيل المثال:

الصوت	الصورة
أغنية "أريد أن اشتري العالم وأملأه بالحب وأشجار التفاح والحمام".	نقطة قريبة لوجه فتاة وهي تقني. ترجع الكاميرا إلى الخلف وتصور فتاة أخرى وشاب يقفان بمصاحبة الفتاة الأولى. قنينة كوكا تقني أيضاً فتيات وقتيان يلبسون الملابس الشعبية وهم يحملون قناتي الكوكا في أيديهم ويفتون.
أريد أن احتضن العالم وأغني له أنغاما رائعة. وأريد أن اشتري للعالم كوكا كولا أريد أن أحتضن العالم كله وأغني له أغنية "ما يريده العالم اليوم"، بتوزيع موسيقي عالٍ.	

مجاميع من الأولاد والفتيات يفنون وهم
يلبسون الملابس الشعبية أولاد وفتيات
يحملون قناني الكوكا وهم منسجمون
بالغناء لقطة قريبة لوجه الفتاة الأولى
وهي تغني.
مجاميع كبيرة من الأولاد والفتيات من
مختلف الجنسيات يفنون على تل. دمج
الصور مع بعضها.

الأغنية هي:

على إحدى تلال إيطاليا
تجمع الشباب من جميع أنحاء العالم
لكي نقدم لكم هذه الرسالة
من شركة كوكا كولا.
إنه شيء حقيقي وأبعد ما يكون عن
الخيال.
أنه: كوكا

أريد أن اشتري للعالم كوكا كولا
لكي أحافظ على صحته.
هذا ليس حلمًا بل حقيقة.
ما يريده العالم اليوم هو كوكا كولا.
هذا هو الواقع.
كوكا كولا.

دراسة الإعلان The Dramatization

يقدم أحياناً إعلان على شكل مسرحية قصيرة لا يتجاوز وقتها الثلاثين أو
السنتين ثمانية. إن أغلب الإعلانات المسرحية تتبع الخطوات الدرامية التقليدية التي
تهدف إلى إضفاء المصداقية على الحدث وهذه الخطوات هي: العرض، الصراع،
الفعل المتصاعد، الذروة، والحل أحياناً. بعبارة أخرى، إن هذه العملية الدرامية هي
نوع من الأحداث المتسلسلة التي تستهدف نيل انتباه واهتمام المشاهدين عن طريق
عنصر التشويق وعن طريق حل المشاكل التي تواجهها شخصية معينة أو مجموعة من
الشخصيات. أحياناً يكون الإعلان بشكل تمثيلية صغيرة (minidrama) تدور
أحداثها داخل عائلة معينة. إن هذه الإعلانات تجلب انتباه العديد من المشاهدين الذين
يتطلعون إلى معرفة ما سيحدث لهذه الشخصيات مستقبلاً، وهي بهذا المعنى شبيهة
بتمثيلات المواقف التلفزيونية (sitcom).

بعض هذه التمثيليات لا يتضمن بناءً مسرحياً واضحاً، إنها ليست أكثر من حوار أو حدث تتخلله بعض المعلومات عن المنتج المعلن عنه. تقدم هذه المعلومات إما بصورة مباشرة أو غير مباشرة. تتضمن هذه التمثيليات القصيرة بعض العناصر التي تجعل الإعلان ممتعاً، عناصر مثل الفكاهة والموسيقى. خذ الإعلان التالي عن الكوكا الذي يروي قصة مرثية عن طريق أغنية.

LEVI'S COMMERCIAL—30 SECONDS



SINGERS
Every late night morning
I put on my jeans



One bop bop
on bop, woo bop



Levi's button fly 501 jeans



One bop bop on bop



Well they think down to sit
you and only you. They



button fly 501 fly
make you a man



one bop bop one bop
That's the truth
One bop bop woo bop



Levi's 501 jeans
One bop bop woo bop



One bop bop

اللغة المسموعة

أغنية:

انتبه، انظر إلى شروق الشمس الالامعة.

إن عينيك لامعتان أيضاً.

لقد تحسست الهواء الهاب وحاولت

الوصول إلى ...

وأردت التمتع بمباهج الحياة

أنك تشاهد الآن

بأن كل شيء يزداد جمالاً.

(موسيقى)

نجد في أعماقك من المشاعر الطيبة ما

لم نجده عند غيرك.

تعني لك الصداقة الشيء الكثير،

كذلك الحال بالنسبة للأحاديث

البسيطة

ارتشف الكوكا

وتمتع بالحياة...

وبكل ما هو رائع.

إنها شيء حقيقي.

أود... كوكا، كولا

إنها شيء حقيقي.

أود... كوكا، كولا.

إنها شيء حقيقي

اللغة المرئية

معام يسير أمام أحد المنازل

لقطة قريبة للمحامي وهو يتحدث مع صبي.

يظهر الصبي بوضوح على الشاشة.

المحامي والصبي يمشيان على أحد الأرصفة.

المحامي والصبي يعبران أحد الشوارع.

المحامي وثلاث صبيان يسيران على الرصيف.

المحامي والصبيان.

لقطة تصور فتح باب أحد الملاعب والصبيان

ينتظرون في الخارج.

يفتح الباب ويدخل الصبيان.

لقطة قريبة للمحامي.

المحامي يسلم الكرة لأحد الصبيان.

المحامي يعد يده لأحد الصبيان خلف الجدار.

لقطة قريبة لـ (جوسيه)

يطلب المحامي من أحد الصبيان أن يتبعه.

المحامي يقدم (جوسيه) إلى الصبيان.

المحامي يلعب الشطرنج مع جوسيه.

لقطة قريبة للمحامي وهو يشرب الكوكا.

المحامي يلاطف أحد الصبيان.

الصبيان يشربون الكوكا.

لقطة قريبة لقنينة الكوكا.

ترجع الكاميرا وتصور الصبيان ثانية.

لقطة قريبة للكوكا.

المحامي يقدم الكوكا لـ (جوسيه)

تظهر عبارة "إنها شيء حقيقي" على طول

الشاشة.

المحامي مع (جوسيه). تظهر عبارة "إنها

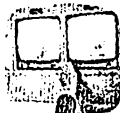
شيء حقيقي" ثانية.

تستخدم بعض الأعمال الدرامية المشاهد أو الأحداث الواقعية كنقطة انطلاق؛ إن مثل هذه الأعمال أقرب إلى الخليط الدرامي والإخباري منه إلى التمثيلية، المصغرة، إنها أعمال وثائقية قصيرة (minidocumentaries) إذا صح التعبير. قد يفر الكاتب لتقديم المعلومات الجادة بطريقة مباشرة، كما هي الحال بالنسبة لإعلانات البيع المباشر، مع ذلك تبقى قضية استخدام المواقف الدرامية ذات أثر كبير في جعل الإعلان أكثر متعة وأكثر قابلية على شد انتباه المشاهدين. يستطيع الكاتب الجيد أن يستثمر هذه الوسيلة (الدرامية) استثماراً إيجابياً. مثلاً، إن الكاتب التلفزيوني

إعلان يبين خطورة المخدرات



ANNOUNCER: I feel like I'm going to sleep some time today. How do you



keep track of them without the uncomfortable camera



In London, there is a new computerizing system that will catch thieves made by the police and ITV



OFFICER: Gorman read out on his 100th birthday. Respirator and heart rate normal



OFFICER: Radio No 2 down. Test for leaks and wind him down



ANNOUNCER: The ITT vehicle is a street and friends of pass that can be built

المبدع ربما يركز على العناصر المرئية ذات التأثير الأكبر. إن العديد من الإعلانات غير التجارية يمكن أن تعرض في الإذاعة والتلفزيون، وهذه الظاهرة يمكن أن تفسر بطريقتين: إما أن هذه الإعلانات لم تستخدم الوسائل التأثيرية بصورة تامة، أو أن هناك خلل في هذه الوسائل.



right into the air hose -- and over them, a laser beam can flash medical reports.



a sleep condition that signal an emergency.



TECHNICIAN: Over in distress.
OFFICER: What's the problem, Bob?
TECHNICIAN: ENG is unstable.



OFFICER (VO): Operate emergency procedure.
ANCHOR: Who knows how many lives this ITT cable will



once it's out of the laboratory.
OFFICER (VO): Not bad maps.



Courtesy of International Telephone and Telegraph Corporation (Nederland, Harper & Stevens, Inc.)

إن أفضل شيء يمكن أن يقوم به التلفزيون هو استخدام الحد الأدنى من الحوار. الإعلان التالي الذي يهدف إلى محاربة المخدرات هو مثل على كيفية عدم استخدام حوار في الإعلانات التلفزيونية غير التجارية. لقد كتب هذا الإعلان طالب في كلية رسون كجزء من متطلبات إحدى الكورسات عن الكتابة الإعلامية.

اللقطة المرئية	اللقطة المسموعة
يستهل المشهد بإحدى الأيدي المغطاة بكف جلدي) وهي تمسك كأساً موضوعاً على الطاولة. هناك الكثير من المخدرات.	مجموعة من الأيدي المستقرة على طاولة. أمامها كيس المخدرات. وشفرة حلقة.
اليد الثانية (مغطاة بالكف أيضاً) تلتقط بندقية من الطاولة. تظهر البندقية جميعاً على الشاشة.	تتلاشى هذه الصورة بسمع صوت نبضات القلب.
تلتقط اليد الثانية شفرة الحلقة وتضعها في وسط أكوام المخدرات. تقسم هذه اليد المخدرات إلى مجموعتين يظهر مسدس مهيأ للتصويب	لقطة أخرى تصور يدين تمسكان بندقية
اليد الأولى قسمت ببطء المخدرات إلى قسمين	
اليد الثانية تحشو البندقية بالطلقات تلتقط اليد الأولى قليلاً من المخدرات وتظهرها أمام الكاميرا	تسمع ضربات القلب وأصوات انفجار البندقية
اليد الثانية تحرك البندقية وتصوبها باتجاه جسدها كعلامة للانحجار. (سوف تدمر المخدرات كل طافاتك العضلية)	مؤثرات صوتية: يتزامن انفجار البندقية مع بدأ هؤلاء الناس بتعاطي المخدرات.

الخطر القاتل والمدمر للمخدرات

"COCAINE" STORYBOARD

SFX Heartbeat... fade up and under (hands stay still)



Sneak up heartbeat a little (heart rate increases). Natural sound of gun as it's picked up. (hands wait a few seconds and pick up gun)



Sneak up heartbeat (heart rate increases). Natural sound of razor scraping on glass. (hand picks up razor blade and begins scraping cocaine)



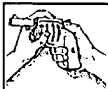
Sneak up heartbeat (heart rate increases). Nat sound of chamber as it opens. (hands open chamber of gun)



Sneak up heartbeat (heart rate increases). Nat sound of scraping on glass. (hands separate cocaine into four lines)



Sneak up heartbeat (heart rate increases). Nat sound of bullet sliding into chamber. Nat sound of click as chamber closes. (hands load bullet into chamber and close)



Sneak up music (heart rate increases). Nat sound of straw scraping table. (hands pick up straw and bring straw close to camera)



Sneak up heartbeat to full level (heart rate increases). Lose all audio as gun faces camera. (hands turn gun towards camera—end up aimed directly at camera)



SFX gunshot, as straw touches cocaine. (hands slowly lower straw to cocaine—camera follows—gun fires as straw touches cocaine)



VO—"Cocaine it will blow your mind."

COCAINE IT WILL
BLOW YOUR MIND

Written by Edward Krasnow. Courtesy of Mr. Krasnow.

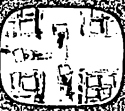
مزج العيّنات Format Combinations

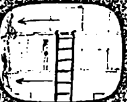
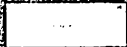
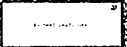
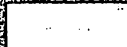
تتبع الإعلانات التجارية وغير التجارية أكثر من خطوة واحدة، ولو أن بعض الإعلانات ربما تستعمل خطوة واحدة فقط.

ترويج لفوائد الكمبيوتر

The advertisement grid consists of six panels, each featuring a stylized illustration and a short text block:

- Panel 1 (Top Left):** Illustration of a person at a computer terminal. Text: "RAPID ROLLER SHOTS IN", "MUSIC VIDEO 1", "ADVERT 10", "In America's rapidly changing world."
- Panel 2 (Top Middle):** Illustration of a person at a computer terminal. Text: "DISTRIBUTION CENTER NO. 27", "even the brightest"
- Panel 3 (Top Right):** Illustration of a person at a computer terminal. Text: "and best known in the shipping"
- Panel 4 (Bottom Left):** Illustration of a group of people. Text: "MY head more than a loyal staff"
- Panel 5 (Bottom Middle):** Illustration of a person at a computer terminal. Text: "(QUALITY MUSIC DRUMS)", "and fitted and final systems"
- Panel 6 (Bottom Right):** Illustration of a person at a computer terminal. Text: "TO improve 2", "smooth running operation"

		
... the man in the suit ...	... the man in the suit ...	... the man in the suit ...
		
... the man in the suit ...	... the man in the suit ...	... the man in the suit ...
		
... the man in the suit ...	... the man in the suit ...	... the man in the suit ...



Textiles



Textiles



For capital expenditures



A manager can do it



A tool for decision making



The (30) Personal computer ...
For more detailed analysis



General productivity

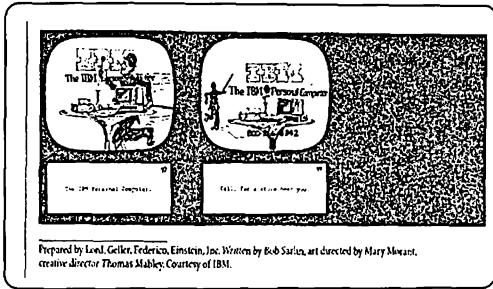


Another technology



Before planning

and stepping	delivered.	and
It can help out the completion of business...	have even the chance of communication.	and help a manager
and	and become a big event in the company.	and



Special Considerations الاعتبارات الخاصة

يدرك العديد من كتاب الإعلانات التجارية أهمية الاعتبارات الأخلاقية، مع ذلك فهناك العديد من هؤلاء الكتاب الذين لا يعيرون أهمية للاعتبارات الأخلاقية السائدة في إحدى المناطق التي تشاهد أو تسمع تلك الإعلانات. يجب على الكاتب أن يحدد نفسية متلقي إعلانه قبل الشروع في كتابة ذلك الإعلان. إن معرفته بهذه الاعتبارات قد يكون أهم من معرفته نسبة أعمار سكان تلك المنطقة وأجناسهم ووضعهم الثقافي والاقتصادي والسكاني. إن عليه أن يتذكر أيضاً بأن رد الفعل تجاه إعلانه سوف لن يكون متشابهاً أو واحداً.

يعتقد الدكتور (سيسيل هيل)، أحد أساتذة العلاقات العامة والرئيس السابق لجمعية فناني الإذاعة والتلفزيون، بأنه يتوجب أن يكون هناك تفهم عام بين الكاتب والذئع والمتلقين، لطبيعة: المواد المبتة، مثل الإعلانات، لكي تؤدي تلك المواد على الوجه الأمثل. يتصور هذا الأستاذ بأن على الكاتب أن يجد علاقات بين طبيعة المادة المعلنة وطبيعة المتلقين وطبيعة المناسبة، كي لا يكون لإعلان معين تأثير واحد على

جميع المتلقين لأن كل فرد من هؤلاء المتلقين ينظر إلى الإعلان بطريقة مختلفة عن الآخر. ليس كل أفراد مجموعة عرقية واحدة متشابهة في أذواقهم. هذا ما يجب على المحطات الإذاعية والتلفزيونية أن تأخذه بنظر الاعتبار.

ذكرت (كارولين جونز)، المديرة القديرة لجمعية المبدعين السود في إحدى مقالاتها التي نشرتها في (واشنطن بوست)، أن وكالات الإعلانات التي تخاطب الملونين ذكرت أن هذه الإعلانات لم تكسب المجموعة التي تخاطبها. تذكر هذه الكاتبة بأن الدراسات التي أجريت على النساء الملونات أظهرت بأن طبخ المرأة الملونة يستغرق وقتاً أطول من طبخ المرأة البيضاء وذلك لأن المرأة الملونة تهتم بنوعية الطعام المطبوخ من حيث إضافة الكثير من البهارات. وهذا ما يجعلها تهتم بالمذاق الجيد أكثر من السرعة في الطبخ. تضيف الكاتبة (كارولين جونز): (بدل إن يقول الإعلان للسيدة الملونة "تستطيعين أن تطبخي الطعام بدقيقة واحدة" عليه إن يقول: "وفرني الوقت الكافي للاهتمام بعائلتك". الذي أفترضه هو أن على كاتبي الإعلانات أن يجروا الدراسات قبل أن يشرعوا بالكتابة).

تطبق هذه المبادئ نفسها على المشاهدين وعلى الكاتب الذي يحلل مواقف ومشارب المشاهدين وخلفياتهم وأسلوب حياتهم. إن هذه المبادئ ستوفر له فرصة إيجاد الأرضية المشتركة بين المنتج والمتلقي.

التطبيق والمراجعة Application and Review

- 1- اختر منتجاً، أو برنامجاً تلفزيونياً ومحطة تلفزيونية ، وأكتب نصاً لإعلان تلفزيوني وخطة مرئية للمنتج. برّد ما قمت بإعداده من خلال بيان (1) تحليل الجمهور، (2) الاستمالات العاطفية أو المنطقية أو الأخلاقية، (3) خطوات الإقناع التي اتبعتها.
- 2- اكتب نفس الإعلان للراديو مع الأخذ بالاعتبار الفروقات بين الراديو والتلفزيون.
- 3- باستخدام نفس الاعتبارات، اكتب نصاً لإعلان خدمة عامة للراديو والتلفزيون.
- 4- اكتب إعلاناً ترويجياً للراديو والتلفزيون.

الأخبار والرياضة

News and Sports

الأخبار News

الخبر هو كل حادثة تجذب انتباه الناس أو تؤثر فيهم أو هو كل شيء جدير بأن يثبت من خلال وسائل الإعلام إلى المشاهدين أو المستمعين من قطعة فوق شجرة إلى اندلاع حرب. ويكون المراسل الصحفي مسؤولاً عن تحديد جدارة الأخبار ويختار منها ما هو جدير بالتغطية والنشر. أما الكاتب فيكون مسؤولاً عن استقبال تلك المعلومات الخبيرة ووضعها بالصيغة المناسبة للثب الإذاعي. وغالباً ما يقوم شخص واحد بمهمة المراسل الصحفي والكاتب. إذا استثنينا شبكات ومحطات الإذاعة الكبيرة حيث تقوم مجموعة من الموظفين بمهمة استلام ملاحظات المراسل الصحفي وتحويلها إلى نص صالح للثب الإذاعي مباشرة، فإننا نجد بأن المراسل الصحفي في الغالب يقوم بكتابة النص بنفسه وتوفير المادة الصحفية لبرنامج ما. وأحياناً لا يتوفر للمراسل الصحفي الوقت الكافي لكتابة النص، وعليه القيام ببثه مباشرة على الهواء.

وعلى العموم، يجمع المراسل الإذاعي أو التلفزيوني المعلومات عن حدث معين ويكتب النص الذي يترافق مع المؤثرات الصوتية. وأحياناً ينقل الحدث كما هو وأحياناً يعرضه بصورة رواية أدبية.

مصادر الأخبار Sources of News

إن المصدر الأساسي للأخبار الرئيسية هو الكاتب - المراسل. وإذا كان المراسل قد جمع أخبار ومعلومات لكنه لم يضعها بالصيغة النهائية للبث على الهواء، يأتي الكاتب هنا ويستلم المعلومات ويهيئها للبث أو يعيد صياغتها قبل عملية البث. وأحياناً، يقوم بعض المذيعين، وبخاصة في المحطات الصغيرة، بمهمة المراسلين الصحفيين والكاتب في آن واحد. إن المعلومات، في بعض الأحيان، تأتي من مصادر غير متخصصة مثل نداءات بعض المواطنين الهاتفية أو الشرطة أو دوائر مكافحة الحريق التي تخطر المحطات بوقوع جريمة أو حريق معين، ومكاتب استعلامات بعض المؤسسات التجارية ووكالات العلاقات العامة. وقبل أن يقوم الكاتب بترتيب تلك الأخبار ووضعها بالصيغة النهائية عليه أن يكون حذراً جداً ومنتهباً إلى صحة تلك الأخبار ومصداقية مصدرها.

وبطبيعة الحال، عندما تأتي المادة الخبيرة من أحد مراسلي محطة الكاتب، أو الشبكة التي يعمل فيها، تكون مهمة ذلك الكاتب سهلة من حيث معرفة صحة ودقة الأخبار التي يقدمها ذلك المراسل له. إذا استلم الكاتب معلومات خبرية غير مسندة بالتسجيلات الصوتية أو التصويرية أو لم تكن كافية لتكون خبراً مهماً أو كانت له بعض الشكوك بخصوص محتوياتها، يمكن للكاتب أن يضيف أو يكيف بعض تلك المعلومات. يستطيع الكاتب أن يحصل على المعلومات الإضافية عن طريق الهاتف أو عن طريق الذين شهدوا الحدث، وعلى شرط أن يسمح له الوقت بذلك.

إذا أريد للقصص الإخبارية الجيدة أن تكون متكاملة ودقيقة، فعليها أن توفر للمستمعين الإجابة عن الأسئلة الخمسة التالية (five Ws): من؟ ماذا؟ أين؟ متى؟ ولماذا؟ وإذا فقد الكاتب إحدى هذه الأسئلة الخمسة في إحدى القصص الإخبارية المهمة، فعليه أن يفسح النظر عن الإجابة عن سؤال "لماذا؟"، وخاصة إذا كان يعرف "ماذا؟" حدث ومتى؟ وأين؟ و"إلى من؟". إذا كانت القصة تتضمن تلميحات ضمنية لا توضحها المعلومات المتوفرة، فعلى الكاتب أن يقوم بدراسة خلفية القصة الإخبارية عسى أن تساعد تلك الخلفية في المستقبل في توضيح بعض الأمور التي تبقى غامضة على المتلقي.

هناك مصدر آخر للأخبار ألا وهو "الأرشيف الصحفي" (morgue) للمحطة التي يعمل فيها الكاتب. إن هذا الأرشيف شبيه بالملفات التي تحتفظ بها الصحف والتي تنهوس حسب اسم الشخصية وطبيعة الموضوع. تحتوي بعض محطات الإذاعة والتلفزيون على أجهزة صوتية وصورية يمكن أن يعاد استخدامها. وعلى الكاتب أن يوضح للمستمع بأن هذه الوثائق الإخبارية هي قديمة وعلى المستمع ألا يخلط بينها وبين الخبر الطازج الذي تسميه.

قد يفيد الكاتب من قصاصات الصحف القديمة التي توفر له مادة إخبارية مهمة يمكن استثمارها في النشرة الإخبارية الإذاعية أو التلفزيونية التي يقوم بإعدادها. إذا استثمر الكاتب القصص الإخبارية وأراد وضعها داخل إطار النشرة الإخبارية التي يعدها فعليه أن يظهر التزاما بطبيعة أساليب وتقنيات الكتاب الإخبارية التي سنناقشها في هذا الفصل لاحقا.

على الكاتب أن يهيئ مجموعة من الكتب التالية التي لا يستغني عنها أي محرر أخبار، مثل دائرة المعارف وأطلس العالم والكتب التاريخية من ضمنها الكتب التي تتعلق بمنطقته. إن أغلب المدن تصدر أدلة تتضمن المعلومات عن المجالس البلدية والدوائر الرسمية فيها. وتقوم بعض وكالات الخدمات الاجتماعية في بعض المدن بإصدار كراسات صغيرة تتضمن أنشطة كل الدوائر الرسمية والمنظمات الخيرية. وتصدر بعض الولايات أدلة تزخر بالمعلومات الإحصائية للولاية، من ضمنها إحصاء أو توزيع السكان. وعادة ما تقوم غرف التجارة بإصدار الكتب التي تتضمن المعلومات عن المنظمات والشركات التجارية والأنشطة التي تقوم بها، وكذلك المعلومات المالية مثل الدخل والمصرفات.

ويتمتع العديد من وكالات الأنباء بتقديم الخدمات إلى محطات الإذاعة والتلفزيون، ووكالات مثل (اسوشيتد بريس AP) و (رويترز) و (هيئة الإذاعة البريطانية BBC) و (أخبار التلفزيون العالمية WTN) و (شبكة المعلومات المحورية CNN). وتقدم العديد من الوكالات المواد الإخبارية المتخصصة، مثل المواد المصورة خصيصا للعرض التلفزيوني. تقريبا لكل المحطات الإذاعة والتلفزيون.

ولا تملك أغلب المحطات الصغيرة أقساما إخبارية مستقلة، لذلك تقوم مجموعة من الموظفين الذين يملكون خلفيات إخبارية جيدة بإعداد نشرات الأخبار وبخاصة

الأخبار المحلية منها. يقوم بعض المذيعين في بعض المحطات بتهيئة وإعداد النشرة، أو موجز النشرة أحياناً، وتقديمها كما هي أو بعد إجراء بعض التحويرات الطفيفة.

وباختصار، فإن أهم مصدر من مصادر الأخبار هو الكاتب أو المراسل الصحفي نفسه. وعلى الكاتب المراسل، قدر الإمكان، أن يلاحظ ويتابع الحدث أولاً بأول. فإذا لم يتمكن من الحصول على الأخبار أثناء وقوعها، فيمكن الاعتماد على الأشرطة المسجلة التي يرسلها المراسلون من مكان الحدث. وغالباً ما يصل المراسل الصحفي إلى المكان بعد حدوث الحادثة، ما لم تكن الحادثة قد خطت لها مسبقاً أو أن يكون المراسل في مكان ما وتحدث حادثة غير متوقعة، في العام 1937 - كان (هرب مويسون)، المراسل الصحفي لإحدى المحطات الإذاعية في شيكاغو، يختبر إحدى مكائن التسجيل الصوتية الجديدة وقتئذ في تسجيل أصوات نزول منطاد (هند نبرك) الألماني في منطقة (ليكهيرست) في ولاية (نيوجيرسي)، في تلك اللحظات انفجر الصاروخ وتحول إلى كتل نارية مما جعل (مويسون) يطلق الكلمات التالية المليئة بالحسرات: "هذه هي إحدى أسوأ الكوارث التي أصابت العالم... آه، البشرية". لقد سجلت هذه الحسرات على الشريط المسجل وبثها لشبكات الإخبارية الثلاثة المعروفة في ذلك الوقت في اليوم التالي. لقد أدت هذه الحادثة إلى الاستخدام المتزايد لأجهزة التسجيل وإلى الانتباه إلى تأثير الأخبار التي تبث من مكان الحادث.

وإذا لم يكن باستطاعة المراسل الصحفي أن يتواجد في مكان الحادث، فأفضل شيء يمكن أن يقوم به هو البحث عن شهود عيان أو عن أناس ذوي علاقة بالحادث. وفي بعض الأحيان يستخدم معد الأخبار الإذاعية بعض المؤثرات الصوتية كأصوات الانفجارات أو الاحتفالات في خلفية الخبر من أجل زيادة تأثير نشرته الإخبارية على المستمعين. إن العامل الآخر الذي يجعل الخبر الصحفي متكاملاً ودقيقاً وممتعاً هو المادة المسجلة، سواء كانت تلك المادة صوتية أو سمعية أو مطبوعة.

الأسلوب Style

قبل كل شيء، إن كاتب نشرة الأخبار الإذاعية هو ذلك المراسل الصحفي الذي يكون واجبه الأساسي هو تقديم الأخبار. إن المبادئ الأساسية لإرسال الأخبار الإذاعية هي نفس المبادئ المستخدمة في الصحافة مع وجود بعض الفروقات الثانوية

تقريباً. مثلاً، إن الأسئلة التقليدية الخمسة: من هو، ماذا، أين، في أي مكان، و، إذا كان ذلك ممكناً، لماذا... تثبت في بداية القصة الصحفية. ويفضل بعض كتاب الأخبار الإذاعية إتباع نفس هذا الأسلوب في اللحظات الأولى من التقرير الإذاعي أو التلفزيوني، أما البعض الآخر فيقف ضد فكرة إتمام بداية النشرة الصحفية بهذه المعلومات لأنهم يعتقدون بأن تقديم الكثير من المعلومات في فترة قصيرة يمكن أن يربك المستمعين. ومع ذلك، يتوجب على كاتب الأخبار الإذاعي أن يقدم العديد من التفاصيل الممكنة بوقت أقل نسبياً من الوقت المخصص للكاتب الصحفي. إن أهم فقرة هنا هي العرض المكثف.

واقترح الصحفي الإذاعي (فيلس هينز) مجموعة من الطرائق التي يمكن للكاتب - المراسل استخدامها حيث يقول:

"عندما استخدم (جيمز جويس)، ذلك الكاتب الشهير المولود في (امبرالد ايلند)، أسلوب مجرى الشعور، فإنه أراد للمعاني أن تستنتج من أعماق الكلمات. كان كتاب الرواية والشعراء والمسرحيون التقليديون يسمحون للقارئ أن يذهب في رحلة لولبية طويلة. إلا أن للصحفي الإذاعي والتلفزيوني مسؤولية مختلفة تجاه المتلقي. عليه أن يجعل المستمع أو المشاهد يفهم سلسلة معقدة من الأخبار خلال مدة زمنية لا تتجاوز اللحظات. عليه أن يتجاوز الأكوام من الصفات التي تدك العقل وتدمر التركيز. على الصحفي الإذاعي أن يحل عقدة الرواية الإخبارية فوراً لكي يسهل مهمة استيعاب المتلقي لتلك الرواية لأول وهلة. إن هناك فناً داخل هذا التحديد. الصحفي الإذاعي الجيد هو من يعرف جيداً أهمية الانطباع الأول. وهناك مثل قديم يقول "القليل كثير"، ويجب على من يرغب في الكتابة الإذاعية أن يتذكر هذا المثل. يمكننا أن نقول بأن النحات وكاتب الأخبار يواجهان نفس المشكلة الفنية. على النحات أن ينحت الحجر الصلب من أجل الكشف عن الصورة الموجودة. على النحات أن يحدد كمية الصخر الذي يتوجب عليه التخلص منه وأن لا يكون مسرفاً في ذلك لكي لا ينعكس ذلك سلباً على التمثال. كذلك الحال بالنسبة للصحفي الإذاعي. فعلى الأخير أن يعرف كمية المعلومات التي عليه أن يفيض الطرف عنها. عليه أن يختار التعبيرات والتعليقات التي تجذب انتباه المتلقي. على الكاتب كما هي الحال بالنسبة للنحات، أن يحدد مسبقاً الفقرات الضرورية والفقرات غير الضرورية التي

يجب التخلص منها. وهناك مسألة خطيرة تواجه الكاتب وهي مسألة التخلص من الكثير من المعلومات وهذه المسألة قد تترك المستمعين أو تجعلهم - وهذا أسوأ من سابقه - غير مهتمين بمتابعة بقية الخبر إلا أن الصحفي الإذاعي، على العكس من النحات، يواجه مشكلة الزمن. الأخبار يجب أن تبدأ في وقت محدد وتنتهي في وقت محدد. هذا يعني بضع ساعات تعطي للصحفي لإتمام القصة. إن الزمن لا يرحم أهل هذه المهنة. إن أهم الأخبار يمكن أن تفقد برقيها إذا ما أجل بثها إلى اليوم التالي، لا بل يمكن أن تصبح عتيقة وغير ذات بال على الرغم من البراعة في صياغتها وتقديمها، على الصحفي الإذاعي أن يعمل ضد عقارب الساعة.

إضافة إلى ذلك، على الكاتب الإذاعي أن يخلق انتقالات منطقية بين فقرات نشرة الأخبار لأن نشرة أخبار هي بمثابة قصة متكاملة في حد ذاتها. إن المادة المكتوبة هي شبيهة بالمادة المذاعة من حيث وجود احتواء المادتين على ما يلي: الوضوح، الافتتاحيات، الاستشهادات، الموضوعية والصدق. على الكاتب الإذاعي أن يحسب حساب عوامل إضافية مثل التوقيت والمواد السمعية والبصرية وشخصية المذيع الذي يقرأ النشرة. ولدى أغلب الصحفيين الشباب خبرة في الكتابة عمرها اثنا عشرة سنة ابتدأت منذ تخرجهم في المدارس الإعدادية، إلا أن معلوماتهم عن وسائل الإعلام الإلكترونية واستيعابهم كما هي إما قليلة أو غير موجودة، لذلك تجدهم يتصورون أن الصحافة هي المطبوعات فقط. ويوفر هذا الكتاب عدة أدلة ونصائح تساعد الكاتب في معرفة الفروقات الأساسية بين الكتابة لأجل الطبع والكتابة لوسائل الإعلام المرئية والمسموعة.

النصيحة الأولى هي أن بناء القصص بحد ذاته يمكن أن يختلف اختلافا واضحا، مثلاً: إن القصص الصحفية غالباً ما تقدم الإجابة عن الأسئلة الخمسة (المذكورة سابقاً) في البداية أي:

في الفقرة الأولى. إن الحاجة إلى تكثيف الأخبار الإذاعية والتلفزيونية يتطلب حذف سؤال أو أكثر من الأسئلة الخمسة في الفقرة الاستهلالية أو حتى قلب النظام العام الذي يبدو منطقياً في الخبر الصحفي. إن التقرير الإخباري التلفزيوني أو الإذاعي، على سبيل المثال، قد يضع مصدر الخبر في المقدمة وليس في الآخر كما هو الحال في الخبر الصحفي.

لاحظ هذين المثلين:

- **الخبر الصحفي:** "يجب أن يحاكم كل أعضاء المجلس البلدي بسبب سوء استخدامهم لأموال الناس" صرح بذلك رئيس مجموعة سياسية تشكلت حديثاً في الاجتماع العام الذي جرى أمس.
- **الخبر الإذاعي والتلفزيوني:** تطلب منظمة سياسية حديثة محاكمة أعضاء المجلس البلدي بسبب سوء استخدامهم لأموال الناس. (أحياناً يتضمن الخبر الإذاعي فقرات من الأسئلة العامة أكثر مما يتضمنه الخبر الصحفي المطبوع. انظر إلى المثال التالي الموجود في القسم التالي أدناه).

المقدمات Leads

ابدأ القصة بالمعلومات الدقيقة والواضحة. يتوجب على المقدمة أن تقدم، قدر الإمكان، ملخصاً للقصة كلها. احذر من تضمين الكثير من التفاصيل. تذكر بأن المتلقين يسمعون أو يشاهدون الأخبار مرة واحدة فقط وهم بذلك يختلفون عن قراء الصحف. يجب على مستمعي الإذاعة أن يكونوا قادرين على استيعاب معنى الخبر من خلال استماعهم الأول به. لا تثقل عليهم. إن الأسئلة الخمسة مهمة في الكتابة الإذاعية والصحفية على حد سواء. قارن المقدمتين التاليتين لخبر واحد، الأول نشرته مجلة "الإذاعة" والثاني بثته وكالة (الإسوشيتد بريس) للأنباء:

- لن تظهر الأخبار الترفيهية في نشرات شبكة (إن. بي. سي)، تلك الأخبار جويته بالعديد من حملات النقد. أعلن ذلك (مايكل كارتر)، رئيس شبكة (إن. بي. سي)، الأسبوع الماضي وأضاف بأنه سيتوقف استخدام الممثلين لتقديم المعلومات والأخبار وكذلك سيتوقف البرنامج الذي يظهر فيه هؤلاء الممثلون وهو برنامج "البارحة"، اليوم وغداً. (مجلة الإذاعة).
 - وجدت شبكة (إن. بي. سي) للأنباء بأن استخدام الأخبار الترفيهية في برنامجها الموسم بـ "البارحة"، اليوم وغداً ترك المشاهدين وعليه فسيوقف الشبكة عن بث تلك الأخبار وتلغي البرنامج نهائياً. (وكالة الإسوشيتد بريس).
- إن الصيغتين الإخباريتين تتضمنان الأسئلة الخمسة ولو أن الخبر المنشور حذف

"أين"، بينما الخبر المذاع تضمن الأسئلة الخمسة جميعاً، من ضمنها "أين" وذلك لتوفير الوقت الكافي والمناسب لها. على الرغم من أن الخبر المطبوع يتضمن افتتاحية طويلة تلخص، في واقع الحال، مضامين الخبر كله في الجملة الأولى أو الجملتين الأوليتين، فإنه يتوجب على المقدمة الإذاعية أن تكون قصيرة.

وعادة ما يتضمن الخبر المنشور ما يدعى "المقدمة الثانية" والتي تعني احتواء الفقرة الثانية من الخبر المعلومات الضرورية التي يتوجب حذفها من الفقرة الأولى التي يكون واجبها الأساس احتواء أقل ما يمكن من الأسئلة الخمسة. هذا ينطبق أيضاً على صياغة الخبر المذاع عندما يكون المتبقي من الأسئلة الخمسة ضرورياً للمشاهد أو للمستمع في فهم الخبر على نحو جيد. عندما يبدأ الخبر المنشور بتقديم التفاصيل التوضيحية لما ذكر في الافتتاحية، فهذا يعني أن الخبر على وشك الوصول إلى النهاية. إن كل التفاصيل تدور حول محور الإجابة عن الأسئلة التالية: من، ماذا، في أي مكان ومتى، أما الإجابة عن السؤال "لماذا؟" فقلما تذكر.

وفي أدناه، نموذج للتعليق التلفزيوني الذي يستغرق عرضه ثلاثين ثانية والذي يحتوي على خلاصة الخبر الذي يسند باللقطات المصورة:

الصوت	الصورة
إذا كنت قلقاً حول تدفق النفط في منطقة (رود ايلاند) هذا التدفق الذي يمنعك من التكبير في زيارة هذه المنطقة في عطلة نهاية الأسبوع، فلا داعي للقلق الآن وتستطيع أن ترتاح.	لقطات مصورة لهذه العملية
لقد تمت عملية إعادة افتتاح هذه السواحل باستثناء ساحل (ماكرون كوف) في منطقة (جيمستاون).	خلط مجموعة من الصور
قد نقدم لك غداً المزيد عن موضوع تدفق النفط من النافذة التي يملكها أحد اليونانيين والذي قد يحاكم ويفرم ما قيمته ستة آلاف دولار.	
لقد تدفق في خليج (نارا كانست) أربع مائة وعشرون جالونا من النفط.	

وقد يستغرق عرض خبر مهم مدعوم بالصور والمعلومات الموثقة من دقيقتين ثلاث دقائق، هو أكثر ثلاث مرات من المدة الزمنية الذي يستغرقه خبر غير م (باستثناء الأخبار الرياضية والنشرة الجوية). وباختصار، حاول أن تعرض أهم مضاه الخبر في الفقرة التالية الافتتاحية. إذا تعذر عليك ذلك، فيمكنك وضعه في الفا التالية. بعدئذ، إذا توفر لك الوقت الكافي فيمكنك تقديم التفاصيل للمتلقى الفقرات اللاحقة. إليكم هذا النموذج الإخباري:

الصورة	الصوت
المذيع (بريان)	الأمواج الغاضبة والرياح العاتية تحيط بالنباتات. معالم الإعصار في كل مكان. هذا الإعصار المدمر القادم من فلوريدا باتجاه كارولينا.
المذيعة (سوزان)	طاب مساؤكم. أنا محدثكم (بريان ليري). وأنا سوزان ورنك. استجمع الإعصار الآن كل قوته وأخذ يهدد الجزء الجنوبي من الولايات المتحدة. قد يصل إلى هذه المناطق قبل منتصف هذه الليلة.
بريان	قد تعرض (نيو انكلاند) إلى هذا الإعصار المدمر هذا الإعصار في الصباح الباكر. التركيز الآن على المناطق الجنوبية حيث أخذ السكان هناك يتركون منازلهم والذهاب إلى الأراضي المرتفعة. أمامنا الآن مجموعة من تقارير مراسلتنا. التقرير الأول من مراسلتنا (مارثا براولي). تقول مارثا بأن الاستعدادات جارية لمواجهة هذا الإعصار.
نسمع صوت مارثا المسجل فقط	ذكر رئيس بلدية (جارلستون)، جوزيف رابلي، بوجود عدم التقليل من خطورة هذا الإعصار، أضاف قائلاً بأن هذا الإعصار يمكن أن يكون أكثر خطورة من ذلك الإعصار الذي شهده عام 1938 والذي قتل اثنين وثلاثين وجرح ما يقرب المائة من المواطنين.

الصوت	الصورة
نحن هنا في (نيو انكلاند) سنشعر بآثار الإعصار (هوكو) في مساء يوم السبت. دعنا الآن نتعرف على التقرير الذي أعده (دك البرت) والذي يتضمن نشرة الأنواء الجوية.	سوزان
(نشرة الأنواء الجوية)	
لقد شعر بآثار هذا الإعصار في ساحل جورجيا.	
كارولينا، لنستمع الآن إلى نشرة أنواء جديدة يقدمها (وندي كي) من شبكة (نيو ستار). (وندي)...	البرت
ما هي آخر أخبار الجوة	بريان
(نشرة أنواء جوية / بث مباشر)	
نحن الآن في منطقة الكاريبي حيث ترك إعصار (هوكو) آثاره السلبية. العمال يعملون على قدم وساق من أجل توفير ماء الشرب وإيواء الذين تهدمت بيوتهم. هناك العديد من جرائم السلب والنهب. وصلت القطعات العسكرية الأميركية إلى جزر (فيرجن). يقول أحد الموظفين العائدين من (سان كرويكز) بأن الفوضى تعم كل المناطق	بث مباشر
(أصوات تبعث من شريط)	آثار التدمير
إلا أن حاكم (فيرجن ايلاندز) يصر على أن قصة السلب والنهب مبالغ فيها.	في منطقة الكاريبي
إن أكبر مشكلة تواجهها (بيرتو ريكو) هي مشكلة قلة الماء الصالح للشرب.	مؤثرات صوتية
كما كان متوقعا، أعلن الرئيس اليوم بأن (بيرتوريكور) هي منطقة كوارث. لقد سبق للرئيس أن أعلن أمس عن شيء مشابه بالنسبة لـ (فيرجن ايلاند).	سوزان
سنظل بطبيعة الحال، نتابع أخبار هذا الإعصار ونقدم لكم آخر الأنباء عنه طوال الليل.	

الأخبار الجادة Hard Lead

تحتوي " الأخبار الجادة " على " أهم مضامين الأسئلة الخمسة التي تقدم للمتلقي خلاصة أو زبدة الخبر كما في المثال التالي:

الصوت

ألقي القبض هذا المساء على آلاف الطلبة من كوريا الجنوبية. في الصباح الباكر من هذا اليوم تظاهر طلبة إحدى الجامعات في سيؤول وطالبوا بالسماح لهم بزيارة كوريا الشمالية. ووقعت أعمال عنف بعد أن أطلق رجال الشرطة الغاز المسيل للدموع على الطلبة.

الأخبار الخفيفة Soft Lead

هي القصص الإخبارية التي تتضمن العناصر الدرامية التي تلفت انتباه المشاهدين وتقدم لهم الأخبار المريحة. قد يوضع هذا الأسلوب ضمن إطار الأخبار الأساسية وسبق وأن ضرينا مثلاً على ذلك ونكرره هنا:

الصوت

إذا كنت قلقاً حول تدفق النفط في منطقة (رود ايلاند)، هذا التدفق الأخير يمنحك من التفكير في زيارة هذه المنطقة في عطلة نهاية الأسبوع، فلا داعي لقلقك الآن وتستطيع أن ترتاح.

وينصح الكاتب والمخرج التلفزيوني (دنيس واين) الطلبة تجنب استخدام أساليب الكتابة التي درسوها في الماضي ما عدا أسلوب كتابة الجمل الأساسية. ولاحظ بأن أغلب الطلبة درسوا كيفية كتابة الجمل الطويلة، إلا أن الوضع يختلف بالنسبة للكتابة إلى الإذاعة حيث عليهم أن يقوموا بكل ذلك تماماً. ثم يضيف: "علينا أن نبتدع الآن لغة محكية، لغة شبيهة بلغة المسرحيات". ويقول بعد ذلك: "لا تتوفر للمشاهدين الفرصة في سماع الخبر ثانية ودراسة محتواه. وتتوفر لنا فرصة

واحدة وهي جلب انتباه المشاهدين، وحين نشغل في ذلك، فإننا نفقدهم. ولكتابة الأخبار الإذاعية بناء بسيط لكن لغتها مركزة جداً. ويجب أن نحسب لكل كلمة حساسها لأنه يتوجب علينا أن نقدم القصة ضمن إطار زمني محدد.

ويذكر (وايت) أيضاً بأن الهدف الأول لكاتب الأخبار هو جعل المستمعين يصفون بتمعن وبضيف: "عادة ما نبدأ قصتنا بجملة ذات خمس إلى عشرة كلمات تعطي فكرة عامة عن القصة. مثلاً: اندلع حريق كبير في أحد الأسواق المركزية في (جامايكا) هذا الصباح." ويمكن للمستمعين الآن أن يكونوا فكرة عما حدث وأن يكونوا مستعدين لمعرفة المزيد من التفاصيل. نقدم في الجمل اللاحقة المزيد من التفاصيل المحددة. وتلخص الجملة الأخيرة في الخبر مضمون القصة. إن أفضل نصيحة يمكن أن تقدم لكاتب القصة الإخبارية هي "أخير" القصة كما تخبرها لصديقك. ابدأ الجملة الأولى بهذه الطريقة: "هل سمعت عن...؟". يكون لهذا السؤال صدى عند المستمع. وعلى كاتب الأخبار الإذاعية أن يتذكر دائماً بأنه يكتب قصة. يجب أن تكون لهذه القصة بداية، ووسط ونهاية. كل جملة يجب أن تؤدي إلى جملة أخرى وكل فكرة يجب أن تقودنا إلى فكرة أخرى.

الفعل الدرامي Dramatic Action

فكر بالأخبار وكأنها فعل درامي. ويمكن للقصة ذات الصراع الواضح أن تجلب الانتباه بسرعة، صراع مثل (حرب، حملة سياسية، محاكمة قاتل، قضية طلاق). واستخدم أسلوب العبارات المباشرة وتجنب طرح الأسئلة. مثلاً، ولا تبدأ الخبر التالي بهذه الصورة: "ماذا سيحدث لمفاوضات نزع السلاح النووي؟". ابدأ بهذه الصورة الأكثر تأثيراً: "هناك سؤال يدور في كل عواصم العالم هذه الليلة وهو ماذا سيحدث لمفاوضات نزع السلاح النووي" ركز على عنصر الإثارة في الخبر. تجنب عرض الأنباء غير المؤثقة. من الأفضل تقديم التفاصيل المتوفرة لديك دون تعليق أو بتعليق بسيط مثل: "هذه قصة غير كاملة ولكن ...".

التقنية Technique

ربما يكون أصعب قضية تواجه كاتب الأخبار الإذاعية أو التلفزيونية هو

انتقاء الأخبار المهمة من أكوام التفاصيل وتقديمها في وقت قصير جداً. اختر الكلمات بآن وكانك تكتب برقية تنتقد فيها شيئاً معيناً أو أنك تنشر معلومات معينة على لوحة الإعلانات.

الوضوح Clarity

استعمل الكلمات القصيرة والمألوفة. يمكنك أن تكون فناناً بتجنبك الإسهاب والإطالة. ولا تكون اللغة البسيطة المباشرة مملة. اقرأ بعض أعمال (ارنست همنغواي) الذي بدا حياته مراسلاً صحفياً قبل أن يصبح كاتباً روائياً وستجد أفضل الأمثلة على الإيجاز. تستطيع أن تكتب قصة خبرية من أفريقيا الجنوبية هكذا: "إن عنوان رواية جارس ديكنز الموسومة بـ "آمال عظام" تلخص الوضع العام لغالبية شعب جنوب أفريقيا الآن، فقد أطل فجر جديد على أرض عانت الكثير من القهر والاضطهاد. لقد غطت " الآمال العظيمة " الوديان والتلال والسهول والأحياء الشعبية عندما استلم الرئيس (نلسن منديلا) السلطة. " عندما تكتب هذه القصة للث الإذاعي، فعليك أن تقدم المزيد من المعلومات في وقت قصير، هكذا: " أقسم رئيس جنوب أفريقيا الجديد نلسون مانديلا اليمين الدستورية اليوم ووعد الشعب بأنه سيخلق ما سماه بأمة " جديدة". قال مانديلا بأنه سيشرك كل شعب جنوب أفريقيا في الحكومة الجديدة، وسيوفر فرصاً جديدة للأغلبية من السود".

تجنب المصطلحات Nontechnical

لا تكن غامضاً. قد تكون خبيراً في تفسير المصطلحات المهنية واللغة العلمية أو الإحصاء، إلا أن المستمعين أمامك هم غير ذلك. مثلاً، إذا شبت نار في غابة ودمرت مائة فدان مغطى بالأشجار، فعليك ألا تغطي الخبر هكذا: " اشتعل مليون قدم مكعب من أشجار الغابات"، بل حرره هكذا: "اشتعلت أشجار الغابات بما يكفي لبناء أربعين داراً. ذات شائبة غرف لكل دار". لا تفسر الأشياء تفسيراً مطلقاً. كن دقيقاً وقل ما تعنيه فعلاً وأعط أمثلة حية وملموسة.

اللغة Language

يجب أن تكون الكتابة بسيطة، مباشرة ومفهومة. وقد تكون لغة محكية في

الشكل ولكن هذا لا يعني أنك تستخدم لغة الجهلة والأميين. وعلى تعابيرك أن توحى بالمودّة والابتعاد عن "الرسميات". تجنب التعابير المطلقة والكلمات التي تتضمن أكثر من معنى. وفي الوقت نفسه لا تبالغ في استعمال اللغة المحكية وإلا فسيصوّر المشاهدون أو المستمعون بأنك تستخف بهم. على كتابتك أن توحى بالتحدثية (conversational). ضع نفسك مكان المستمعين أو المشاهدين. ماذا تعني قصتك لكل واحد منهم؟ نعم إنك تعرف كل المعلومات التي قدمها لك المراسلون عن موضوع ما، لكن هذه المعلومات تبقى جديدة وطازجة بالنسبة للمتلقين. استخدم صيغة الفعل المضارع البسيط. لا تكتب هكذا: "عندما تحدثنا إلى الضحية قال الأخير بأنه شعر بأن اللصوص سرقوا المادة لأنه غير مسموح ببيعها من السوق". اكتب الخبر هكذا: "بالنسبة لما يجري من سرقات، يضع الضحية اللوم على عدم السماح ببيع المادة".

استعمل صيغة "المبني للمعلوم". لا تقل: "أدخل أربعون شخصاً في المستشفى بسبب حادثة خروج القطار عن الخط الذي حدث من الصباح الباكر لهذا اليوم". بل قل: "يرقد الآن أربعون شخصاً في المستشفى نتيجة حادث تحطم أحد القطارات صباح هذا اليوم".

ذكر (دنيس وايت) محرر الأخبار ومدرس مادة الكتابة الإخبارية ما يلي: "عندما نروي القصص، فإننا نستعمل صيغة المبني للمعلوم. لكننا لسبب غير معروف، عادة ما نكتب بصيغة المبني للمجهول. (في الأقل هذا ما تعلمته من خلال تجاربي مع الكتاب الذين تنقصهم الخبرة). اجعل ما تكتبه نشطاً (و) استخدم الأفعال البسيطة قدر الإمكان. وهذه الطريقة تجعل الأخبار التي تكتبها سلسلة وبالتالي فإنك تكسب متابعة المستمعين لها".

اقترح (وايت) استخدام طريقة فعالة تضمن تأثير اللغة التي يستخدمها كاتب الخبر على المستمعين، قائلاً: "ما دام الإذاعي يخاطب الآذان، فعليه أن يقرأ الخبر بصوت عال مع نفسه لكي يعرف مدى تأثيره. تشاهد هذه العملية في غرف الأخبار في جميع أنحاء البلاد، حيث ترى كاتباً جالساً بمفردهم أمام أجهزة الكمبيوتر أو الآلات الكاتبة وهم يقرؤون النسخ التي كتبوها بصوت عال. هذه هي الطريقة التي يمكن من خلالها اكتشاف تأثير الخبر. هل صياغته جيدة؟ هل ينسب بسلاسة؟ هل اللغة بسيطة وواضحة؟"

حول الأرقام إلى كلمات: على الرغم من أن بعض الكتاب يوفرون الوقت لأنفسهم عن طريق كتابة مثل هذه الجملة: "(100) من الناس توجهوا نحو قاعة البلدية"، إلا أنه من السهل للمراسل الصحفي الذي يبت أخباره مباشرة عبر الأثير أن يكتب الجملة السابقة بهذه الطريقة: "(مائة) من الناس توجهوا إلى قاعة البلدية". اكتب الأسماء غير المألوفة بطريقة صوتية (phonetiques) تسهل عملية لفظها بصورة صحيحة. عرّف كل الناس بصورة واضحة. إذا كان الخبر حول إنسان مهم، فأعط المستمع فكرة عن عمله أو مرتبته الوظيفية. ولا يعني الخبر التالي كثيراً للمستمع عندما يسمعه بالصورة التالية: "رشحت كلارا جونسون، إحدى السياسيات الناشطات، نفسها لعضوية الكونغرس"، بينما يكون أكثر تأثيراً إذا صيغ بالطريقة التالية: "رشحت كلارا جونسون، وهي إحدى أعضاء الحزب الديمقراطي وموظفة سابقة في إدارة (دكاكسي) نفسها اليوم لعضوية الكونغرس".

استعمل الأدلة اللغوية مثل دليل وكالة الاسوشيتد بريس* دليل يونائيتد بريس*. وهذه الكتب وأمثالها متوفرة في الأسواق وهي مصادر جيدة تعين الكاتب على كتابة المفردات التالية بصورة دقيقة: استخدام النقط والفواصل، الهجاء، استخدام الأرقام، واستخدام الحروف الكبيرة، المختصرات وكيفية كتابة التواريخ والأعمار ومقاييس الحجم والطاقة.

الموضوعية Objectivity

إن هدف الكاتب والمخرج والمراسل هو تحقيق العدالة والنزاهة. ويتم تحديد مستوى الموضوعية بالعوامل التالية: سياسة مالك المحطة والمواقف السياسية والاجتماعية للمنطقة، ضغوط المعلنين، التجهيزات الشخصية لمخرج الأخبار وكتاب الأخبار والمذيعين والتفكير بالريح المادي فقط دون الاهتمام بالاعتبارات الأخلاقية.

وعلى الرغم من أن الاختيار الشخصي يحدد العوامل الأربعة المذكورة أعلاه، إلا أن عامل الريح المادي هو جزء من العملية الحسابية لمحطات الإذاعة، والذي غالباً ما يبرر بكونه عاملاً مهماً من عوامل المنافسة.

إن حملات الانتخابات السياسية هي خير ما يمثل بث الأخبار من أجل النفع المادي. ومن أجل تحقيق تقطعية إخبارية سهلة، غالباً ما يقوم بعض معدي الأخبار ببث

الأخبار الشخصية عن المرشحين والتي يقوم بإعدادها المرشحون أنفسهم. ولا تذكر هذه الأخبار القضايا المتعلقة بكفاءة المرشحين أو القضايا العامة. إن بث مثل هذه الأخبار الشخصية لا يخدم سمعة وسائل الإعلام أبداً.

وما دامت الأخبار متشابهة في المحطات جميعاً، فإن معدي الأخبار يركزون على القضايا الترفيهية أكثر من تركيزهم على البرامج الجادة. لذلك يكون الوقت المخصص للأخبار الجادة التي تخص الجمهور قليلاً. من هنا يأتي تركيز الضوء على الشخصيات مثلاً، عندما كانت الأحداث في يوغسلافيا السابقة تولد نزاعات جديدة بين روسيا والغرب وبين الغرب والدول الإسلامية وتهدد بنشوب صراع كبير أو حتى حرب عالمية، في ذلك الوقت أخذ التلفزيون الأميركي بتخصيص الوقت الكثير لمحاكمة (اد. جاي. سمسون) وتخصيص الوقت الضئيل للأنزمات في تلك الأقطار أو لأي مشكلة دولية أخرى.

إن وسائل الإعلام تبالغ في بث قصصها الإخبارية. إنها لا تتردد في تسمية محاكمة (أو. جاي. سمسون) بـ "محاكمة القرن" من أجل جلب انتباه أكبر عدد من المشاهدين. لقد أخذت وسائل الإعلام بتحويل المحاكمات العادية وتسميتها بـ "محاكمة القرن" مثل محاكمات "سكوب" و "برونو هوثمان" الذي اختطف وقتل أحد الأطفال. والدكتور "سام شيبيرد" و "جارلس مانسون" وغيرها من المحاكمات.

ويبدو أن تركيز وسائل الإعلام على الحياة الخاصة للشخصيات البارزة قد تغير بمرور الزمن، وهذا يعود إلى ازدياد الإعلانات وازدياد الشعور بالعلاقة الوثيقة بين المردود المالي لهذه الوسائل وبين القراء والمستمعين والمشاهدين. فمثلاً، في العشرينات من القرن الماضي هددت مجموعة من عشيقات مرشح الرئاسة (وارن هاردنك) بتشويه سمعته وبالتالي خسارته فرصة الفوز بالرئاسة إذا لم يدفع لهن المرشح مبلغاً معيناً من المال. وهنا أسرعت اللجنة الوطنية ودفعت لهن المبلغ المطلوب. لم تحول وسائل الإعلام وقتئذٍ هذا الخبر إلى حدث يثير اهتمام الرأي العام. عندما كانت للرئيس جون كينيدي في الستينات علاقات بمجموعة من النساء، من ضمنهن نجمات سينمائيات لامعات كن يزرنه في البيت الأبيض من أجل أمور ممارسة غير شرعية، لم تعر وسائل الإعلام أي اهتمام لتلك الأخبار وغضت الطرف عنها. إلا أنه في التسعينات الفت وسائل الإعلام الضوء المركز على العلاقات الجنسية للرئيس

(بل كلنتون) مع إحدى منتسبات القصر الأبيض. ولم تطالب تلك الوسائل الإعلامية بمحاكمة (كلنتون) فقط بل وضعت تلك العشيقة وشخصيات أخرى في دائرة الضوء، وبذلك تكون قد أعطتهم فرصة لكسب الملايين من الدولارات إذا ما زودوا تلك الوسائل الإعلامية بالمزيد من القصص. وهكذا ربحت وسائل الإعلام العديد من المشاهدين والكثير من المال.

وفي إحدى حلقات المسلسل التلفزيوني الموسوم "لوي وكلارك: مغامرات الرجل الخارق" يقول المحرر (بيرري) للمراسل (لوي): "رجاء قل لي بأنك تكتب قصة مليئة بالتشويه والفضائح." غالباً ما تعتبر القصص الخيالية عن الواقع خير تعبير!!

إن تعزيز القضايا الأخلاقية هو من الأمور الأساسية، أما مسألة تضليل الجماهير فشيء آخر. مثلاً، طُلب من مراسلة شبكة (سي. بي. إس)، (مارثا تايكور)، أن تبث على الهواء مباشرة أخباراً تتعلق بالصومال خلال تواجد البعثة العسكرية هناك. وذكرت تلك المراسلة في مجلة (كولمبيا جورنالزم) بأنه على الرغم من أنها قامت بإجراء بعض الدراسات عن الصومال، إلا أنها لم تزر ذلك البلد وأضافت: "إذا قدمت تقارير إخبارية عن الصومال وكأنتني كنت متواجدة هناك فقد تكون تقاريري دقيقة وصحيحة لكنها سطحية". وحذر (دون هيوت)، مخرج برنامج "ستون دقيقة"، الناس قائلاً: "هناك خط فاصل بين برامج الترفيه والبرامج الإخبارية." استثمر عنصر الترفيه في الأخبار ولكن لا تكثر منه.

لقد حلت "المنفعة" محل "المعلومات" في العديد من البرامج الإخبارية. قال الكاتب الروماني (هوراس): "دع القصص الخيالية تستهدف الترفيه من خلالها تقريباً من الحقيقة." ويبدو أن العديد من كتاب الأخبار التلفزيونية والمخرجين قد قلبوا هذه النصيحة وأخذوا يجعلون الحقيقة التي تستهدف الترفيه قريبة من القصص الخيالية. هل هذه الطريقة مناسبة لتحرير الأخبار أم إنها تعني اضمحلال القيم والمسؤولية الذي سيؤدي، كما كان الحال بالنسبة للإمبراطورية الرومانية، إلى انهيار الأخبار الإذاعية؟

الدقة Accuracy

اكتب بالطريقة التي يفهمها المشاهد. إن أي إهمال أو تعليق مبهم يصدر منك،

حتى وإن لم يكن ذلك مقصوداً، أو إضافة مادة مسموعة أو مرئية إلى الخبر الذي تحرره تشوه القصة الخبرية بسبب كون تلك المادة إما غير متكاملة أو ليست لها علاقة وثيقة بالخبر، كل هذه الأمور يمكن أن تعطي انطباعات غير صحيحة بالنسبة لقضية معينة أو شخص أو حادثة. تأكد من أن المصطلحات التي تستخدمها هي مصطلحات صائبة. مثلاً، لا تصف شخصية وردت في خبرك بكونه "سارق سيارات" قبل أن يحاكم بل سمه: "سارق سيارات مزعوم". تأكد من أن جميع الأسماء كتبت بالطريقة الصحيحة ولا تترد في كتابتها بالرموز الصوتية إذا اقتضى الأمر ذلك وتأكد كذلك من كل المعلومات عن الناس المذكورين في القصة من حيث مهنتهم وعناوينهم الصحيحة.

إن الاستشهادات والاقتباسات المذكورة في أشرطة التسجيل أو الفيديو يمكن أن يشوهها بعض المذيعين. استشهد بذوي العلاقة - المشاركين، شهود العيان أو الخبراء - بالتحليل الإخباري، إن هذه الشهادات الموثوقة تضيف إلى مصداقية الخبر الذي تحرره. تأكد من أن المواد التي اخترتها ليست خارجة عن السياق ولا تؤكد الجوانب الثانوية من القصة. ولا تشوه أي جانب من جوانب القصة حتى لو كان لذلك التشويه يد في جعل القصة أكثر متعة.

إن إحدى وسائل ضمان الموضوعية والدقة هي التثبت من أي معلومة أو كل المعلومات التي جمعتها. فإن ثبت لديك بأن أي عنصر من عناصر المادة التي تنهياً لكتابتها لا يبدو صحيحاً، فاتصل بالمراسل الذي استلمت منه الخبر لأجل إزالة الشك. وإذا كانت لديك شكوك أخرى فحاول أن تصل إلى منبع الخبر الأصلي بنفسك. إذا تعذر عليك ذلك، فتشاور مع المخرج فيما إذا كان استخدام ذلك الخبر ضرورياً أم لا.

الشخصية Personality

اكتب الأخبار التي تتناسب وشخصية الفقرات التالية: (1) الشبكة الإخبارية: هل هي شبكة مستقلة أو تابعة إلى مؤسسة أخرى؟ (2) المحطة هل هي مستقلة أم تابعة؟ (3) البرنامج الإخباري، (4) المراسلون. ترغب بعض الشبكات والمحطات الإخبارية في تمييز نفسها عن غيرها من حيث طابعها الجدي الموثوق، وقد تكون

هناك محطات وشبكات أخرى تقسم برامجها حسب الزمن: برامج ترفيهية صباحية وبرامج مسائية أخرى تمتاز بطابع العمق والإثارة. لا تس أن تكتب الأخبار التي تناسب شخصيات المذيعين: فمحتوى خبر واحد قد يجذب انتباه المشاهدين وقد لا يجذب انتباههم، وهذا يعتمد أساساً على شخصية المذيع أو المذيعين. يجب أن تتناسب المفردات الخيرية مع ثقافة المذيع. وعلى الجمل أن تتناسب مع نبرات وموسيقى صوت المذيع. إن العديد من النقاد يعزون نجاح المذيع (والتر كرونكايت) إلى طريقة أدائه التي تمتاز بالبساطة والعمق في آن واحد. وعليه فينبغي على الكاتب أن يكتب مضمون الخبر كما يكتب الكاتب المسرحي الحوار الذي يجب أن يتناغم مع الشخصية التي تتفوه به.

التنظيم Organization

يتطلب البرنامج الإخباري تنظيماً منطقياً وواضحاً، بغض النظر عن محتوى ذلك الخبر. إذا استقبل الجمهور الحلقة الأولى من برنامج ما استقبالا إيجابياً، فعلى معد الأخبار لذلك البرنامج أن يستمر باتباع نفس الطريقة في تنظيمه، وإلا أزعج نفس الجمهور وربما فقدهم.

وتُنظم القصص الإخبارية بعدة طرائق، منها هذه الطريقة الشائعة التي تتبع التسلسل التالي: 1- أهم قصة (أو قصص)، فيما إذا كان تلك القصص عالمية أو وطنية أو محلية، 2- الأخبار العالمية، 3- الأخبار الوطنية، 4- الأخبار المحلية، 5- أخبار الدولة، 6- المحليات (ثانية)، 7- أخبار الرياضة، 8- نشرة الأنواء الجوية و 9- الخبر الأخير الذي قد يكون خبراً شخصياً. إن المحطات المستقلة تعطي الأولوية للأخبار المحلية. وهناك تنظيم إخباري آخر يعطي الأولوية في العرض حسب أهمية الخبر بالنسبة للمستمعين، وهناك أيضاً طريقة أخرى يتم بموجبها تصنيف الأخبار حسب مواضيعها ثم تداع مجموعة بعد مجموعة حسب المحتوى. فإذا كانت المجموعة الأولى اقتصادية، فتقدم الفقرات الاقتصادية المحلية والعالمية سوياً، وكذلك الحال بالنسبة للأخبار العسكرية سواء كانت محلية أو عالمية أي أكل مجموعة أخبار تركز على موضوع واحد وهكذا. هناك أخبار تنظم حسب الاعتبارات الجغرافية. وهكذا تسير التغطية الإخبارية من أمريكا الشمالية إلى أوروبا، إلى آسيا، إلى أمريكا

الجنوبية أو قد تتبع نظاما جغرافيا آخر. وأحيانا تنظم المواد الإخبارية هكذا: دولية، وطنية، إقليمية ومحلية، وهكذا يتم الانتقال من القضايا الدولية إلى القضايا الأضيقة (المحلية)، مع إجراء بعض التعديلات أحيانا. إن المحطة التي تبث الخبر تنظم هذه الأخبار حسب تقييمها لاهتمامات مستمعيها. عادة ما يذاع الخبر الأهم من أجل الاستحواذ على انتباه المستمعين، كما هو الحال بالنسبة لنشر عناوين الأخبار الرئيسية في الصفحات الأولى للصحف.

إن طبيعة مستمعي نشرات الأخبار تحدد نوع التنظيم. إن نشرة أخبار التلفزيون الصباحية توجه إلى المواطنين الذين ينهضون صباحا للالتحاق بمراكز أعمالهم التي غالبا ما تكون بعيدة عن سكنهم. فتقدم لهم الأخبار "الساخنة" أو آخر الأخبار المهمة لليوم السابق أو آخر الأخبار المتوقعة لذلك اليوم. وتنظم أخبار منتصف النهار والظهر من أجل المواطنين الذين لا يغادرون مساكنهم وأغلبهم من ربات البيوت. وبدأ بعض المخرجين الإذاعيين في الأخذ بنظر الاعتبار المتفاعلين أو المستمعين من كبار السن.

وتنظم أخبار المساء المبكر وتوجه بالنسبة للعمال الذين يعودون إلى بيوتهم بصورة متأخرة. إن هذا النوع من المستمعين يهتم بأخبار الأحداث التي حدثت عندما كانوا خارج بيوتهم ولم تتوفر لهم الفرصة بمشاهدتها تلفزيونيا أو الاستماع إليها إذاعيا. وقد يكون هؤلاء المستمعون قد قرؤوا بعض الأخبار من صحف الصباح أو صحف منتصف النهار، ولكنهم يريدون معرفة المزيد عن آخر الأخبار التي قرؤوها في الصحف. أما أخبار آخر المساء، فإنها تستعرض الأحداث الجارية وتهيئ المستمعين كما يحدث في وقت لاحق من اليوم التالي، بالإضافة إلى تقديمها آخر الأخبار المهمة التي حدثت في المساء المتأخر من ذلك اليوم.

الصفة العامة Format

تختلف الصيغ حسب طبيعة البرامج الإذاعية والتلفزيونية من حيث الطول والتقصير. فأحيانا لا يقدم الكاتب سوى الخطوط العريضة للبرنامج الإخباري، أحيانا يقوم المسؤولون عن البث المباشر بكتابة مسودات النصوص الإخبارية التي أعدها الكاتب. عندما تصل النسخة الإخبارية الأخيرة إلى المذيع قبل بداية البث،

فلا يقوم بأكثر من قراءتها بصورة كاملة وقد يغير بعض الكلمات أو العبارات، لكنه غير مخول بتغيير النص. وتكون لبعض المحطات عبارات تقليدية في بداية النشرة وفي نهايتها. وتقرأ النسخة الأخيرة على الهواء مباشرة ويجب أن تكون واضحة قدر الإمكان. ويجب أن تكون خالية من الأغلاط. ويقوم المذيعون المقتردون بقراءة كل صفحات النص الإخباري للتأكد من استيعابهم لكل كلمة وعبارة ومعنى، لكن هذا لا يعني أن كل المذيعين يؤدون هذه العملية من أجل جعل النص واضحاً ومفهوماً، ويفضل إتباع الخطوات التالية في كتابته: يجب أن لا يكون في النص كلمات متقطعة في نهاية الجمل ويجب عدم كتابة جزء من الفقرة على صفحة معينة وكتابة الجزء الآخر على الصفحة التالية، كما يجب أن تكتب الأسماء صعبة النطق بالعلامات الصوتية. إن الأمثلة الموجودة في هذا الكتاب مكتوبة دون ترك سطر فارغ بين كل سطرين، ومع ذلك، فالسطور الإخبارية يجب أن تكتب بطريقة ترك مسافة سطر فارغ بعد كل سطر مكتوب، وأحياناً ترك مسافة سطرين. هذه الطريقة تسهل عملية القراءة والتحرير الإخباري. وتختلف التصاميم من محطة إلى أخرى، ولكن على العموم كل قصة إخبارية لها عنوان معين (slug) يوضع في بداية الصفحة ويتضمن زبدة الخبر والتاريخ واسم البرنامج واسم كاتب الخبر. مثلاً:

محاكمة أعضاء المجلس، 1999/12/2، الساعة السادسة مساءً. جاي كارتر.
أو محاكمة أعضاء المجلس
1999/12/2
السابعة مساءً
جاي كارتر

ملخصات أخبار الراديو Radio Rundowns

إن التغيير الوحيد الذي حدث لصيغ الأخبار الإذاعية عبر السنين هو أن البرامج الإخبارية التي يستغرق وقت بثها خمس عشرة دقيقة أصبح وقت بثها خمس دقائق وأحياناً دقيقة واحدة. إن الصيغة التالية تستغرق عشرة دقائق ضمن نشرة الأخبار.

ثلاثون ثانية قبل دقات الساعة:

المذيع: (يقرأ ثلاثة عناوين قصيرة رئيسية). ثم يقرأ تفاصيل هذه العناوين والمزيد من تقارير شبكة (إ. بي، سي) عن الأخبار الوطنية والعالمية.

دقت الساعة. بدأت نشرة الأخبار

مرور خمس دقائق: الأخبار المحلية

المذيع يعلن الوقت. ويقول: "اسمي . قدمت لكم آخر الأخبار التي وصلتنا من شبكة (دبليو. بي. إس. ايم). " يقرأ ثلاث قصص إخبارية أخرى.

مرور سبع دقائق: يقول المذيع: إليكم أخبار وكالة (دبليو. بي. إس. ايم).

(إعلان لمدة ستين ثانية)

مرور ثمان دقائق يكمل المذيع الأخبار

مرور عشر دقائق: يقول المذيع: "قدمت نشرة الأخبار".

(النشرة الجوية)

المذيع: "نشرتنا القادمة في الساعة".

ملاحظة: عند إعلانك عن الوقت استعمل الوقت الرقمي. مثلاً:

لا تقول الساعة الخامسة إلا خمس دقائق بل قل "خمس صفر خمس".

تث بعض المحطات أخبارها عن طريق البث الكابلي. يجب على هذه المحط
في هذه الأحوال أن تهيئ التصميم الذي يحتوي على البداية والخاتمة والإعلان
إليكم هذا المثل عن برنامج يستغرق خمس دقائق:

الافتتاحية: طاب (صباحكم) أو (مساءكم)
الوقت الآن هو .

(أربع قصص إخبارية حسب التسلسل التالي: وطنية، وعامية، ومعلية، وحسب أهميتها)

المذيع: سنواصل قراءة الأخبار بعد قليل
إعلان من شريط التسجيل.

المذيع: نتابع قراءة الأخبار.

(ملاحظة: أقرأ قصتين: وطنية وعالمية أو محلية)

المذيع: نشرة الأنواء الجوية لمنطقة واشنطن

(ملاحظة: أقرأ النشرة كاملة متضمنة درجات الحرارة ودرجة الرطوبة النسبية والرياح).

الخاتمة: " كان هذا عرض لأهم الأخبار ونشرة الأنواء الجوية. مع تحيات
محدثكم "

(العدد الكلي للأخبار المحلية هو ثلاثة

ملخصات الأخبار التلفزيونية Television Rundowns

تتبع برامج الأخبار التلفزيونية الأسلوب نفسه باستثناء مسألة واحدة وهي أنها أكثر تفصيلاً. وتتطلب برامج الأخبار التلفزيونية ملخصاً يبين قائمة بكل القصص الإخبارية ومصادرها، وهذا يساعد في كتابة النص. ويمكن لشبكة الأخبار أن يكون لها عدة ملخصات تغطي الفترة الممتدة من الصباح وحتى المساء. أما المحطة المحلية، فيكون لها ملخص واحد يسهل عملية كتابة النص الأخير. كما أن كتابة النص الذي يث على الهواء هو مجرد مرحلة أخيرة لعملية طويلة شاقة ومعقدة. إن عملية تخطيط وتطوير برنامج مثل "الأخبار المسائية" الذي تبثه وكالة (سي. بي. إس) يبدأ منذ الصباح الباكر. إن المرحلة الأولى تبدأ من خلال تحديد الأفلام التي يستخدمها هذه الوكالة في أخبار الصباح ومنتصف النهار وآخر المساء وحتى أخبار اليوم الماضي. أما المرحلة الثانية فتبدأ بكتابة أخبار الساعة السادسة أو السابعة

مساءً وتوزع حوالي الساعة الثامنة صباحاً. يكون ضمن هذه الأخبار برنامج "من هو واين؟" وتختص المرحلة الثانية بأخبار الساعة الحادية عشر صباحاً التي يبث فيها البرنامج "من فعل ماذا؟". يكتب الموجز لهذا برنامج ويثبت فيه أسماء المخرجين والمراسلين والوظائف التي يكلفون بأدائها. وتبدأ المرحلة الرابعة في حوالي الساعة الحادية عشرة والربع حيث يكتب فيها ملخص لأهم الأخبار ويثبت فيها أسماء من يقوم بإذاعتها. المرحلة الخامسة تكون في حوالي الساعة الثانية عشرة والنصف ظهراً وتتضمن الموجز الذي يحتوي على قائمة بالأخبار المتوقع بثها على البرنامج. وتكون المرحلة السادسة في حوالي الساعة الثالثة والنصف مساءً والمتعلقة بفقرات الأخبار ومواعيد بثها. والمرحلة السابعة تكون في الساعة الخامسة مساءً وفيها تبث العناوين الرئيسية للصحف. ويتضمن الموجز الأخير آخر الأخبار المفاجئة والمثيرة. إن طبيعة الملخص الإخباري يختلف حسب طبيعة الدائرة التي تصيغه، إلا أنه يجب أن يحتوي على كل فقرات البرنامج المعني. إليكم هذا الملخص الإخباري التلفزيوني لشبكة (سي. إن. إن) الذي يتضمن تسلسل الأخبار وعنوان الخبر وطريقة التقديم والصور التوضيحية والزمن.

ملخص إخباري من وكالة (سي. إن. إن.)

م	العنوان	الشكل	المحور الصوري	الصور التوضيحية	الوقت
1-	افتح	صورة من الخارج	12	عناوين الأخبار	
2-	محاكمة سميون	صورة من الخارج ومزج	5	محاكمة سميون	
3-	ماركريت سينا	صورة من الخارج	6	ماركريت	
4-	لعبة بيسبول	صورة من الخارج	7	فوز	25
5-	لعبة البيسبول	صوت خارجي	8	فوز	5
6-	مخاطر السمنة	صورة من الخارج	9		20
7-	مخاطر السمنة	صوت خارجي	5		10
8-	كلنتون - وكالة المخابرات	اندفاع الصورة	7		150
9-	الجراح العام	اندفاع الصورة	8		20

م	العنوان	الشكل	المحور الvisory	الصور التوضيحية	الوقت
10-	كلنتون - جريمة - كونفرس	صورة صوتية	9		25
11-	جريمة	صورة من الخارج	5	جريمة بل	25
12-	انفجار في أحد الأنفاق	صور من الخارج	7		30
13-	محاكمة مخيفة	اندفاع الصورة	8		20
14-	قطاع غزة	صور وصوت خارجي	9		20
15-	اليونان - تركيا	صوت من الخارج	5		25
16-	بريطانيا ديانا	صوت من الخارج	9		10
17-	أخبار مثيرة	مزج صوتي من مكان واحد	5		155

نص عناوين الأخبار البارزة

(وكالة سي. إن. إن.)

حركات الكاميرا

يظهر (سمبسون) بعيداً عن الكاميرا لكن كلبه (كاتو) يظهر قريباً من الشهود

توقف المحاكمة لمدة نصف ساعة تقريباً لقدم فترة

تناول الغذاء، بعدها ظهر شاهد آخر وهو رجل

يعيش قرب مكان الجريمة وأخذ يروي ما شاهده من

أحداث عندما كان يسير مع كلبه في ليلة الثاني عشر

من حزيران

(أصوات من شريط مسجل)

(أصوات من الخارج)

يقول هذا الرجل بأنه شاهد أقدام

الكلب مقطوعة بالدم وكذلك

الحال لأجزاء جسمه وصوره

حاولت زوجة (سمبسون) الأولى محاولة
فاشلة في أن توقف ذلك الرجل عن الشهادة.
استدعي المدعي العام (ماركريت سمبسون) للحضور
من أجل أن يتأكد فيما إذا حاول زوجها في أحد
الأيام (ضربها) وأن يتعرف أيضاً عما دار
بينها وبين زوجها في المكالمات التلفزيونية
التي دارت بينهما ليلة القبض على (سمبسون)
كذلك طلب إحضار المذكرة التي استدعي
بها المتهمون.
(أصوات على الشريط)
(أصوات غاضبة من خارج الاستديو)
تقرر أن يعطي (توماس) بإفادته المؤقتة من
الثالث من آذار.

طلب الرئيس كلنتون من الكونكرس العمل
على إنهاء الإضراب.
بعد فشل مباحثات أمسس أرسل
الرئيس مقكرة إلى (كايتل هل)
تتضمن تخويل بعض الوسطاء في حل هذه
الأزمة ، لكنه الآن يواجه بعض المعارضة
من الجمهوريين.

يقول المتحدث باسم البيت الأبيض (نوت كنكرج) بأن
مجلس الكونكرس مشغول بقضايا أخرى مثل قضايا
الخدمات الاجتماعية والصحية.
(أصوات من مجلس الكونكرس)
(مؤثرات صوتية)
(صوت يقول: سيفعلون ذلك)

أصدر المجلس اليوم قرارا بخصوص العنوان
كيفية قبول الشهادة كلنتون

ارتفاع سعر الدولار.
لماذا تعزف المؤسسات التجارية الأمريكية الأغاني
الزنجية الكثبية في المكسيك....، وأخيرا، حيل
التجار للحصول على صور الحيوانات الأليفة.
الجو بارد في فلوريدا النشرة الجوية

انخفضت أسعار البورصة هذا المساء بعد تذبذب أسعار البورصة
أن حازت على ست عشرة درجة في الصباح الباكر
إن أسعار الأسهم هي .
إن لهم خططا كبيرة تستهدف فتح
أسواق جديدة واستثمار أسهمهم في المكسيك.
معاناة بعض تجار المفرد من تدني أسعار عملة (البيزو)
أصبحت أي عملة تجارية عملية قاسية وصعبة، لوسيا نيومان
في الأقل بالنسبة للوقت الحالي، هذا من المكسيك
ما وافقتا به مراسلتا (لوسيا نيومان).

عناوين أهم الأنباء.
جيران نيكول براون سمبسون يقدمون أخبار مثيرة
التفاصيل بخصوص ليلة مقتل سمبسون وصديقه.
الرئيس كلنتون يهدد الجمهوريين بخصوص
لائحة الحد من الجرائم.
أخبار جيدة بالنسبة للأميرة ديانا لأنها تتجنب حضور محكمة بريطانية.
كل ساعة نقدم لكم أهم أخبار اليوم
أنا (جك روبرتز)، أقدم عناوين أهم الأنباء.

اشكال النص Script Forms

يتضمن البرنامج الإخباري الإذاعي شكلاً بسيطاً نسبياً بالمقارنة مع نظيره التلفزيوني. لنشرة الأخبار حيث يستخدم مذيع في الاستوديو، وحسب أهمية الخبر، الليث المسجل والمقابلات وأصوات الحدث. إلا أن أخبار التلفزيون تتراوح بين ما هو مهم جداً، وبهذه الحالة يستخدم المذيع كل ما يتوفر من التسجيلات الصوتية والصورية والتقنيات المتطورة الأخرى، إلى الأخبار الاعتيادية البسيطة حيث يقوم المذيع بقراءتها دون الاستعانة بوسائل الإيضاح. وعلى محور الأخبار التلفزيونية أن يكون ملماً بإمكانيات المحطة لكي يقدم شكلاً إخبارياً حسب مقتضى الحال. وعليه أن يعرف تلك الإمكانيات قبل أن يقترح استخدام مثل هذه الوسائل: وسائل الإيضاح خلف ظهر المذيع، ووسائل الإيضاح الصامتة، الصور، والتسجيلات الصوتية، والصوت من خارج الكاميرا (75) وغيرها من التقنيات التي ذكرناها في الفصل الثاني.

النص الإذاعي The Radio Script

يتكون النص الإذاعي من شكل ذي عمود واحد يتضمن في شأياه التوجيهات الإذاعية مثل مصادر الأصوات وغيرها. إن المثال الأول الذي تجده في أدناه هو نص خبري إذاعي يستغرق نصف ساعة بثته محطة (دبليو.بي. سي. إن- اف. إم)، بوسطن. والنموذج الثاني بثته إذاعة محلية في بوسطن، ماساشوستس والذي يتضمن أخباراً محلية وعالمية.

المذيع: بدأت محكمة التمييز فضلاً جديداً... ويتوقع من القضاة أن يركزوا جهوداً في دراسة مسألة الإجهاض. صباح الخير. هناك ثلاث قضايا تتعلق بالإجهاض أمام المحكمة... القضية الأولى تتعلقان بموافقة الوالدين أو بعلمهما المسبق، والقضية الثالثة تتعلق بتشريعات صدرت في (الينوي) تطلب من عيادات الأطباء ومن العيادات المتخصصة بالإجهاض أن تزود بكل الأجهزة والمستلزمات الطبية الموجودة في المستشفيات. اعتبرت إحدى معاكم الاستئناف الفدرالية تلك التشريعات غير دستورية.

(صورة مسجلة): "انفجار بركاني"

المدعي يقول للورنس ترايب، أستاذ القانون في جامعة هارفرد بأن المحاكمة تناقض قضية الحق في الموت...

(تسجيلات صوتية).

المدعي: سيتمتع القضاة إلى قضايا رئيسة تتعلق بمحاربة التمييز العنصري في ولاية (كنساس)، (مسوري)، (لونكرز)، و(نيويورك). شهدت عطلة نهاية الأسبوع المالي مفادرة الأفواج الكبيرة من الألمان الشرقيين من جيوكوسلوفاكيا وبولندا متجهة صوت العرب. تقول ألمانيا الشرقية بأنها ستحاول إيقاف سيول المهاجرين من أراضيها، بينما تقول ألمانيا الغربية بأنها ستفعل ما في وسعها من أجل استمرار ذلك التدفق. هذا ما ذكرته مراسلتنا (كارول وليامز)

(شريط بصوت وليامز)

المدعي سيكون يوم السابع من تشرين الثاني يوم الانتخابات. سيتم التصويت السري في (كمبرج) و (بروكلن) حول قضية تنظيم الإيجارات. إليكم التقرير الأول الذي أرسله مراسلنا (باترك فزي). (شريط بصوت سري).

مساء الخير. أنا (رامونا باركر) أقدم لكم نشرة أخبار الساعة الثانية عشرة:

قتل أربعة أشخاص بحادث طائرة مروحية في كيمبرج في الساعة التاسعة من صباح هذا اليوم. تعود إلى شرطة ولاية ماساشوستس على أحد سقوف أبنية جامعة هارفرد بالقرب من نهر (جارلس).

تقول السلطات المختصة بأن هذه الطائرة فقدت توازنها بعد وقت قليل من اجتيازها شارع (ناشوا) من بوسطن.

يقول رجال الشرطة بأن المخيم كان فارغا وقت حدوث سقوط الطائرة.

لم يصب أي متواجد على الأرض حينئذ بأي أذى.

لقد أغلق جانب المخيم

تحول سير المرور إلى شارع (لونكنيلو) وإلى شارع (ماساشوستس) في مركز مدينة (كيمبرج). من المفضل تجنب هذه المنطقة.

* * *

ستقرر المحكمة الكبرى الأمريكية فيما إذا كان قرار محاكم (ماساشوستس) بالسماح للجمهور بحضور الاستعراض المقام لمناسبة يوم القديس (باتريك) قانونياً أم لا.

يحاول أعضاء جمعية المحاربين القدماء في جنوب (بوسطن) منع الطائشين من المشاركة في هذا الاستعراض.

المحاكم الرسمية تحت منظمي هذا الاستعراض على إلغائه ستستمع المحكمة العليا في شهر نيسان إلى وجهات النظر المختلفة المتعلقة بهذه المسألة.

* * *

والآن ننتقل إلى الأخبار العالمية...

تقول إحدى جمعيات حماية البيئة بأنها ستقيم الدعوى ضد عدة شركات تقوم بنقل نفايات المواد المشعة جداً.

أبدت منظمة السلام الأخضر عن استعدادها لإقامة الدعوى بعض الشركات الفرنسية واليابانية التي تقوم بحمل هذه النفايات والمرور بها عبر مدينة (شيرونورك).

إحدى السفن البريطانية محملة بأربعة عشر طناً من هذه المواد المشعة التي خلفتها إحدى الشركات الفرنسية.

تفادر هذه السفينة متوجهة إلى اليابان غداً.

تقول هذه الشركات بأن ما تقوم به يتطابق والتعاليم الدولية، وهذا ما يرفضه علماء البيئة مؤكدين أن السفينة والحاوية التي فيها غير محصنتين ضد التآكل والحرارة الشديدة.

* * *

أما آخر أخبار الرياضة لمساء أمس، فقد هزم نادي الكيلنكس نادي (السن) بمائة وتسع وعشرين نقطة مقابل مائة وإحدى وعشرين نقطة. ستزول الغيوم ويصبح الجو صاحياً. يتوقع أن تكون درجة الحرارة العظمى (38) درجة. يتوقع أن تكون السماء صافية هذا المساء وتكون درجة الحرارة العظمى (35) درجة. سيكون الجو غداً غائماً جزئياً وستتحول بعض قطرات الثلج المتساقطة إلى قطرات مطر. درجة الحرارة خارج الاستوديو الآن هي (35) درجة. شكراً على إصغائكم. أنا (رامونا باركز). نعود ثانية للاستماع إلى بعض معزوفات الجاز.

النص التلفزيوني The Television Script

عادة ما يتبع نص الأخبار التلفزيوني الشكل العام ذي العمودين. تثبت الأمور المسموعة على اليمين والمرئية على اليسار. إليكم نموذجاً لنشرة أخبار بثتها إحدى محطات التلفزيون في بوسطن.

الصوت	الصورة
قررت إحدى شخصيات بارنكتن الكبيرة استغلال القرار الذي أصدرته المحكمة الكبرى هذا الأسبوع بخصوص حرق الأعلام. إن هذا العلم لا يتأثر بالنار لأنه يحتوي على مادة كيماوية لا تحترق. لقد بيع هذا العلم بعشرة دولارات، قال (سكب بورتياس) الذي يصدر صحيفة "فريدم رايتز" التي تستهدف تحسين الحريات بأن الرئيس (بوش)، الذي يعارض قرار المحكمة سيعجب بهذه الأعلام. سنرسل له واحداً منها.	يظهر (جو) أمام الكاميرا صورة الإعلام صورة لبارنكتن أصوات منبعثة من مسجل الوقت 14-00

المنهج Approach

تطمح كل محطة وكل برنامج إخباري أن يكون لهما أسلوبهما المتميز. وعلى الرغم من أن الأخبار متشابهة، إلا أن السباق بين المحطات يجعل لكل واحدة منها طريقته الخاصة في التقديم من أجل كسب أكبر عدد ممكن من المستمعين. وفي الوقت نفسه، هناك طرائق أساسية ثابتة في كتابة وتقديم الأخبار في أي محطة، وهذه الطرائق ضرورية من حيث خلق برامج إخبارية عالية المستوى وجديرة بأن تكسب رضا الجمهور.

ويستطيع الكاتب أن يدمج أو يستثمر كل هذه الطرائق والاعتبارات. ما هو الشيء الذي تطمح محطاتك أو برنامجك تحقيقه؟ ما نوع المستمعين الذين يرغب برنامجك في كسبهم؟ هل تتوافق طريقة تقديم الأخبار مع سياسة المحطة العامة؟ هل محتوى الخبر قائم على الأخبار الجادة؟ أم الأخبار الترفيهية؟ هل هناك تأكيد على الأحداث المحلية؟ هل أنت تتنافس مع محطات أخرى بالنسبة للمضمون والشكل؟

إن التوزيع السكاني مهم جداً بالنسبة للشكل العام للخبر وبالنسبة إلى محتواه. ويجب أن تكون المضامين ومستوى التقديم واضحة ومفهومة من لدن المتلقين، مستمعين كانوا أو مشاهدين. ويجب أن تأخذ عامل زمن التقديم في نظر الاعتبار. هل المستمعون الآن يتناولون وجبة الغذاء؟ هل هم الآن مسرعون للخروج من أماكن سكنهم لأجل الالتحاق بأعمالهم في الوقت المحدد؟

إذا افترضنا أنك تريد أن تكون علاقة ود غير رسمية مع المستمعين، فعليك في هذا الحال ألا ترعبهم بالأخبار الصاعقة والمؤذية. هل ترغب في أن تلفت انتباه المستمعين فوراً؟ هنا يتوجب عليك أن تستهل خبرك بفقرة تخاطب المشاعر الشخصية للمستمعين وأن تكتبها بعبارة درامية. مثلاً افترض أنك استلمت تقريراً من واشنطن. دي. سي. عن موضوع البطالة الذي ارتفع من نسبة (5.5%) إلى (5.8%) خلال الشهر الماضي. يمكنك تقديم الخبر بالصيغة الإحصائية التالية: - "أظهر التقرير الشهري لمديرية العمل الذي نشر اليوم بأن هناك ارتفاعاً في عدد العاطلين عن العمل تتراوح بين ثلاثة أعشار في المائة، في الفترة الواقعة بين شهري تشرين الأول

وتشرين الثاني، إلى خمسة فاصل ثمانية بالمائة بعد إن كان خمسة فاصل خمسة بالمائة. إلا أن بإمكان الكاتب الجيد أن يصوغ الخبر على النحو التالي: "أضيف ثلاثمائة ألف إنسان إلى قائمة العاطلين عن العمل في هذا الشهر، هذه هي أحدث الأرقام التي أعلنتها مديرية العمل. وتراوحت نسبة العاطلين عن العمل في الولايات المتحدة من خمسة فاصل خمسة بالمائة إلى خمسة فاصل ثمانية بالمائة. وهذا يعني أن هناك سبعة ملايين وثمانمائة ألف أمريكي عاطل عن العمل. أما الكاتب الذي يتحسس مشاعر المستمعين المحليين فيصوغ الخبر نفسه على النحو التالي: "أصبح أربعة آلاف مواطن إضافي عاطلاً عن العمل في هذا الشهر، حسب آخر إحصائية أصدرتها اليوم مديرية العمل الأمريكي. ففي الوقت الذي ارتفع فيه معدل البطالة من خمسة فاصل خمسة في شهر تشرين الأول إلى خمسة فاصل ثمانية في شهر تشرين الثاني، ارتفع معدل البطالة في مركز المدينة من خمسة فاصل ستة بالمائة إلى ستة فاصل واحد بالمائة، وهذا الارتفاع المثير قد يؤدي إلى المزيد من البطالة في المستقبل.

"أما الأخبار الوطنية الأخرى" فمن المحتمل أن تؤكد محطة التلفزيون المحلية على الأخبار المحلية، وبخاصة عندما يتوفر للمحطات المنافسة الأخرى أخباراً أوسع. هل تستخدم هذه المحطة المستقلة عن طرائق إخبارية مختلفة عن تلك التي يستخدمها المحطات الكبيرة؟ إن البرنامج الإخباري الذي تبثه محطة كبيرة، والذي يستغرق نصف ساعة، قد يتضمن بعض الأخبار المحلية التي يستغرق بثها نصف ساعة، وقد تتضمن بعض الأخبار المحلية التي يستغرق بثها بضع دقائق. تذكر دائماً بأن البرنامج التلفزيوني الإخباري الذي يستغرق بثه نصف ساعة قد يتضمن ثمان أو تسع دقائق فقط لتغطية الأخبار الجادة، أما الوقت الآخر فيخصص للأخبار الرياضية ونشرة الأنواء الجوية والإعلانات. إن المحطة المستقلة المحلية تخصص أقل وقت ممكن للأخبار الوطنية وللتقارير العالمية، لكنها قد تقدم الخبر المذكور أعلاه عن إحصائيات العاطلين عن العمل بعد أن تضيف إليه أشياء بسيطة على النحو التالي: "حملت (هاريت برونك) كاميراتنا وذهبت إلى مركز المدينة وتوجهت إلى دائرة التعويض عن البطالة الواقعة في شارع (دفر). هاريت: - (تبدأ هاريت بيت الأخبار).

يمنح تصوير الأخبار تلفزيونياً (ENG) فرصة لتقديم نشرة الأخبار المحلية بتلقائية

كبيرة إذ أصبحت الأخبار المحلية ذات طابع شعبي بعيد عن الرسمية. إن حرية الحركة التي تتمتع بها الكاميرا المتقلة وفرت الإمكانيات للمحطات المحلية في اختيار الأخبار من مصادر متعددة، وبخاصة الأخبار المتعلقة بالأمور المثيرة للنقاش والتقارير الخاصة المدعومة بالأفلام الوثائقية. ويمكن للمحطات الصغيرة أن تقدم الأخبار المحلية مستمعياً بصورة سهلة جداً، وبإمكان المحطات الكبيرة أيضاً تقديم الأخبار المحلية لكن التركيز يكون على الأخبار الوطنية والعالمية.

لقد قامت الصحف اليومية بهذه المهمة لعدة سنوات، ولكن على نحو معكوس باستثناء بعض الصحف مثل (نيويورك تايمز) و (واشنطن بوست) و (لوس أنجلز تايمز)، وتركز الصحف على الأخبار المحلية وتضيف إليها بعض التفاصيل الأخرى المستمدة من بعض المصادر الصحفية. وتأخذ المحطات التلفزيونية، المرتبطة بمحطات كبيرة، الأخبار من الشبكة الإخبارية وتضيف لها التغطية الإخبارية الخاصة بها. وحاولت بعض الصحف في بعض الأقطار، مثل بريطانيا وأستراليا، أن تقلد هذه الطريقة بعد أن تضيف لها الأخبار المحلية المتعلقة ببعض المناطق. كما مارست صحيفة (يو. اس. توداي) الأميركية هذه الطريقة.

نظراً لانتشار وتنامي الأخبار المحورية (Cable news)، كشبكة أخبار الكوابل CNN التي يملكها تد ترنز، أضيف بُد جديد إلى الأخبار التلفزيونية، ألا وهو عمق التغطية. وعلى الرغم من أن المعدل الذي يستغرقه وقت بث قصة إخبارية لا يتجاوز تسعين ثانية، إلا أن شبكة (سي. إن. إن) تخصص وقتاً أطول لتلك القصص حيث تحيطها بالتقويمات والتفسيرات والمعلومات الإضافية الأخرى. إن أغلب الأخبار التلفزيونية تركز على الأخبار المثيرة، بينما تسند محطة (سي. إن. إن) الأخبار بالتحليلات. وبازدياد استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية، أصبحت التغطية الإخبارية موجهة إلى مستمعين متخصصين، وهذا هو الأسلوب الذي تتبعه بعض الصحف والمجلات الأسبوعية في الأماكن التي اختفت فيها الصحف اليومية. وعَبَّر المؤرخ الفرنسي (جاك ايلو) في كتابه الموسوم "التضليل السياسي" عن اهتمامه بموضوع الطرائق الإعلامية الإلكترونية التي تؤكد على المعلومات وتهمل التحليل. يقول (ايلو) بأنه ليس بإمكان الديمقراطية السياسية أن تعمل على نحو مؤثر دون وجود أناس قادرين على تحليل أخطاء الماضي وإدراك الحاضر من خلال التحليل ثم

يذكر بأن: "الأخبار الراهنة تمنع استخدام الذاكرة وتقود إلى التزوير الدائم لأحداث الماضي التي تذكر في مجرى الأخبار". ويتوجب على برامج الأخبار ألا تخلط بين الأخبار الصرفة والتحليل والتعليقات الشخصية، ويمكن لتشويه القصص الإخبارية أو للتأكيد على جانب واحد من القصة أن يحول التقرير الإخباري إلى تعليق، كذلك الحال بالنسبة للتصريحات الناقصة أو الاستخدام المفرط للكلمات المنمقة. وأفضل مثل على ذلك هو موضوع البطالة آتف الذكر، والذي يكتب على النحو التالي: "أكثر من ربع مليون من العمال الأميركيين أضيفوا إلى قائمة الناس غير القادرين على توفير الطعام لعوائلهم في هذا الشهر. لقد انضم هذا العدد الجديد إلى أقرانهم من العاطلين الذي يبلغ عددهم أكثر من خمسة ملايين ونصف من الأميركيين. إن هذا العدد يفوق عدد سكان ولايتا بأجمعها، وهذا العدد هو الذي يعيش في الطرقات. هذا ما ذكرته الإحصائية التي نشرتها مديرية العمل". إن هذا التقرير ليس مزوراً أو غير مبرر بالضرورة. المهم هنا هو الجمهور الذي يجب أن يعرف فيما إذا كان يستمع إلى أخبار جادة أم إلى تعليق دقيق. وتبيع بعض نشرات الأخبار كل ما هو مثير، حالها حال المجلات التي يتم تداولها في الأسواق الكبيرة.

يذكر بأن المذيع يأتي إلى بيوت المستمعين كضيف - كضيف حميم، تقريباً، وعليه فيجب على الأسلوب أن يكون غير رسمي وأن يكون ودياً ومخلصاً، هذا إذا ما رغب ذلك المذيع في زيارة ذلك البيت للمرات القادمة. إن أكثر أساليب نشرات الأخبار التلفزيونية والإذاعية شيوعاً هو الأسلوب المباشر في التقديم، وهذا عادة ما يستغرق خمس دقائق من الراديو ونصف ساعة في التلفزيون. واشتهر بعض المذيعين بسبب تعليقاتهم على الأخبار وليس بسبب الأخبار بحد ذاتها، والجمهور عادة يتوقع من تلك الشخصيات أن تقدم له التحليل أو الرأي الشخصي وليس الأخبار الجادة فقط. وأحياناً تتوحد التعليقات والأخبار سوية. إن الاتجاه العام الآن هو الترحيب ببعض التحليلات الإخبارية وبالكثير من القصص المثيرة الخاصة ببعض الشخصيات المشهورة. وأحياناً تبث المحطات أو الشبكات الإخبارية بعض الأخبار التي تقيّم أخباراً أخرى وكأنها تتبع هاتين الخطوتين: التحري والتحليل. يستخدم العديد من هذه البرامج أسلوب التحري الجاد وتقديم ما توصلت إليه بشكل توثيقي أو شبه توثيقي.

وبالإضافة إلى برامج "الأخبار العامة"، هناك برامج إخبارية مباشرة مكرسة لمواضيع محددة مثل المشهد الدولي، التقارير الاقتصادية، أخبار المقتزعات، شؤون المستهلكين، الأخبار الجامعية والترفيهية وما يشبه ذلك من أخبار. وقد تختلف الطرائق ضمن إطار إخباري واحد، فبعض الطرائق تؤكد قضايا الخدمة العامة أو جوانب الاهتمام الإنساني في الخبر نفسه. على الرغم من أن برنامج الأخبار المباشرة هو الأكثر شيوعاً، إلا أن بعض البرامج الإخبارية تقدم التقارير والمعلومات المتوفرة عن قضية معينة، وهذا ما وجدناه في الخبر المذكور أعلاه عن إحصائيات العطالة والذي تضمن أسلوب إقحام الأرقام الإحصائية والتعليقات الصادرة من الناس المعنيين ومقابلات المستخدمين والموظفين الحكوميين. إن الطريقة الأساسية الثالثة هي الطريقة "التفسيرية" التي يتم من خلالها تحليل الحقائق الأساسية من أجل تبيان تأثيرها المستقبلي على المواطنين. يتم هذا التفسير عن طريق تعليق المراسل. ويسأل الكاتب نفسه هذه الأسئلة: "ماذا يعني هذا الأمر بالنسبة إلى الكاتب نفسه؟"، "ماذا يعني هذا الأمر بالنسبة إلى المستمعين؟"، بالنسبة لموضوع البطالة المذكورة سابقاً، قد يقدم الكاتب تحليلاً عن التأثير المادي لتلك البطالة على مجموعة معينة من الناس وحول تأثير ذلك على الوضع الضريبي والخدمات وإضعاف أو تقوية الاقتصاد والدخل الفردي والتغيرات المحتملة على المناهج الدراسية بسبب الركود الاقتصادي المتوقع والحلول الممكنة لتلك المشكلة وغير ذلك من التحليلات التي قد تخطر ببال المشاهدين أو المستمعين. وبطبيعة الحال، يمكن التركيز في هذه التفسيرات على الجوانب الوطنية العامة وتجاوز الجوانب المحلية، ويمكن أيضاً التلميح إلى الجوانب الدولية. أما الطريقة الرابعة فهي التحقيق (investigation) وهو ما نشاهده عادة في الأفلام السينمائية وفي برامج التلفزيون ونقرؤه في الكتب التي تتضمن دراسات عن الأخبار الإذاعية. هنا يكتشف الكاتب أو المراسل الأخبار وأحياناً ينقب عنها ثم يقدمها بعدئذ إلى الجمهور كأخبار جديدة وغير مطروقة عن موضوع معين. وتنطوي التقارير الاستقصائية كل المجالات الممكنة، من العمل الكلاسيكي الذي قام به (دودورلا) و(بيرنشتاين) المتعلق بفضيحة (وتركيت) إلى كشف أسرار الأعمال الجنسية الطائشة والتلاعب بالتبرعات في وزارة (جم باك). وأحياناً لا يتمكن أفضل الصحفيين من تحقيق هدفه المرجو بسبب غلق الأبواب أمام وسائل الإعلام في التعرف على قضية معينة - هذا ما حدث عند تورط البيت الأبيض

في إحدى الفضائح في عهد الرئيس كلينتون. ويمكن لأي تقرير إخباري أن يكون مزيجاً من هذه الطرائق. مع ذلك يبقى (التحقيق) عاملاً أساسياً في كل التقارير الإخبارية الجيدة.

الأخبار المدافعة عن وجهة نظرها Advocacy News

على الأخبار، من الناحية المثالية، أن تكون موضوعية وعادلة وأن تتجنب المساس بوجهات النظر السياسية والاجتماعية والدينية والاقتصادية إلخ. وعادة ما تعكس الأخبار رغبات صاحب الشبكة أو المحطة والمراسل والمعلن والمجموعات المؤثرة الخارجية والمصادر الأخرى التي ترمي إلى صياغة الرأي العام. إن تحريف الأخبار الموضوعية يخلق مشكلة أخلاقية خطيرة، مع ذلك نجد أحياناً أن بعض جوانب التقرير الصحفي يأخذ مساراً دفاعياً شريعياً. أما الافتتاحيات والتعليقات الصحفية فهي ليست سوى شكل مباشر من أشكال الأخبار الدفاعية، لأنها تمثل وجهة نظر صريحة أو رأياً شخصياً معيناً. ومع ذلك، تصبح الكتابة الاستقصائية والتقارير في أغلب الأحيان أخباراً دفاعية. إن قصص (ووترغيت) على سبيل المثال، سعت إلى اجتثاث الفساد من داخل البيت الأبيض. وعلى الرغم من أن القليل من المحطات تقدم تعليقات إخبارية محددة، وهذه في الغالب محطات إذاعية، إلا أن العديد من محطات التلفزيون والإذاعة تقدم الأخبار المدافعة عن رأي ما كجزء من نشراتها الإخبارية المنظمة أو كتقارير معينة تمالج الشؤون العامة. إن الفرق الأساسي بين الافتتاحيات الصحفية المدافعة عن موقف ما وبين التقارير الدفاعية هو أن الافتتاحيات الصحفية عادة ما تعكس بعض المصالح الضيقة الخاصة، بينما التقارير الدفاعية في الغالب تمثل المصلحة العامة، وبخاصة مصالح المستهلكين.

تقارير المستهلكين Consumer Reports

إن أفضل مثال يمكن أن يضرب بخصوص الأخبار الدفاعية هو المثال التالي المتعلق بتقارير المستهلكين. (بولا ليونز) هي واحدة من أبرز المراسلين الصحفيين المخصصين بتقارير المستهلكين. لقد تنقلت هذه المراسلة في فترة التسمينات من شبكة (أي. بي. سي) في نيويورك إلى شبكة (دبليو. بي. زد) في بوسطن. إن الهدف من تقاريرها الإخبارية عن المستهلكين هو تثقيف الجماهير عن طريق إتاحة الفرصة

أمامهم لاستقصاء مشاكل معينة ثم الكشف عنها، مشاكل مثل: التنزيلات الخادعة، الباعة المتجولون، الإعلانات المضللة، التعليمات الكاذبة التي تشرها بعض الوكالات شبه الرسمية، وغير ذلك من الممارسات التي تدّخ المستهلك وتستغله استغلالاً بشعاً. إن الكتابة لمثل هذه البرامج يجب أن تكون مباشرة، موثقة بالحقائق وجادة. وهذا لا يعني أن هذه البرامج يجب أن تخلو من عنصر الطرافة والمتعة الذي يجعل التقرير يلتفت نظر المتلقين. ويتوجب على النص الإخباري هذا أن يوضح المشكلة بصرحة ويلقي الضوء على الطرائق التي يتم بواسطتها خداع المستهلكين، كل ذلك من أجل تمكين المستهلك من حماية نفسه. وتقتصر (ليونز) استخدام الطرائق التالية في كتابة تقارير المستهلكين: إن فكرة أي تقرير تتبع من مصادر متعددة وأهم هذه المصادر هي المراسل أو الكاتب نفسه. أما المصادر الأخرى فتأتي من المستهلكين أنفسهم والجمعيات الاستهلاكية والوكالات الرسمية ووسائل الإعلام. مثلاً، تجدون بعد قليل في النموذج التالي الموسوم بـ "علامة السجاد" إن فكرة التقرير جاءت من (جمعية المستهلكين الوطنية).

تقول (ليونز) بأنه متى ما توفر لك الموضوع، فعليك الشروع بالبحث. سافر إن أمكن، إلى الموقع المعني واحصل على كل الأجهزة المتوفرة المتعلقة بالتسجيل الصوري والصوتي. إن ملفات الإذاعة والتلفزيون مساعدة جداً. في "ماركة السجاد"، على سبيل المثال، استخدمت (ليونز) بعض اللقطات المأخوذة من الملفات التوثيقية لشبكة (سي. إن. إن) التي لها اتفاقية عمل مع محطة (دبليو. بي. زد) التي تعمل بها (ليونز). وأشارت (ليونز) إلى إن مقابلة كل الأطراف المعنية هو أمر ضروري، مثل مقابلة المستهلكين وبنائهم التجزئة والصناعيين والخبراء وإذا كان الموضوع الإخباري مثيراً للجدل، فعليك أن تقابل كل الأطراف قبل أن تبدأ بكتابة النص. تقول (ليونز) بأنه من أجل بناء التقرير الإخباري بناءً محكماً فأفضل وسيلة لتحقيق ذلك هي أن تبدأ بتسجيل الأصوات على شريط ثم ابني النص حول تلك الأصوات. إذا أردت أن يكون التقرير صورياً صرفاً فعليك بالتفكير "صورياً". على الصور أن تكون معبرة عن القصة من خلال وضع هذه الصور في الساحة الخلفية. وتجنب استخدام "الصور الجدارية التجميلية". وحاول إن تثير المتلقين في البداية من أجل لفت انتباههم. حاول أن تفعل كل ما من شأنه جعل المستمعين أو المشاهدين يتوقعون عن

أعمالهم وبالتالي يصنعون إلى الخبر. ليس من الضروري أن تكون البداية درامية وقوية جداً وكأنها صدمة. وتضيف (ليونز) بأنه يمكن استخدام الأسلوب الهادئ، كما هو الحال في النموذج أدناه الموسوم بـ "علامة السجاد"، حيث تصور البداية المستهلكين وهم يتبضعون وهذا ما يلحق نوعاً من التوحد بينهم وبين ما يشاهدونه:

"علامة السجاد"

المذيع: تفضل يا (ليد)

إن السجاد اليدوي جميل ومريح ... لكن بعضه صوت مسجل يتضمن خفائاً إنها حياة أطفال صفار جداً.
إنه جهد طفولي غير شرعي... إنه نوع من العبودية. هذه هي مشكلة هذه الصناعة.

كيف يمكنك عدم دعم هذه الظاهرة؟

إن محررة تقارير المستهلكين (بولا ليونز) استقصت هذه الظاهرة في برنامجها الموسوم "علامة السجاد"

ليد: تفضلي يا (بولا) ستترك هذه العلامة أثراً سلبياً على السجاد.

سيقول مساندي هذا المنتج بأن الأطفال لم يجهدوا أنفسهم في إنتاجه. ولكن هل بإمكان أي منهم أن يضمن ذلك؟ هناك شكوك تحوم حول هذه الصناعة.

(صوت مسجل)

إذا نظرت إلى هذا المنتج فستدهش لجمال ولسعر البعض منه.

صوت مسجل: "هل سبق وأن اشتريت مثل هذا المنتج بسعر أقل؟"

والآن، هناك شيء آخر يثير القلق... هل ساهم الأطفال بصنع هذا السجاد؟ تذكر بعض التقارير بأن هناك مليون طفل تحت سن الرابعة عشرة في الهند وباكستان وإيران

يعملون ساعات طويلة، وفي ظروف نفسية، في نسج السجاد لقاء أجر زهيد و أحياناً بلا أجر. أخذت بعض العوائل الفقيرة جداً في بيع أطفالها إلى تجار صناعة السجاد.

صوت: "يدفع رجال الأعمال أجوراً زهيدة جداً إلى عوائل الأطفال من أجل سحب الأطفال منها. غالباً ما ينام الأطفال أمام آلات الحياكة عبودية مهنية". انضمت مجموعة من الناشطين الهنود الذين لندا كولودنر يحاولون إنقاذ الأطفال من عواقب هذه الصناعة، انضمت إلى منظمة (اليونيسيف) ومنظمة العمل الدولية وغيرها من المنظمات الإنسانية للفت أنظار العالم إلى ظاهرة إساءات استخدام الأطفال.

صوت مسجل: "ما نريد أن نفعله هو تثقيف المستهلكين من أجل جعلهم يختارون السجاد الذي لم يستنزف طاقات الأطفال".

ما هو الحل؟ ستظهر علامة تجارية على السجاد تقول بأن هذا السجاد لم يصنعه الأطفال وأن المعمل قد تم تفتيشه ولم يعثر على أي طفل فيه.

صوت مسجل: "الكل يتفق بأن فكرة "العلامة" هي فكرة ممتازة، لكن بائعي المفرد غير متأكدين من أن المصانع ستلتزم بوعودها".

"إنك تتكلم عن صناعة انتشرت لتغطي مساحة جغرافية واسعة، وتفتيش هذه الصناعة يتطلب جهوداً كبيرة".

صوت مسجل: "إن التأكد من قيام المصانع بالعمل بالطريقة القانونية ودون تدخلات خارجية هو عمل صعب جداً.

إلا أن مؤيدي هذه "العلامة" سيضغطون على باعة المفرد من أجل إسناد هذا البرنامج.

إنهم يؤكدون ضرورة القيام بهذه العملية وإلا فالنتائج ستكون وخيمة.

صوت مسجل: "هناك العديد من الناس الذين يجنون الأرباح الطائلة من خلال استغلالهم للأطفال".

العنوان:

يبدو أن نجاح أو فشل هذا التقرير يعتمد على بناء الثقة. الآن، يقول باعة المفرد المحليون بأنهم يتقنون بباعة هذا السجاد من تجار الجملة الذين يؤكدون بأن هذه القطع من السجاد ليست من صنع الأطفال. على كل حال، لقد كان لظهور هذه "العلامة"

تأثير إيجابي، حيث أخذ البعض يقول بأن هذا النوع من السجاد سيتوفر في المحلات التجارية في بداية الخريف القادم.

المعلومات Input

يتواجد الكثير من المذيعين والمراسلين في البرامج الإخبارية، هذا بالإضافة إلى الأفلام وتسجيلات الفيديو والأشرطة الصوتية. وهناك أشكال كثيرة لتسجيلات الفيديو منها أشرطة دون صوت وأشرطة صوتية وأصوات من خارج الكاميرا والصور وغيرها من التقنيات. وتقدم بعض الشبكات الإخبارية من أنحاء مختلفة من بلد معين ومن أنحاء العالم، تسمى الأخبار التي تغطي الحادث أثناء وقوعه بمصطلح (remote). ويقوم المراسل التلفزيوني ببث الخبر مباشرة من مكان الحادث عن طريق جهاز (المايكروويف) الذي يعني (المتناهية الصغر). هناك بعض أجهزة البث الفضائي التي تسمح للمراسل بإرسال الخبر مباشرة إلى أجهزة الاستقبال الفضائي التي تستقبل وتبث حتى الأخبار المرسلة من المحطات المستقلة يمكن للمحطات الإذاعية أن تستخدم جهاز (المايكروويف) أو جهاز الاستقبال الفضائي، وربما تستخدم أيضاً الاتصالات الهاتفية. وتتميز الأخبار المرسلة من مكان الحادث بالمصادقية والتلقائية وبالاقتصاد في الوقت.

الجانب السمعي في الراديو Radio: Audio

كتابة الأخبار الإذاعية أقرب إلى كتابة التقارير الصحفية من كتابة الأخبار التلفزيونية. التقرير الخبري التلفزيوني يظهر الحادثة كما هي، بينما يتضمن التقرير الإذاعي كتابة وصفية أكثر، وبخاصة الوصف الشفوي للمشاهد والناس والأفعال. وعلى الكاتب الإذاعي أن يخلق صوراً كلامية مجسدة للأحداث. يشاهد المشاهدون على شاشة التلفزيون الأشخاص الذين تتم مقابلتهم، بينما في الراديو يشخص المستمعون تلكم الأشخاص من خلال أصواتهم. ويتوجب على الخبر الإذاعي احتواء خلفية سمعية - أصوات الحادثة والناس ذات العلاقة. وتقدم بعض البرامج الخيرية الإذاعية بتجسيد الخبر عن طريق استخدام المؤثرات الصوتية التي توضح الخلفية.

المؤثرات البصرية في التلفزيون Television: Visuals

عليك أن تتذكر بأن الصورة هي أهم شيء في التلفزيون. لا تتلف الكلمات

التمينة على أشياء يشاهدها المشاهدون. إن الكاتب التلفزيوني، على العكس من الكاتب الإذاعي، لا يخلق الصور الكلامية لكنه يؤكد الصور المرئية. اعرض ما يحدث ولا تروي عنه أبدا. لا تحاول أن تغطي بالوسائل المرئية الكثير بسرعة لأن المشاهدين يحتاجون إلى بعض الوقت لاستيعاب المعلومات التي تقدمها لهم. على العموم، اترك الصورة على الشاشة لمدة لا تقل عن ثلاث إلى خمس ثواني أو أطول، طبعاً يعتمد ذلك على أهمية الخبر، وإلا يأخذ المشاهدون بتوليف (montage) الصور السريعة دون تركيز. وعندما تريد أن تخلق مزاجاً ولا تقدم معلومات، فأسلوب التوليف يحقق النجاح المطلوب. وعندما تبني عناصر الخبر فإنك تواجه مسألة شاقة. أنت تعرف منذ البداية ماهية الخبر حسب ما استلمت من المراسلين، لكنك لا تستطيع أن تبدأ بكتابة النص دون معرفة ما هو متوفر من وسائل الإيضاح في الاستوديو، وبالتالي تختار الوسيلة التي ستستخدمها. بعد عملية الاختبار يمكنك أن تبدأ بكتابة الخبر. لا تستخدم وسائل الإيضاح لأجل التمييز والتزيين فقط، بل عليك أن تجعلها جزءاً لا يتجزأ من القصة الخبرية، لا بل تجعلها تروي الخبر دون كلام. أحياناً، وبخاصة في المحطات الصغيرة المستقلة، قد تواجه مسألة عدم وجود وسائل الإيضاح الكافية، حاول هنا أن تفتش عن وسائل الإعلام التي تؤدي الغرض نفسه من مصادر أخرى مثل الصور والرسومات التوضيحية التي يمكن أن يقوم بها الفنانون المتواجدون في المحطة. عندما تستعمل التسجيلات الموحية بالأعاصير، على سبيل المثال، فعليك أن تختار أصوات الأعاصير الموجودة في المكتبة الوثائقية للمحطة، أصوات الأعاصير التي سمعها الناس فعلاً في تلك المنطقة في السنة الماضية. التوقيت مسألة مهمة بالنسبة للكاتب. تأكد من أن كل وسيلة يجب أن تستخدم في وقتها المناسب، ثم تأكد من طول أو قصر الشريط. على الكاتب أن يهيئ القصص ذات الأزمنة المختلفة للفقرة الأخيرة من البرنامج. إن طول أو قصر البرنامج تحدده المادة المعروضة.

إعادة الكتابة Rewriting

إن إحدى واجبات كاتب الأخبار، وبخاصة على المستوى المحلي، هي إعادة الكتابة. أحياناً تعتمد المحطات الصغيرة التي لا يوجد فيها كادر من الموظفين الذين يقومون بمهمة جميع الأخبار، على الأخبار الكابلي. ويقوم المذيع بتحرير القصص

الإخبارية التي يمكن تحويلها من أجل تغطية الأخبار المحلية، آخذاً بنظر الاعتبار تأثير هذه الأخبار على المجتمع الذي يعيش فيه.

إن كاتب الأخبار الذي يعمل في أي محطة، يحاول إيجاد حلقة وصل بين ما يريده المستمعون أو المشاهدون وبين تطلعات تلك المحطة. وهذا يعني أنه لا بد وأن يعيد صياغة الأخبار التي لم تجمع محلها. مثلاً، نلاحظ أن القصص الإخبارية التي تتعلق بالاقتصاد الوطني قد تكتب من جديد لكي تعكس علاقتها بالاقتصاد المحلي وظروف العمل أو مصالح اتحاد العمال في تلك المنطقة. ربما يكون التحديث (updating) هو أكثر أشكال إعادة الكتابة شيوعاً. إن القصة المهمة لا تتلاشى بعد بثها. ومع ذلك، فإن بث قصة معينة بحذافيرها في نشرات الأخبار اللاحقة من نفس اليوم قد يبعد المستمعين عنها، وبخاصة المستمعين الذين استمعوا إليها أكثر من مرة. إن هؤلاء المستمعين قد يستنتجون بأن تلك المحطة لا تبث إلا الأخبار البالية والمبتذلة. وينبغي عليك أن تفتش عن العناصر الأساسية عندما تريد تحديث القصص الإخبارية. عليك أولاً أن تتأكد فيما إذا كانت هناك أخبار جادة إضافية أو أية معلومات حقيقية يمكن إضافتها إلى القصص. ثانياً، تأكد من أهمية القصة، فربما توجد هناك قصص استقصائية أخرى ألقت الضوء على معلومات إضافية لم تكن متوفرة عند بث القصة التي نحن بصدها. ثالثاً، ربما علق أحد الناس، سواء كان شخصية مرموقة أو مواطن عادي، على خبر معين بعد بثه مباشرة، هنا يمكنك أن تضمن هذه التعليقات في قصتك الخيرية ويفضل أن تبث تلك التعليقات من خلال مقابلات سجلت مع تلك الشخصيات. رابعاً، إن طبيعة أي قصة إخبارية هي أن تكون لها علاقة بأحداث أخرى حدثت في ذلك اليوم. إن تحديثك يمكن أن يتضمن مواد جديدة تبين أبعاد هذه العلاقة. خامساً، ويجب أن نعاد كتابة القصة من أجل توجيهها إلى مستمعين معينين في أوقات معينة. إن الشخص الذي تهيأ للخروج للعمل أو الذي يصغي إلى أخبار الإذاعة وهو يسوق سيارته في طريقه إلى مكان العمل، قد يكون هذا الشخص مهتماً بأخبار معينة تختلف عن تلك التي يهتم بها شخص آخر جالس في بيته. إن لأخبار المساء جمهورها الخاص ولأخبار الظهيرة كذلك. وأخيراً، أعد كتابة الخبر حتى وإن لم تكن هناك معلومات إضافية، فإعادة الكتابة تضفي عليه التويع وتبعده عن الرتابة. إليكم هذا النموذج الذي يتضمن أخباراً أجري عليها التحديث:

الساعة السادسة صباحاً: (إعادة كتابة خبر سابق): "اليوم هو الاثنين / أول اثنين من شهر تشرين الأول... هذا يعني أن المحكمة العليا الأمريكية ستبدأ جلسة جديدة. ستستمع المحكمة إلى ثلاث قضايا جديدة عن موضوع الإجهاض. يشعر البروفيسور (لورنس ترايب)، أستاذ القانون في جامعة هارفرد بأن المحكمة قد تحاول تجديد (رو) من وسائل الدفاع. " (تسجيل ترايب) الساعة السابعة: (تحديث): "اليوم هو الاثنين، أول اثنين من شهر تشرين الأول... ستبدأ المحكمة الكبرى فصلاً جديداً. ستعقد المحكمة في ثلاث قضايا.. كل قضية تستهدف تحديد حق النساء في الإجهاض."

السابعة والنصف: (تحديث): "ابتدأ فصل جديد بالنسبة إلى المحكمة الكبرى... ويتوقع من القضاة أن يركزوا في موضوع الإجهاض."

صباح الخير. هناك ثلاث قضايا متعلقة بالإجهاض أمام المحكمة ... اثنان منها متعلقة بموافقة أو معرفة الآباء ... القضية الثالثة متعلقة بقرار أصدرته محكمة (البنوي) يفرض على عيادات الأطباء أن تكون مزودة بالأجهزة وكأنها مستشفيات. لقد اعتبر ذلك القرار غير دستوري من لدن المحكمة الاستئناف الفدرالية."

الساعة الثامنة والنصف: (تحديث): "الإجهاض". الحق في الأمور الشخصية. الحق في الموت ... فقط ثلاثة أمور ستعقد فيها المحاكمة العليا في الولايات المتحدة عند افتتاح فصلها الجديد. صباح الخير. يعتقد العديد من المراقبين بأن المحكمة ستعطي صوب الآراء المحافظة. أحد هؤلاء المراقبين هو أستاذ القانون في جامعة هارفرد، البروفيسور (لورنس ترايب)... ستعقد المحكمة أيضاً في موضوع سلطة القضاة فيما يخص قضايا محاربة التمييز العنصري وبموضوع اسكن الجماهير في (يونكرز) في ولاية نيويورك.

اعتبارات خاصة Special Considerations

من الأمور التي تشغل بال الملونين والنساء والتجمعات العرقية والفئات الأخرى في المجتمع الأميركي هي قلة وجود التغطيات الإخبارية المتعلقة باهتماماتهم وحاجاتهم. لقد رفعت شكاوى عديدة من هيئة الاتصالات الفدرالية (FCC) تبين فشل المحطات في سد حاجات هذه الشرائح الاجتماعية من حيث كمية ونوعية الفقرات الإخبارية الموجهة إليهم. ويقول العديد من الصحفيين، وهم يحاولون تفسير هذه الظاهرة، بأن ذلك يرجع إلى الصعوبة التي يواجهها الصحفي غير المنتمي إلى مثل هذه الشرائح في فهم مشاكلها. ونشرت المراسلة الصحفية (مارثا برادلي) مقالة عنوانها "الظلم العرقي في وسائل الإعلام تقول فيها: "في غرف تحرير الأخبار التي يتواجد فيها الإعلاميون البيض، نتعاطف مع الإنسان القريب منا. لقد قضيت عشر سنوات في بوسطن عملت خلالها مراسلة صحفية. أتذكر خلال هذه الفترة مجرد القليل من الأمثلة التي صورنا فيها بعض الضحايا من الأقليات الذين كانوا يمانون من الدخل المنخفض ومن المناطق التي كانوا يعيشون فيها والتي كانت مليئة بالجرائم. بينما قمنا في الوقت نفسه بالتغطية الإعلامية لمجموعة لا تعد ولا تحصى من البيض الذين كانوا يمانون من مشاكل معينة وقمنا بتصوير معاناة عوائلهم أيضاً. إن تسليط الضوء الإخباري على الأقليات يتطلب التعاطف مع تلك الفئات والتحسس الحقيقي لتاريخها وثقافتها ومشاكلها وآمالها. ومن الضروري أن تكون قريباً من تلك الفئات لكي تفهم مشاكلها وبالتالي تكتب الخبر المؤثر عنهما. ويذكر أن مخرج الأخبار التلفزيونية (روبرتريد) قال مرة بأن "المراسلين أو الكتاب السود غالباً ما يقدمون وجهات نظر أكثر موضوعية من تلك التي يقدمها البيض. إننا غالباً ما نجري المقابلات مع رجل الشارع العادي ولا نجريها مع السود. وإذا كان المرسل الصحفي اسوداً من المحتمل أنه سيقابل البعض من السود". لقد قيل الشيء نفسه بالنسبة للنساء والمجاميع الأخرى فيما يخص الأخبار الصحفية.

إن حل هذه المشكلة يتطلب أمرين: توفير الفرص العادلة للكاتب - المراسل للحصول على أنواع القصص الإخبارية وإدراك حقيقية أن الكاتب المراسل المنتمي إلى فئة معينة يمكن أن يتحسس. وبالتالي ينطوي أخبارها أفضل من المراسل البعيد عن تلك الفئة. ويجب على الكاتب الإخباري، حاله حال كاتب الإعلانات، أن

يكون ملما بحاجات ومواقف ومشاعر وتطلعات المجموعة التي يكتب عنها وكذلك بحاجات ومشاعر المشاهدين أو المستمعين. إن تأثير خبر معين على مجموعة معينة من الناس غالباً ما يهمل باستثناء كون ذلك الحدث الإخباري متعلق مباشرة بتلك المجموعة. المثل التالي يوضح كيف أن الأخبار العامة يمكن أن تكتب لتتضمن أو لتوجه إلى مجموعة معينة من الناس. الخبر تبثه الشبكة الوطنية للسود (NBN):

الخامس من تشرين الثاني، الساعة الثامنة مساءً، إن موقف الإدارة تجاه بطالة السود هو موقف قاسي وسوداوي وظالم... أنا محدثكم رون كنك من الشبكة الوطنية للسود في نيويورك. إشارة إلى موقف الإدارة هذا (بارن ميجل) ممثل ولاية (ميريلاند) في مجلس الكونغرس والذي تحدث أمام اللجنة الاقتصادية المشتركة في مجلس الكونغرس في واشنطن، بعد أن أميط اللثام عن أرقام جديدة عن البطالة. هاجم (ميجل) بشدة الإدارة لسياستها التي أدت إلى زيادة معدلات البطالة. إن الأرقام اليوم تشير إلى ارتفاع الرقم الوطني من عشرة فاصل اثنتا عشرة إلى عشرة فاصل أربعة، بينما رقم بطالة السود هو عشرون فاصل اثنتان. ويقول عضو المجلس (ميجل) بأن هذا الأمر غير معقول ومؤلم."

اعتبارات قانونية Legal Consideration

على الرغم من أن قانون الاتصالات لعام 1943 المعدل يمنع وكالة الاتصالات الفدرالية من الرقابة على البرامج، إلا أن هناك فقرة في هذا القانون تعطي الوكالة الحق في منع كل ما هو بذيء وغير لائق، وهذا ما نجده في الفصل الأول من القانون. إن "حرية الصحافة" التي أعطيت للإذاعة هي غيرها التي أعطيت للصحافة بسبب خصوصية وسائل الإعلام الإلكترونية. إن عدد الصحف التي تنشر خبراً معيناً هو عدد محدود، بينما كان عدد المحطات التي تبث ذلك الخبر محدوداً. لقد شرع قانون الإذاعة عام 1927 بسبب كثرة محطات الإذاعة في ذلك العام والفوضى التي تبعت ذلك. وكان ذلك القانون هو أول أساس شرعي لتنظيم البث الإذاعي. وعلى الرغم من تمتع وسائل الإعلام المقروءة بحرية تامة وفرها لها التعديل الأول لقانون الرقابة، إلا أن الأنباء التي تبثها بعض الإذاعات أثارت المشاكل التي لم تحل إلا في قاعات المحاكم، من ضمنها المحكمة العليا. فقد أخذت المحاكم تفسر فقرات القانون تفسيرات مختلفة من أجل تأكيد ضرورة كون الأخبار "في خدمة الصالح

والذوق العامين، كما هو منصوص عليها في قانون الاتصالات. وأخذت هيئة الاتصالات الفدرالية تصدر القوانين تماشياً مع فلسفة الحزب الحاكم أو سدا لحاجات السوق اعتماداً على بعض الفقرات الموجودة في قانون الاتصالات السلوكية واللاسلكية الصادر في عام 1996. مع ذلك فإن العديد من فقرات القانون التشريعي (statute law) وقانون السوابق (case law) يمكن تطبيقها على ما هو مقروء وما هو مداع. إن أهم فقرات هذه القوانين هي الفقرة المتعلقة بموضوع تشويه السمعة (defamation) الذي يرتكبه بعض المحررين الإذاعيين. هناك نوعان من التشويه، الأول وهو القذف (libel)، والثاني يتم عن طريق الكلمة المنطوقة (slander). ويستخدم القذف (libel) في مجال البث الإذاعي والكتابة الصحفية لأن المحاكم قررت توحيد النظر في القضايا الإذاعية والتلفزيون لأنها تستعمل النص المكتوب لوبالتالي يكون مسموعاً. لقد أصبح الأمر صعباً جداً على المحاكم في تحديد قضايا التشويه، فعلى المدعي أن يثبت بالأدلة القاطعة النقاط التالية: (1) أن سمعته قد شوهت، (2) أن البرنامج الإذاعي قد استهدفه فعلاً، (3) أن مواد التشويه قد بُثت فعلاً، (4) أن المذيع قد استهدف ذلك الشخص المدعي بسبب حقد شخص حقيقي و (5) أن المدعي عانى من أضرار كبيرة بسبب ذلك التشويه الإذاعي. يلاحظ الآن أن كسب أي قضية قانونية من هذه القضايا أصبح صعباً جداً. ومع ذلك، فهذه القضايا تحدث يومياً، وهذا ما يتوجب على المذيع أن يكون أكثر حذراً وأن يتجنب كل نص يستهدف تشويه سمعة الآخرين. إذا شك المذيع بأي فقرة فعليه استشارة المستشار القانوني للمحطة. إن إحدى الامتيازات التي يتمتع بها المراسل الصحفي في الولايات المتحدة والتي لا توجد في بعض الأقطار هي تمتعه بالحرية المنصفة للتعليق على الشخصيات المشهورة، من ضمنهم القادة السياسيين. إن الشخص قد يريح قضية ضد من شوهه شخصياً، أما الشخصية البارزة فتواجه العديد من الصعوبات قبل أن تريح قضية مشابهة، ومن هذه الصعوبات إثبات الحقد المتعمد الصادر ممن شوهه شخصياً، بالإضافة إلى ذلك، يستطيع أي صحفي أن ينتقد أي سياسي، وحتى الرئيس، "انتقاداً عادلاً".

إن النقد العادل يعني بالضرورة التعبير عن الرأي حول شخصية سياسية، سواء كان ذلك الرأي مؤيداً أو محرراً. إن الانتقادات الإعلامية التي توجه إلى رؤساء

الولايات المتحدة، وبخاصة تلك الانتقادات الشخصية التي قامت بها وسائل الإعلام ضد الرئيس بل كلنتون، قد تضع مثل هؤلاء الصحفيين في السجن في بعض الأقطار الأخرى. وفي عام 1995، انتشر موضوع فرض الرقابة على الانتقادات الشخصية. فقد اقترحت السلطة التشريعية في كومبوديا إصدار قانون يسجن بموجبه أو يفرم الصحفيون الذين تعتبر تقاريرهم مشوهة لسمعة زعماء البلد. إلا أن الملك (سيهانوك) نفسه اعترض على ذلك المقترح وصرح بأنه "لا يعاقب أو يساق إلى المحاكم أي صحفي ... بسبب تهم وجهها إليّ، سواء كانت تلك التهم غير عادلة أو مهينة". هناك مسألة أخرى تحتم على الإعلامي أن يكون حذراً فيها، ألا وهي التجاوز على الأسرار الشخصية للآخرين. على الرغم من أن المحاكم عادة ما تعتبر الشخصيات اللامعة خاضعة لكل أنواع الاختيارات الصحفية، مع ذلك فإن التدخل في الحياة الشخصية لأي مواطن عادي جداً قد يؤدي إلى سياق من قام بنشر تلك المعلومات إلى المحاكم. عادة ما تأخذ المحاكم قضية المصلحة العامة أو جدوائية الخبر كعامل دفاع ضد تلك القضية - إلا أن المحاكم لا تنظر بعين العطف إلى القضايا التي تمس المصلحة المادية للآخرين. ولا يسمح للصحفيين بتناول مواضيع شخصية جداً تخص الآخرين، ويدانون أحياناً إذا ما قاموا بالآتي: التجسس على شخص معين، دخول أماكن سكن بعض الناس من أجل أخذ صورة شخصية لهم. أما الجانب الآخر للاحتراق فهو انتحال شخصية آخرين أو تقليد أصواتهم من أجل أغراض تجارية دون الحصول على موافقتهم الشخصية المكتوبة، فالحصول على الموافقة بهذا الخصوص أمر ضروري.

ويوجد في أكثر الدول ما يسمى بـ "قانون الحماية"، الذي ينص على عدم إجبار المراسل الصحفي في الكشف عن مصادر أخباره السرية، إلا أنه يوجد قانون وطني يحمي المراسلين من إجبارهم على كشف المعلومات التي ينتفعون من ورائها. فإذا كان النص الذي تكتبه يتضمن مادة حصلت عليها من مصدر معين ووعدت ذلك المصدر بأنك لن تكشف عنه، عندئذ قد تساق إلى المحكمة، وهنا يكون أمامك خياران: إما أن تسمي ذلك المصدر أو تفرم أو تسجن، ويتولى القاضي تحديد نوع العقوبة.

وتحدث أحياناً مواجهات بين الحاكم وبين مراسلي أو كتاب الأخبار الإذاعية

حول استخدام الكاميرات في قاعة المحكمة. وعلى الرغم من وجود عدد كبير من القضاة والمشرعين الذين منحوا الأخبار الإذاعية نفس الامتيازات التي منحوها للأخبار المقروءة، إلا أنهم لم يسمحوا باستخدام الكاميرات في قاعات المحاكم وأثناء الجلسات القضائية، ولم يسمحوا حتى باستخدام الميكروفونات في العديد من تلك الجلسات. ويستخدم الكتاب التلفزيونيون وسائل الإيضاح المسموعة والرئية كجزء من النص المكتوب، ومع ذلك تبقى المعلومات التي يحصلون عليها محددة وضيقة قياساً بتلك المعلومات التي يحصل عليها نظراؤهم من الكتاب الصحفيين.

ويقرر القضاء، في أغلب الدول، السماح أو عدم السماح باستخدام الكاميرات في قاعة المحكمة. ويأتي هذا القرار بعد موازنة فقرات قانون الرقابة الأول المعدل بالقانون السادس المعدل المتعلق بحقوق المدعى عليه من الحصول على محاكمة عادلة. وإذا قرر رئيس الجلسة السماح باستخدام الكاميرات، فيتم ذلك وفق ضوابط تنظيمية معينة. بسبب الجدل وردود الفعل السلبية التي تمخضت عن محاكمة (أو) جاي. سميسون)، فإن العديد من القضاة والمدعين العامين بدأوا الآن بمعارضة استخدام الكاميرات، على الرغم من أنهم سبق وأن وافقوا على ذلك.

إن أكثر المناطق المحظورة على المراسلين والكتاب هي الحكومة الفدرالية. فعلى الرغم من التعديلات التي أجريت على قانون حرية المعلومات في عامي 1974 و 1976 والتي سمحت، ظاهرياً، للصحافة بتغطية الأنشطة الحكومية، إلا أن هذا القانون تحدد ثانية في عهد الرئيس (ريغان) وأضيفت إليه بعض الاستثناءات التي تمنع المراسل أو الكتاب من الحصول على كل التفاصيل المتعلقة بخبر معين مثل التفاصيل المتعلقة بالنواحي الأمنية الوطنية. أو بالوكالات الداخلية الأخرى. وتحاط بعض الوثائق بالسرية التامة انطلاقاً من كون تلك السرية ضرورية لحماية القانون وما يتعلق به من تحقيقات جنائية. و اتضحت خيبة آمال وسائل الإعلام في عدم قدرتها على إظهار الحقيقة عندما أخفى البيت الأبيض والمكاتب الحكومية الأخرى المعلومات الرسمية المتعلقة بقضايا إيران - كوندرا. والمسألة القانونية الأخرى هي القضايا البعيدة عن الحشمة والتي ناقشناها في الفصل الأول تحت عنوان "الموضوع". أما القضية القانونية الأخيرة التي يكون لها تأثير مباشر على كتابتك فهي حقل في حماية عملك. وتستطيع أن تحمي نصوصك الخاصة عن طريق "حقوق الطبع" (للمزيد

من التفاصيل ارجع إلى الفصل الثاني). وتذكر بأن الناس الآخرين يفعلون الشيء ذاته. وتأكد بأنك لا تستخدم المواد التي تعود لفيرك، من كلمات ووسائل إيضاح وموسيقى وأي شيء آخر، في نصوصك دون الحصول على ترخيص قانوني.

الرياضة Sports

إن الكتابة عن الرياضة شبيهة بالكتابة الخيرية حيث يمكن استخدام نفس المبادئ والتقنيات الأساسية لكلا النوعين من الكتابة، إلا أن الأسلوب يختلف. ويتوجب على نشرات الأخبار الرياضية أن تكون أكثر دقة ومباشرة من نشرات الأخبار الاعتيادية، وهذا ما ذكره (بيتر لند) عندما كان مسؤولاً عن الأخبار في وكالة (سي. بي. اس). إن اللغة المستعملة في الأخبار الرياضية هي لغة معكية خالية من التعابير التقنية لكي يفهمها عامة الناس دون إرباك. أما المصطلحات أو التعابير الرياضية فهي ليست مفضلة فقط بل ضرورية من أجل خلق توحيد وتعاطف بين المذيع والمستمعين. ويهم المشجع لفريق معين أن يعرف الفائز والخاسر. ولا تتسى العناصر الدرامية عندما تهم بكتابة النصوص الرياضية.

وعلى الرغم من أن الأقسام المسؤولة عن الرياضة عادة ما تكون تابعة للأقسام الإخبارية، إلا أن الاتجاه الآن يميل نحو استقلالية هذه الأقسام وبخاصة في بعض الشبكات والمحطات الواسعة. كلما صغر حجم المحطة تكون الأخبار الرياضية تابعة لقسم الأخبار. أحياناً ويطلب أحياناً من كاتب الأخبار أن يقوم بمهمة كتابة النص الرياضي، لكن على العموم يقوم المذيع بمهمة جمع الأخبار الرياضية وكتابتها.

النوع برامج الرياضة Types of Sports Program

الأخبار الرياضية الصرفة تركز على تلخيص نتائج الألعاب الرياضية وعلى الأخبار المرتبطة بالرياضة ككل. وتكون بعض نشرات الأخبار متخصصة كلياً في تلخيص النتائج ليس إلا. ويمكن الحصول على المواد الخيرية من الصحف ومن التقارير المحورية أو من مصادر أخرى. وتعاد صياغة هذه المواد بما يتلاءم وهدف البرنامج واهتمامات المستمعين وشخصية المذيع. وتغطي الجولات الإخبارية الرياضية على العموم مساحة زمنية بحدود الخمس عشرة دقيقة، أما الأخبار الرياضية الصرفة

فتكون جزءاً من البرامج الإخبارية الصباحية أو المسائية. ويمكن للبرنامج الرياضي المتكامل أن يتضمن مقابلات مسجلة أو حية مع الشخصيات الرياضية و الأخبار الرياضية المثيرة، لاهتمامات الناس أو بعض القصص عن الأحداث التي لها صلة من قريب أو بعيد بالرياضة (مثل إقامة احتفال معين لمناسبة تقاعد أحد مدربي كرة القدم المشهورين). ويمكن للبرنامج الرياضي أن يجمع ويمزج عدة أساليب مثل النقد والتلخيص أو يركز على موضوع واحد. ومعظم البرامج الرياضية تجمع ما بين التقرير المباشر والتحقيق الخفيف وإن أكثر الأخبار الرياضية شعبية هي التي تتواكب مع البث المباشر للمباراة.

التنظيم Organization

إن تصميم بث الخبر الإذاعي يشابه تصميم البرامج الإخبارية. وإن أكثر الطرائق شيوعاً هي التي تقوم بإعطاء كل النتائج وكل أخبار الموسم البارزة أولاً ثم النزول باتجاه الأخبار الأقل أهمية. وتمتدّ الأولويات إلى أهم الأخبار ما لم تصل فقرة خبرية أخرى تطغى على ذلك الخبر. وعلى العموم، فإن الشكل العام يكون الآتي: إعطاء النتائج أولاً، يتبعه الأخبار العامة (كإصابة أحد اللاعبين مثلاً)

وأخيراً أخبار المستقبل. إذا لم تكن الأخبار المتعلقة بإصابة أحد اللاعبين أو بالمستقبل أموراً عادية، فعلى الأغلب تنصدر هذه الأخبار نشرة الأخبار. عادة ما يكون لخبر نتائج مباراة معينة محلية الصدارة في النشرة والأخبار المحلية الأخرى تسبق الأخبار العالمية والوطنية، وبخاصة في المحطات المحلية. أمامكم الآن نص خبري رياضي في نشرة الأخبار المسائية الأخيرة:

الجانب المسموع / الجانب المرئي

ستجري مباراة البيسبول المفضلة لديكم غداً صباحاً قاعة هول في قاعات هول في منطقة كوبر ستاون من نيويورك في كوبرستاون سيتم بعد انتهاء هذه المباراة تكريم ثلاثة صوت لا يظهر لاعبين مرموقين. سيقوم عضو اللجنة الأولمبية على الشاشة (أي. إيم. اونراوند) بتقديم الجوائز إلى لاعب البيسبول (روجر ستامينا) الذي ضرب الرقم القياسي في صد (1562) ضربة دون أن يصيبه اذى، وإلى لاعب

البيسبول ليفتي لونكارم الذي حاز على جائزة الكف الذهبي ست عشرة من خلال حياته الرياضية لمدة اثنتا عشرة سنة، وإلى اللاعب (بل بولزماشر) الذي حاز على الجوائز المتعددة من كافة أنحاء العالم. يتحدث إلينا هذه الليلة اللاعب (بل بولزماشر) عن حياته الرياضية المتألقة: (في النصوص الإخبارية تكتب الأرقام كما هي، بينما الاتجاه السائد في التقارير الرياضية هو العد الترتيبي " ثالثاً، رابعاً ... الخ ").

لا يزال فريق (بوسطن ريد سوكس) يعاني من صوت مسجل: بولزماشر. المباراة الأخيرة. اليوم خسر مباراة أخرى ثم يتبعه صوت المذيع مع فريق (كليفلاند) في الجولة التاسعة غير مرئي.

أسقط فريق (سوكس) كرتين مباشرة في صوت المذيع فقط مرمى الخصم. خسر اللاعب (جو ويكهاند) الكرة الأولى وأسقط الكرتين الأخيرتين في المكان نفسه، تبع ذلك خطأ ارتكبه لاعب البيسبول (وين بويل). حاول اللاعب (جو ويكهاند) التعويض على أخطائه برمي كرات ثلاث في مرمى الخصم، إلا أن فريق (سوكس) استطاع صد تلك الكرات ينتهي المباراة. كان لنا هذا اللقاء مع مدير فريق (سوكس) هارفرد ستكي: صوت مسجل توجه فريق بوسطن إلى شيكاغو تواً. سيلعب المذيع فريق (سوكس) أربع مباريات خلال ثلاثة أيام.

أما الأخبار الرياضية الأخرى فهي:

بالتيمور 2، ملووكي 1، ديترويت 8، كناس ستي 4، تورونيو 6، سياتل (صفر)، سيلعب المذيع فريق اليانكي وتكساس نكرر هذا المساء المنزل اللاعب (ردين كرف) في الأسبوع الماضي إثر استقالته من نادي (اتلانت بريفير).

هناك مبارتان في هذا المساء بين فريقي لوس أنجلس ونيويورك ميتز.

أما أخبار الكولف لهذا اليوم وقد حقق ارني هاندر نصراً كبيراً.

هناك أخبار حزينة بالنسبة لمحبي سباق الخيل، فقد توفي اليوم (سوفت سترايد)، الحائز على الجوائز العديدة، توفي في (ريبواي مازم) كنتكي وهو في الثانية والعشرين من العمر.

سنعود إليكم ثانية في الساعة الحادية عشرة المذيع لنقدم لكم آخر أخبار الرياضة.

النقل المباشر The Live Contest

ليس من المبالغة في شيء أن ترى في مجلات وصحف الكارتون رجلاً يظل ينظر إلى جهاز التلفزيون لمدة سبع ليالٍ لمتابعة مباريات البيسبول في الصيف ويقضي سبعة أخرى وهو يشاهد مباريات كرة القدم وكرة السلة أو الهوكي في الخريف والشتاء. إن المباراة الرياضية الحية هي أكثر البرامج الرياضية شعبية وإثارة. وعلى الرغم من أن المشاهدين الذكور هم أكثر من المشاهدات، إلا أن هناك العديد من النساء المغمرات أيضاً بمشاهدة المباريات الحية. وعلى الكتاب والمخرجين والمذيعين أن يحددوا جنس المشاهدين من نساء أو رجال في منطلقتهم لكي تكون البرامج المقدمة مفهومة وبالتالي مؤثرة. إن أكثر الأخبار الرياضية التلفزيونية تكون جذابة ومفهومة للمشاهدين وتتضح أهمية الأخبار الرياضية التلفزيونية من خلال برنامج (Monday night Football) الذي ظل ولا يزال البرنامج المفضل للمشاهدين الذكور منذ بدايته في العام 1969. أما البرامج التي تفضلها النساء فهي برامج رياضة التزلج. إن أغلب الإعلانات التي تروج للبرامج الرياضية تركز على المشاهدين الشباب، مع ذلك، أثبتت الدراسات بأن كبار السن هم أيضاً مشاهدون متحمسون لبرامج الألعاب الرياضية، وبخاصة الألعاب التي استمروا في ممارستها مثل لعبة الفولف.

وهناك بعض الاختلافات بين مهمات مذيع الأخبار التلفزيوني ومهمات المذيع الإذاعي حيث يكون المذيع التلفزيوني مجرد راوية للخبر الرياضي، بينما المذيع الإذاعي يضيف الشروحات والنكهة إلى الأخبار. كذلك الحال بالنسبة لكتاب الأخبار. فالكتاب يوفر المواد للبداية والانتقال والنهاية بالإضافة إلى اللامعات الترفيهية والخلفية. وتتضمن المواد الخلفية المعلومات المتعلقة بطرؤف ما قبل الحادث والإحصائيات والخرائط والموقع الجغرافي للحدث وتاريخه وسير المشاركين فيه، وكل ما يضاعف من اهتمام المشاهدين أو يوضح الحدث إليهم. ويجب أن تهيأ وتحضر هذه المواد مسبقاً ويجب أن تقدم إلى المذيع حالماً يحتاجها. لذلك تكون مهمة الكتاب بالنسبة للمباراة الحية شبيهة بمهمة الباحث الأكاديمي. فالنص الخبري يكون أوسع قليلاً من ملخص البحث، كما يحتوي على الإحصائيات والمعلومات الشخصية وبعض الفقرات التي تصف الخلفيات وبعض الأمور التي جرت قبل المباراة مثلاً وبعدها، والبداية والنهاية وتوقف الإعلانات. عندما ينهي المذيعون صيغة التصميم الأخيرة، يقدمون بعدئذ المواضيع

غير الإخبارية كالفواصل الإعلانية. وقد يعتمدون على الملخصات، كما تشاهدون ذلك في المثال التالي المتعلق بإحدى مباريات كرة السلة - إنه مجموعة من الملخصات المستمدة من العديد من المحطات التجارية.

ملخص محطة (ملناتي كرافس)

الاستوديو: 1:00 الافتتاح، لوحة إعلانات

لقطة بعيدة 1:20 أشخاص موهوبون يظهرون على الشاشة

الاستوديو: 2:00 الموضوع الأول

السلام الجمهوري، اللاعبون بداية الربع الأول

الاستوديو 1:30 الموضوع الثاني

الاستوديو: 2:00 الموضوع الثالث

الاستوديو: 1:00 نهاية الربع الثاني

الموضع الرابع

الاستوديو 1:30 بداية الربع الثاني

الموضع الخامس

الموضع السادس

نهاية الربع الثاني

(تبت خلال فترة الاستراحة أربعة إعلانات وموجز للأنباء بالصيغة التالية:

كانت نتائج المباراة للفترة التي شاهدتموها كالآتي: سيعود إليكم محدثكم

(نورم نتجوك) على القناة الإخبارية رقم (84).

كونوا معنا

الاستوديو 1:30 بداية الربع الثالث

الموضع الحادي عشر

الاستوديو 1:30 الموضوع الثاني عشر

الاستوديو 1:30 نهاية الربع الثالث

الاستوديو 1:30 الموضوع الثالث عشر

الاستوديو 1:30 بداية الربع الرابع

الأستوديو 1:30 الموضع الرابع عشر
الأستوديو 1:30 الموضع الخامس عشر
نهاية المباراة
الأستوديو 1:30 الموضع السادس عشر

.....
(هنا يثبت إعلان لأحد برامج المحطة. آخر الأخبار الذي يتزامن مع نهاية المباراة.
نص آخر الأخبار كالآتي): كانت نتيجة المباراة . سنعود إليكم ثانية
لإعطائكم التفاصيل. الآن عنا نستمتع إلى نشرة الأخبار التي يقدمها (نورم نو
نموك) و (جاكولين جرنلست) حيث سيوافوننا بأهم الأخبار هذا المساء.

إكمال العدد وتهيئة الطبع

(إليكم نموذج لفصل إعلاني مكتوب للصفوة من الناس وإلى المنتج والمخرج)

المسموع المرئي

هذه هي كل الرواية. التحقوا بنا صورة المذيع على الشاشة ليلة الخميس القادم
عندما تكون هناك مباراة التحدي بين فريقي (كرافس) و(فلانجلس سكاير
ووكر) في هذا المكان - قاعة ميلاني للألعاب الرياضية.

أخرج هذا البرنامج (جم درويشون) من القناة (84) المذيع مرة ثانية، إن النتيجة
النهائية هي . نتيجة المباراة هنا محدثكم (سام سلامدنك)، يودعكم من
القاعة

الرياضية. ندعوكم لمشاهدة نشرة الأخبار الأخيرة لقناة (84) يتبعها برنامج (لي
سكربلر) . طاب مساؤكم.

إن الملخص التالي المتعلق بأخبار لعبة الهوكي هو أكثر تكاملاً من الأمثلة الأخرى. حيث يتضمن التصميم العام للافتتاحية والختام والإعلانات، وهذا ما يسهل مهمة المذيع من حيث التوقف لمسح المجال لبث الإعلانات. وقد صمم الشكل العام للافتتاحية والختام بشكل يسمح بإضافة إعلانات الشبكات الكبرى أو إعلانات المولدين المحليين دون أي إرباك لانسياب البث.

لوحة إعلانات عن مباريات الهوكي

موسيقى البرنامج

المذيع: أمامك الآن أسرع فريق هوكي في العالم ... سيلعب فريق الهوكي مباراة مهمة ضد فريق أسماء الفريق

موسيقى البرنامج

المذيع: هذه سلسلة من المباريات أخبار (سي. بي. اس) المثيرة التي ستشاهدها مساء كل ثلاثاء من هذا الموسم...

ما نقدمه لكم هو جانب من "أفضل أخبار" برنامج "أفضل أخبار" شبكة (سي. بي. اس.) التي تغطي أخبار الاتحاد الوطني للهوكي الرياضة على مدار السنة

موسيقى البرنامج

هذه أهم مباريات الموسم التي ترعاها الاتحاد الوطني للعبة الهوكي والتي تنقل إليكم من قاعة..... اسم القاعة

المذيع: تهيؤوا الآن لمشاهدة المباراة بين فريقتي و يقوم بوصف ونقل أسماء الفريقين المباراة و..... . الآن دعونا نذهب إلى (اسم القاعة)

موسيقى البرنامج

إعلانات

تشاهدون الآن أحد مباريات الهوكي الأكثر تنظيمًا وأهمية لهذا الموسم.
موسيقى

اليوم تجري مباراة مثيرة بين فريقى و اسم الفريقين

في قاعة اسم القاعة

ندعوكم للاستمتاع معنا مساء السبت القادم

بمشاهدة أكبر مباراة اللعبة الهوكي...

سنقوم بنقل المباراة بين فريق وفريق التي ستقام على قاعة.....

موسيقى البرنامج

قام المذيعان و بنقل مباراة اليوم، أسماء المذيعين وكان ذلك

برعاية قسم الأخبار الرياضية لشبكة (شبكة سي. بي. اس)

موسيقى البرنامج

.....

تصميم عام لإعلان عن لعبة الهوكي

قبل الافتتاح - "ستبدأ المباراة بعد قليل في قاعة وسنوافيكم بأخبارها".

(إعلان لمدة دقيقة).

الفترة الأولى - يعرض خلال هذه الفترة إعلانا لمدة عشرين ثانية"

الصفير يعم القاعة الآن والأهداف هي مقابل.....

التوقف الأول - عشرون ثانية، التوقف الثاني - عشرون ثانية،

التوقف الثالث - عشرون ثانية.

نهاية الفترة - "هذه نهاية الفترة الأولى والأهداف هي مقابل

فترة الاستراحة الأولى - "بعد قليل سنقدم لكم كل ما يسليكم".

(إعلان لمدة دقيقة).

الفترة الثانية - يعرض خلال هذه الفترة إعلانا لمدة عشرين ثانية.

"الصفير يعم القاعة الآن والأهداف هي مقابل.....".

التوقف الأول - عشرون، ثانية، التوقف الثاني - عشرون ثانية،

التوقف الثالث - عشرون ثانية.

نهاية الفترة الثانية - "بعد قليل سنقدم لكم كل ما يسليكم".

قبل الفترة الثالثة - "بعد قليل ستبدأ الفترة الثالثة هنا في (اسم القاعة)

وسنوافيكم بأخبارها". (إعلان لمدة دقيقة)

الفترة الثالثة - يعرض خلال هذه الفترة إعلاناً لمدة عشرين ثانية.

“الصفير يعم القاعة والأهداف مقابل

التوقف الأول - عشرون ثانية.

نهاية الفترة الثالثة. “هذه هي نهاية المباراة والنتيجة مقابل

(إعلان لمدة دقيقة).

“قبل أن نودعكم نود أن نخبركم بالنتيجة النهائية وهي مقابل

التطبيق والمراجعة Application and Review

- 1- اقطع الأخبار الواردة في الصفحة الأولى لجريدتك المحلية وقم بترتيبها لتكون مادة لنشرة أخبار مدتها نصف ساعة. وحاول إتباع كل من الأساليب التالية:
الأسلوب الموضوعي، الجغرافي، الدولي، الوطني والمحلي.
- 2- باستخدام نفس المادة الإخبارية، أكتب نصاً كاملاً لبرنامج إخباري إذاعي متبوعاً أحد أساليب التنظيم الواردة في تمرين (1).
- 3- بناءً على نفس المادة الإخبارية، اكتب نصاً لبرنامج إخباري تلفزيوني مدته نصف ساعة مستخدماً الفيديو والأشرطة والصور والرسومات ومواد بصرية أخرى تراها مناسبة.
- 4- قارن بين النصين للراديو والتلفزيون، تمرين (2) وتمرين (3). هل هي مختلفة بشكل كافٍ وتعكس خصوصيات كل واحدة من الوسيطتين.
- 5- أعد كتابة النصوص الإخبارية الواردة في تمرين (3) وتمرين (3) لبثها لمجموعة عرقية أو ثقافية محددة في المجتمع.
- 6- هل تعاملت بشكل مناسب مع قضايا المرأة والرجل في النصوص الإخبارية؟ وكيف يمكنها إعادة صياغتها لعلها مناسبة أكثر.

برامج التحقيقات العامة والبرامج الوثائقية

Features and Documentaries

عادة ما تقع برامج التحقيقات العامة (Features) والبرامج الوثائقية (Documentaries) تحت إشراف قسم الأخبار التابع لمحطة التلفزيون أو الإذاعة أو شبكة الأخبار. وتتعامل هذه البرامج مع الأخبار والمعلومات والآراء. حيث تغطي الأحداث والأفكار الجارية أو التاريخية. ويمكن أن تكون هذه البرامج الإخبارية والموثقة ذات مضمون أكاديمي أو ثقافي، ويمكن أن تتضمن حتى القضايا المطلقة غير المحددة بزمن معين. ويعتبر بعض رجال الإعلام والنقاد البرامج الوثائقية أعلى شكل من أشكال فن المعلومات والأخبار. حيث تقدم المعلومات ووجهات النظر. ويؤثر البرامج الوثائقية الجيدة تأثيراً كبيراً على الظواهر الاجتماعية أو الاقتصادية وحتى على الأمور التشريعية في المدينة أو الإقليم أو البلد. وعند دراستك لتاريخ وسائل الإعلام والإنتاج أو الكتابة، ربما قرأت الكتاب الموسوم بـ "حصار العار" لمؤلفيه (ادورد آر. مرو) و (فريد دبليو. فريندلي) الذي يوثق المصائب التي عاشها العمال المهاجرون في الولايات المتحدة. وقد كان لذلك الكتاب أثر كبير على الجماهير وأشاد به الكثير من حيث الأثر الذي تركه على تشريع القوانين التي تحمي العمال المهاجرين. وأحياناً يعرف هذان النوعان من البرامج تعريفاً واحداً، فيقال إنهما النمطان البرامجيان اللذان يتعاملان مع الأمور غير الخيالية ويقدمانها على شكل

أخبار مباشرة أو مقابلات أو نقاشات. وفي هذا الكتاب نعرف "برامج التحقيقات العامة" بهذه الطريقة: إنها البرامج التي لا تعالج القضايا المثيرة للجدل ولا تعرض أية وجهة نظر حيال أي موضوع. أما البرامج التي تتعامل مع مثل هذه القضايا فنسميها بـ "البرامج الوثائقية". ويجب على الكاتب الذي يبغي إعداد برنامج وثائقي أن يعيش مسألة معينة ويتعاطف معها من أجل تحفيز المشاهد أو المستمع على اتخاذ إجراءات عملية لمعالجتها.

إن برامج التحقيقات العامة، وحسب مفهومنا له، هي تقرير عن حادثة أو موقف أو شخص أو فكرة. إذا تصادف أن يكون ذلك الشخص دون مأوى وأن يكون البرنامج دافعا لأخذ الإجراءات اللازمة لمعالجة مشكلة عدم توفر السكن لبعض الناس، فالبرنامج يتحول من "خانة التحقيقات" إلى "وثائقي". إن الخبر الذي يغطي إنجازات شركة صناعية معينة هو "تحقيق عام"، أما الخبر الذي يركز على قضايا المشاركة في الأرباح وخطة توزيع الأسهم بين العاملين في تلك الشركة، هذه القضايا التي يجب أن تقتفي أثرها الشركات الأخرى التي يعاني العمال فيها من الأجور الواطئة وظروف العمل الصعبة، فهو خبر "وثائقي" ويمكن أن يغطي التحقيق "العام" رحلة سياحية للمتمتع بمشاهدة أوراق الخريف في (نيو انكلاند) أو حديقة الحيوانات أو إحدى السواحل السياحية. أما الخبر الذي يركز على الأمطار الحمضية أو على عدم الاهتمام برعاية الحيوانات أو الأمراض السرطانية المتأثرة من التعرض لأشعة الشمس، فهو خبر "وثائقي". يمكن للتحقيق العام والخبر الوثائقي أن يعرضاه عرضا قريبا شيقا ولكن يبقى الاختلاف حاصلا بينهما من حيث هدف المضمون. أحيانا يخلط بين الخبر عن "حادثة معينة" وبين الخبر "العام". على الرغم من أن الخبر العام هو خبر ذو مضمون مبرمج وموجه إلى محطة أو شبكة معينة، إلا أن خبر "الحادثة المعينة" هو خبر ذاع دون أي تخطيط مسبق من أية جهة، إنه قريب من الأخبار المباشرة غير المتوقعة، بينما الأخبار "العامة" و "الموثقة" عادة ما يخطط لها مسبقا.

إن خبر "الحادثة المعينة" يمكن أن يكون حول زيارة قام بها أحد رؤساء الدول إلى مدينة معينة أو حول حفلة أقيمت في نهاية الأسبوع أمام قاعة المدينة الكبيرة، أو بمناسبة حفل الأساس لمجمع سكني أو العرض الأول لفيلم جديد بحضور ممثليه، أو حتى افتتاح أحد الأسواق الكبيرة. من جانب آخر، قد يغطي التحقيق العام

الأعمال الخدمية التي تقدمها إحدى المؤسسات الصحية كمؤسسة مكافحة مرض الإيدز، أو الخدمات التي تقوم بها دائرة مكافحة الحرائق أو أنشطة إحدى المدارس أو الاقتراحات التي قدمتها بعض الجهات لبناء البيوت مقاومة للفيضانات التي تجلبها الأعاصير أو أمور أخرى تمتد من تربية الدجاج إلى اختيار بعض الموظفين. إن ما يميز الأخبار الموثقة هو تقديمها وجهة نظر معينة حول موضوع معين.

وذكر (دون هيوت)، معد برنامج "ستون دقيقة" قائلاً: "إن سبب نجاح برنامج ستون دقيقة يعود إلى استثمار التقارير التقليدية الجيدة مع مقابلة الناس الذين لهم القدرة على رواية الأخبار وهو بذلك لا يعتمد اعتماداً كلياً على بث الأخبار عن قضية معينة فقط". إن رواية الأخبار تتجاوز حدود التقارير الإخبارية. وتمتلك التحقيقات العامة أو "الأخبار الوثائقية" الجيدة ما لا تمتلكه أخبار "الحوادث الآنية" أنها تمتلك: الدراما والعمق والتوحد العاطفي بين المشاهدين أو المستمعين وبين الموضوع. لا تحتوي بعض أخبار "الحوادث العامة" على حدود زمنية معينة. إن زمن أخبار "التحقيقات العامة" يتراوح بين ثلاثين ثانية، كما هو الحال في البرنامج التالي الموسوم بـ "نحن الناس"، إلى ثلاثين دقيقة أو حتى ساعة.

نحن الناس:

المسموع

نحن الناس (موسيقى)

المرئية

نحن الناس (رسوم متحركة) 3.5 موسيقى

تبهيت الصورة

صورة (جون آدمز)

تبهيت

كيت سيلفان

تبهيت، ثم ظهور

صورة ثانية لآدمز

العودة إلى الصور المتحركة

"اشتهر (جون آدمز) بكونه الرئيس الثاني للولايات المتحدة، إلا أن إحدى أكبر إنجازاته هي التي قدمها في مكتبه القانون هنا في ولاية ماساشوشس والتي أصبحت مثلاً أفاد منه الدستور الأميركي بعد ذلك بثمان سنوات. على الرغم من أنه كان في إنكلترا عندما نشرت تلك الوثيقة القانونية، إلا أن (جون آدمز) يعتبر من الناس الذين تركوا بصماتهم على دستور الولايات المتحدة.

ونادراً ما تبث البرامج الموثقة من الراديو. وذلك نظراً لكون البرامج الموثقة الطويلة مكلفة مادياً، حيث أصبح الاتجاه العام هو كتابتها لمشاهدي التلفزيون بصورة مكثفة وهذا ما يعرف الآن بـ "البرامج الوثائقية المصغرة" (mini documentary). لقد نجح برنامج "ستون دقيقة" في الترويج لما يعرف بـ "التحقيقات العامة المصغرة" (mini-features) و "البرامج الوثائقية المصغرة" (mini docs) التي تتراوح فترة بثها من (12) إلى (15) دقيقة. في نهاية التسعينات من القرن الماضي، تكاثرت "البرامج الإخبارية العامة المصغرة" و "البرامج الموثقة المصغرة" وبدأ المعنيون ببثها من محطات الشبكات التلفزيونية كبرنامج "سي. بي. أس. فوري اورز" و "أي. بي. سي. ديتلاين" و "أي. بي. سي. توني/ توني". وعلى العموم، فقد ركزت هذه البرامج على الأخبار المتعلقة بالأمور المثيرة وتشويه الجسم والحيل المنيوذة. يبدو أن ديانا ومونيكا ومثيلاتهن سيطرن على هذه الساحة الإخبارية. ويمكن للأخبار المثيرة أحياناً أن تطلق العنان لعدد من البرامج الوثائقية لمدة نصف ساعة وأحياناً ساعات في الشبكات الرئيسية. مثلاً، إن المجزرة التي حدثت في إحدى المدارس الثانوية في كولورادو في عام 1999 ولدت سلسلة من البرامج الإخبارية الوثائقية والتي تبث في الأيام التي تلت تلك المجزرة مباشرة. وهذه الحادثة دفعت الكثيرين إلى كتابة الدراسات عن المواضيع التالية: بعض المجموعات السياسية التي أثرت في الطلبة الذين قاموا بتلك المجزرة، دور توفر السلاح في تسهيل عمليات القتل، مسؤولية الآباء تجاه سلوك أطفالهم النفسي والجسدي، دور التلفزيون وألعاب الفيديو في التحفيز على الأعمال العدائية، عدم توفر الحياة الاجتماعية المناسبة في بعض المدارس. إن الكاتب الجيد هو من يقيم هذه الأخبار المهمة ويدرسها بعمق من أجل تحويلها إلى برامج إخبارية موثقة جيدة وذات معنى.

تقنيات الكتابة Writing Techniques

تتطلب التحقيقات العامة والبرامج الوثائقية الدراسة المتأنية والتحليل وتقييم المادة الإخبارية. إن هذين النوعين من البرامج يمكن أن يتبعاً طرائق متعددة مثل المقابلات والحلقات النقاشية والدراما والموسيقى، وهما أيضاً يتبعان أسلوب النص المختصر. وبعد أن يحدد الكاتب الموضوع والطريقة، يبدأ بتثبيت ما يريد تقديمه

على شكل نص يتضمن بإيجاز النقاط الأساسية ثم يقرر المواد التي ستواكب النص مثل المقابلات الحية، والتسجيلات، والصور الفوتوغرافية للعائلة، والمذكرات اليومية المكتوبة وما إلى ذلك من مواد، ويثبت كل هذه الأشياء في النص الأولي الموجز. بعد أن يكمل أساسيات البحث، يكون النص الموجز قابلاً للتطبيق.

الشكل Form

يمكن أن تكون برامج التحقيقات العامة والوثائقية درامية ولكن ليس بالتمنى الدرامي المتعارف عليه في المسرح. ويجب أن يقدم كل من هذين البرنامجين عرضاً ملخصاً لموقف حقيقي. مع ذلك، فإن هذا لا يعني بأن كل البرامج هي حقيقية. فعلى الرغم من أنها تتضمن معلومات حقيقية، إلا أن طريقة عرضها يمكن أن تبعدنا عن الحقيقة. مثلاً، البرنامج الوثائقي الجزئي (semi documentary) يتمتع بشعبية واضحة. وقد يتناول هذا البرنامج شخصيات حقيقية لكنه يعرض الأحداث التي عاشوها بطريقة خيالية، وقد يتناول أحداثاً حقيقية لكنه يحول شخصيات تلك الأحداث إلى شخصيات خيالية وقد يأخذ عدة مواقف وشخصيات من الحياة ويخلق منها صوراً شبه واقعية.

وعلى الرغم من معالجة التحقيقات العامة والوثائقية قضايا و أناس وأحداث جارية وماضية، لكنها لا تقدم الأخبار كما هي. فالبرنامجان يفوصان تحت سطح الأحداث، ولو أن البرنامج الوثائقي يفوص أعمق من أجل تقديم كل ما يقنع المشاهدين. ويقدم التحقيق العام المعلومات بينما يجعل البرنامج الوثائقي المشاهدين يفكرون ويشعرون. ويحاول البرنامج الوثائقي بقدر الإمكان اكتشاف الأسباب وراء الأحداث و وراء مواقف وعواطف الناس ذوي العلاقة ويقدم تعليقات الخبراء وردود أفعال الناس الذين تأثروا بتلك الأحداث، وبالتالي يحاول تقديم مضامين وأهمية الموضوع بالنسبة للمجتمع ككل.

وفي الأغلب، يحاول البرنامج العام أن يكون موضوعياً، بينما يهدف البرنامج الوثائقي إلى تقديم التفسيرات ووجهات النظر. فالأخبار التي يقدمها البرنامج العام عن جريمة قتل في مدينة نيويورك قامت بها عصابة من الشباب، قد تقدم الحدث تفصيلاً، بينما البرنامج الوثائقي الذي يتعامل مع هذه الجريمة نفسها يغطي

الخلفيات ويقدم الأثر المنبعث من ذلك الحدث. وعلى الرغم من أن بعض التحقيقات العامة والوثائقية تعدّ في الاستوديو وتعتمد كثيرا على المقابلات والوسائل التقليدية في العرض، إلا أن أغلبها يُصنّوَرُ ويُسجَلُ على أشرطة في موقع الحدث. حيث أن الصدق في العرض يخلق برامج مفعمة بالمصداقية.

الطريقة Approach

يحتوي البرنامج على الكلام الحقيقي للناس الحقيقيين (وأحيانا يستخدم كتاباتهم، سواء كانت منشورة أو غير منشورة، ومن ضمنها الرسائل، إذا لم يكن هؤلاء الناس على قيد الحياة أو يكون الوصول إليهم صعبا) وصورهم الفوتوغرافية أو المرسومة باليد إذا كانوا قد عاشوا قبل ابتكار أجهزة السينما، والأصوات والوسائل الأخرى التي توضح الأحداث ويجب أن توضع هذه المواد، ولو أنها تبدو غير مترابطة سوية وتكتب بأسلوب درامي متكامل يتناسب والخطة التي وضعت للمخص النص.

كيف تكون البداية؟ أولا يجب على الكاتب أن يمتلك فكرة واضحة. إن الفكرة عن البرنامج تأتي عادة من المنتج وليس من الكاتب. ما هو الموضوع الذي يهم الجماهير والجدير بالمعالجة؟ ما هي مواقف أهالي البوسنة وكرواتيا وصربيا تجاه الحرب التي خلفت الخراب والدمار؟ ما هي مشاعر الأطفال وطلاب الكليات، والناس الفقراء والمستئين تجاه مشروع القانون الذي به تقدم الحزب الجمهوري والتي تهدد حياتهم ومستقبلهم؟ ما هو سبب انتشار مرض الإيدز؟ ما السبب وراء التمييز الاقتصادي والسياسي ضد الملونين؟ ما سبب فساد الحكومة؟ ما الذي ستؤول إليه التجارب النووية المستمرة؟ هذه القضايا يمكن أن تكون المنطلق للبرنامج العام. وإذا تقدمنا خطوة أبعد بهذا الموضوع وتساءلنا ما يلي: هل عمل المعسكر الغربي كل ما هو ممكن لتحقيق أسس رصينة للسلام في جمهورية يوغسلافية السابقة؟ ما الذي يمكن عمله لتغيير قرار الجمهوريين القاضي بعدم إعطاء الفرص المتساوية للأقليات والنساء؟ كيف يمكن تغيير قوانين الانتخابات وجعلها تضمن نجاح المرشحين حسب كفاءتهم وليس حسب القدرة المالية لموولي الحملة الانتخابية؟ كيف يمكن إنهاء استبعاد الناس في العديد من الأقطار؟ إذا تضمنت برامجك كل هذه المواضيع فهي

إذن برامج موثقة. وقد يبدأ البرنامج العام والموثق بمواضيع لا تثير النقاش، مثل الاستمتاع بالمشاهد الطبيعية في جنوب كاليفورنيا أو حياة وعصر (ليوناردو دافنشي). عندما تبقى هذه المواضيع غير مثيرة للنقاش في البرنامج، فالبرنامج يكون عاما، وإذا أضيف إليه النقاش فإنه يصبح "موثقا".

المعالجة Process

أولا، حدد الموضوع ووجهة النظر. هل سيكون البرنامج موضوعيا (أي عاما) أم ذاتيا (أي موثقا)؟ ثانيا، هيئ ملخصا مؤقتا ودون تفاصيل، ثالثا، أبدأ بالبحث المتكامل: حلل المصادر المكتبية، قم بالزيارات الشخصية للناس والأماكن وحدد الوسائل السمعية والمرئية المتوفرة وتمعن بطريقة استعمالها بالطريقة المناسبة. رابعا، هيئ ملخصاً أكثر تحديدا وتفصيلاً. خامساً، اعمل عن كُتب مع المنتج والمخرج، (في أغلب الأحيان يكون الكاتب هو المنتج وأحيانا المخرج)، من أجل توحيد وترسيخ الملخص وبالتالي إنتاج نص كامل. وخلال هذه الفترة، قد يقترح الكاتب استخدام بعض المواد وطريقة استخدامها وقد يساعد حتى في جمعها. سادساً، أثناء جمعك التقارير القادمة من مراكز الأحداث، جهز الأخبار الاستهلاكية والختامية والمواد المستعملة في إجراء المقابلات وملخصات الأسئلة والأجوبة المتوقعة إلى أن تتضح لك صورة النص الإخباري الأخير. أثناء عملية استلام المواد الخبيرة، يستمر الكاتب في مراجعة الملخص، مضيفا إليه الأخبار الجديدة غير المتوقعة من جانب وشاطبا منه الأخبار التي توقعها لكنها صعبة المنال. سابعا، عندما تتوفر لك كل المواد الخبيرة، جهز النص الكامل، وراجعه ثانية بالتشاور مع المنتج والمخرج. ثانياً بعد أن تكمل جمع كل المواد ومراجعتها عدة مرات مع فريق العمل، اكتب النص النهائي الذي يسمى أحيانا بـ "نص العمل working script". يجب أن يتوحد نص العمل الذي سيداع فعلا على الهواء والذي يتضمن الأخبار المرسله من موقع الحدث والمقابلات والمواد الأخرى التي لم يكن بالإمكان تثبيتها حرفيا مسبقا. بعض المنتجين يهيئون نص العمل بصيغة ملخص تفصيلي نوعا ما دون تثبيت الأخبار المرسله من موقع الحدث. بعض الكتاب يضمّنون الأخبار المرسله من موقع الحدث الموجود على أشرطة الفيديو أو التسجيل الصوتي. أحيانا يمكن استخراج برنامج كامل من أشرطة المحطة أو المنتج. الكاتب يحدد فيما إذا كانت المادة مناسبة للبداية أو النهاية وربما يبنى تقنية

البرنامج عليها. مثلاً، قد تمتلك شبكة معينة شريطاً خاصاً تتراوح فترة بثه دقيقة واحدة يتعلق بقاء سري تم بين رئيس دولتين عظميين. ويمكن إنتاج برنامج كامل من هذا الشريط بمساعدة ودعم تسجيلات قديمة ومقابلات وتعليقات وبعض الفقرات غير المتعلقة مباشرة بذلك الحدث.

التقنية Technique

إن إضفاء اللمسات الإنسانية على خبر معين هو الحجر الأساس الذي تقوم عليه كتابة البرامج الإخبارية العامة والبرامج الموثقة. وحتى لو أردت أن تعرض حقائق فقط وحتى لو كانت هذه الحقائق بالية ومستهلكة، مع ذلك تستطيع أن تجعل هذه الحقائق مثيرة ولافتة للنظر.

طور هذه الحقائق عن طريق الشخصيات العارفة بها. وتستطيع أن تثير اهتمام الناس بأخبار متعلقة بأمور غير حيوية وجامدة مثل ابتكار مصيدة فئران جديدة، والفضلات السامة، تقليعة جديدة أو رأس نووي، وتستطيع أن تثير اهتمام الناس بهذه الأمور إذا ما عرفت كيف تضفي عليها لمسات إنسانية. ألم يحدث ذلك؟، وأن شأهت مكائن تمتلك من الحيوية أكثر من تلك التي يمتلكها بعض الناس الذين نعرفهم؟ طور النص الخبري بالاعتماد على نفس المبادئ المتبعة في كتابة المسرحية والإعلان التجاري. الفت انتباه الناس. ما هي المشكلة أو الموقف المطلوب من البرنامج أن يعرضه؟ الصراع بالنسبة للبرنامج الموثق أمر ضروري. ادرس الناس والشخصيات المعنية بالخبر جيداً. طور الموضوع عن طريق كشف المزيد من المعلومات. عند كتابتك للبرنامج الموثق قدم الصراع عن طريق سلسلة من المواقف المعقدة إلى أن تصل إلى الذروة. إن الأحداث الكبيرة تخلق فعلاً درامياً، مع ذلك تبقى الأشياء الصغيرة والظواهر الإنسانية عوامل مهمة في إيجاد الترابط العاطفي بين الجمهور وتلك الأشياء.

غالباً ما تستخدم الراوية، إلا أن كثرة المواد التي ترويتها هذه الراوية تشتت الأذهان. لا تحاول جعل البرنامج يبدو وكأنه سلسلة من المقابلات الترويجية أو المحاضرات. يستطيع الراوي أن يلخص المعلومات التي لا يمكن الحصول عليها من خلال الأخبار المرسلة من موقع الحدث. اجعل مادتك واضحة ودقيقة. حتى لو كانت

عندك وجهة نظر معينة، مع ذلك حاول أن تستعرض وجهات النظر الأخرى المتعلقة بالمشكلة. هذا الاستعراض يقوي موقفك.

التحقيقات : التطبيق Application : The Feature

يقدم التحقيق العام خدمة كبيرة للجمهور، فهو يزودهم بالمضامين المعلوماتية والتربوية، لكن هذا لا يعني انه يجب عليه أن يقدم الحقائق بأسلوب أكاديمي صرف. يستطيع كاتب هذا البرنامج أن يستخدم كل العناصر التي توفر للمتلقين المتعة والترفيه. يمكن أن يلقي هذا البرنامج الضوء على شخص أو شيء أو موقف أو مشكلة أو فكرة أو منظمة. يمكن لهذا البرنامج أن يتعامل مع ما هو تاريخي وما هو معاصر ويستطيع أن يدرس المفاهيم وأن يقترح الطريقة التي يمكن بها حل مشكلة معينة. المثال التالي يتناول الفقرات التالية:

منظمة (الصليب)، مشكلة (عمل مدمر)، موقف (إنقاذ أرواح الناس) الحل (التنافس الاصطناعي). لقد بثت هذا البرنامج إحدى محطات الإعلانات كجزء من الخدمات التي يقدمها للجمهور.

كيف يتجزأ الصليب الأحمر ذلك؟	
الصوت	الصورة
موسيقى المذيع: من منطلق الخدمة العامة، نقدم لكم هذا البرنامج الذي يستمر لمدة نصف ساعة بالتعاون مع فرع سبرنكفيلد لمنظمة الصليب الأحمر الأمريكية. ضيوفنا لهذا المساء هم مستر جون سمث، مدير العلاقات العامة لمنظمة الصليب الأحمر (فرع سبرنكفيلد). مرحباً بمستر سمث:	شعار منظمة الصليب الأحمر
(يشكر مستر سمث المذيع بعد ذلك يقدم ضيفين وهما مستر هارفي ومستر جونز، ثم يطلب من مستر هارفي الحديث)	الكاميرا توجه إلى سميث

الصوت	الصورة
(يتكلم مستر هاري في عن الكارثة الأخيرة التي وقعت في منطقة هارسبرك موضحا كلامه بالصور الفوتوغرافية لعمال الخدمات. يقف ويسير باتجاه حاملة الصور).	الكاميرا توجه إلى هاري في لحظة مكبرة إلى حاملة الصور
(يقدم مستر سمث مستر جونز. يناقشان موضوع الدورة الصيفية لتعليم السباحة في أحد المدارس. يعرض جونز فيلما ويعلق عليه بالعبارات التالية: " الآن اطلب من المشاهدين مشاهدة فيلم صور في بحيرة باوندوود في السنة الماضية. "	الكاميرا موجهة إلى سمث جونز
(الساعة 8:35 صمت. جونز يوضح كيفية استخدام التنفس الاصطناعي). (يشكر سمث الصيفي جونز وهاري ويقدم ملاحظاته الأخيرة).	فيلم خاص الكاميرا موجهة إلى جونز
موسيقى	
مذيع المحطة: " نقدم هذا البرنامج في مثل هذا الوقت من كل أسبوع. قدمنا لكم هذا البرنامج بالتعاون مع منظمة الصليب الأحمر، فرع سبر نكلفيد. "	

قامت بتخطيط "نص العمل" هذا محطة (سي. بي. أس). قارن هذا النص مع النص التالي المذاع. إن النص الأول لا يتضمن المدة الزمنية التي يستغرقها كلام الضيوف أو مجرى الأحداث. إنه يشير إلى الناس الذين تتم مقابلتهم وفحوى كلامهم.

"التهديد الأمريكي"

كرونكايت (مقدم البرنامج): "التهديد الأمريكي". هذا محدثكم ولتر كرونكايت من محطة "سي. بي. اس" للأخبار. عندما ساءت العلاقات بين بريطانيا والمستوطنين في أميركا. قال توماس جيفرسون: "إن الله الذي أعطانا الحياة أعطانا أيضاً الحرية في الوقت ذاته. أن يد القوة لا تستطيع أن تفرق بين هاتين النعمتين".

لا يصح هذا القول الآن. يمكن للمخدرات والمحفزات الكهربائية للدماغ وعلم النفس السلوكي أن تترك الحياة لكنها تأخذ الحرية إنه "التهديد الأمريكي".
(إعلان)

من الأفضل ترك تعريف مفهوم الحرية لطلبة الفلسفة ولؤلفي القواميس. يعتقد المؤرخ (بلانش كوك)، التدريسي في كلية (جاي) صوت داخلي: إنك تشاهد الآن
المدة: 30:

صوت خارجي: ... وأوقفوا هذا الرجل ...
يعتقد عالم النفس السلوكي (بي. ف. سكرنر) بأن الاهتمام بالحرية واكب تاريخ الإنسان.
صوت داخلي: اعتقد انك تستطيع أن تعرض ...
المدة: 36:

صوت خارجي: ... بعدئذ سيتغير السلوك...
يقول الدكتور (سكرنر) بأن بقاءنا يعتمد على السيطرة على الناس، وأن التقنيات التي تحقق ذلك متوفرة.
صوت داخلي: اعتقد أننا نملك ذلك...
المدة: 16:

صوت خارجي: لكي نستعمله...
بالنسبة للمؤرخ (كوك)، إن المشكلة مختلفة تماماً.
صوت داخلي: إننا نستخدم هذا ... الفاخر...

المدة: 25:

صوت خارجي: الذي يستطيع أن يحررنا...
إن الحصول على الحرية وحدود هذه الحرية أمر قابل للنقاش. إننا نريد أن نجعل الحرية أكثر من كونها مجرد كلمة منقوشة على العملة المعدنية الأمريكية. هذا هو محدثكم وولتر كرونكايت من محطة (سي. بي. اس).
موسيقى: وولتر كرونكايت: "التهديد الأمريكي".

عندما ساءت العلاقات بين بريطانيا والمستوطنين، كتب توماس جيفرسون:
"إن الله الذي أعطانا الحياة أعطانا أيضاً الحرية في الوقت ذاته. أن يد القوة لا تستطيع أن تفرق بين هاتين النعمتين". لا يصح هذا القول الآن. يمكن للمخدرات والمحفزات الكهربائية للدماغ وعلم النفس السلوكي أن تترك الحياة لكنها تأخذ الحرية إنه قبل كل شيء تهديد أمريكي".

* * * *

كرونكايت: من الأفضل ترك تعريف مفهوم الحرية لطلبة الفلسفة ولملفي القواميس. يعتقد المؤرخ (بلانش كوك)، التدريسي في كلية (جاي) في نيويورك، بأنه ليس من السهولة تعريف الحرية.

بلانش كوك: تلاحظون، على سبيل المثال، ما تفعله دوائر البوليس المتعددة بالتكنولوجيا التي جاءت من فيتنام: يزرع البوليس قطبا كهربائيا في دماغ أحد السراق المحترفين الذي اعتاد الإقامة بالسجون، يأخذون هذا الشخص إلى أحد الأسواق المركزية في المدينة ثم يضعونه تحت مراقبة شاشة الكمبيوتر. فجأة يتكاثر هرمون الادرنالين عند هذا الرجل وتزداد سرعة نبضات قلبه. هذا ما يعرفه الشرطة من خلال نظرهم لشاشة الكمبيوتر. هنا يعرف الشرطة بأن الرجل مستعد لسرقة شيء ما وعليه فإنهم يمنعون من ذلك. كرونكايت: يعتقد عالم النفس السلوكي (بي. افد. سكر) بأن الحرية عاشت مع الإنسان منذ الأزل.

بي. اف. سكر:

أعتقد أننا نخدع أنفسنا عندما، على سبيل المثال، نصر على إعطاء الفرد الحرية في إنجاب أو استهلاك ما يريد وفي تلويث البيئة. هذه ليست حريات حقيقية بل إنها إفرازات الثقافة المعاصرة. عندما نستطيع أن نغير هذه الثقافة فالسلوك سيتغير تبعاً لذلك.

كرونكايت:

يقول الدكتور (سكر) بأن بقاءنا يعتمد على السيطرة على الناس وكل التقنيات المتعلقة بتحقيق هذا الهدف متوفرة.

(سكر): اعتقد أننا نمتلك الأساسيات كلها وعلينا أن نغير ثقافتنا بطريقة تمكننا من استثمار أحسن ما فيها.

كرونكايت: بالنسبة للمؤرخ (كوك) فإن المسألة مختلفة تماماً.

كوك: إننا نستخدم الآن هذه التقنيات الرائعة فعلاً، لكن علينا أن نستخدمها من أجل إطلاع الناس وتوفير الراحة لهم لا من أجل السيطرة عليهم كما يحدث الآن. اعتقد أن هذا تهديد كبير.

المسألة هي كيفية استخدام هذه التقنية من أجل تحريرنا فعلاً.

هذا هو محدثكم (وولتر كرونكايت) من شبكة أخبار (سي. بي. اس).

هذه هي مقتطفات من نص تلفزيوني نهائي لبرنامج إخباري عام بعنوان "أف ماريا: قصة عيد صياد السمك". كتبه (بيث هارنكتون). ستجدون في هذا النص العناصر الأساسية التي تخلق من البرنامج العام برنامجاً متميزاً. لاحظ عندما تقرأ النص، التقنيات التالية التي تضيف على الكتابة الجودة والتأثير:

- 1- تحدد المقدمة عنصر المكان تحديداً واضحاً، وفي الوقت نفسه تثير الانتباه عن طريق المقارنة بين القديم والحديث، من ناحية توحى هذه المقدمة بالفوارق الزمنية ومن ناحية أخرى تعطي الانطباع بأنه لا توجد هناك فوارق، وهذا ما يثير التفكير عند المتلقي. تضيف الوسائل المرئية الموجودة في (بوسطن هاربر) وبالتالي تركز على المناطق المجاورة في (نورث ايند).

- 2- على الرغم من تركيز هذا البرنامج الإخباري العام على الأحداث التاريخية، إلا أنه في الوقت نفسه يثير تفكير المتلقين بالأحداث المعاصرة، وهذا ما نجده في النص الإخباري المكتوب.
- 3- يلعب الراوي هنا دوراً أساسياً، كما هو الحال بالنسبة للبرامج العامة والموثقة. يبقى الراوية وراء الكواليس ما لم يكن شخصية مرموقة كما هو الحال بالنسبة لإدوارد آر. مارو أو باربارا وولترز. بسبب تواجده خلف الكواليس فإننا لا نسمع سوى صوته. تأتي تعليقات الراوية بعد المقدمة مباشرة، وعادة ما تستند هذه التعليقات بالصور الفوتوغرافية.
- 4- أول الشخصيات التي تقابل هو رئيس الصيادين (رأي بونو). تتم خلال هذه المقابلة عرض الأخبار المستمدة من موقع الحدث.
- 5- قد تروي الشخصية المقابلة بعض الأحداث وتقدم بعض المعلومات، مع ذلك فإنه لا يمكن أن يحل محل الراوية. استعمل وسائل الإيضاح المرئية خلال العرض هي قضية مهمة، وسائل الإيضاح مثل أسطول صيد السمك الذي كان يستعمل في مدينة (بوسطن) في العام 1938 (أي قبل ستة عقود من كتابة هذا البرنامج). تستعمل هذه الوسائل أثناء تقديم التعليقات من لدن الراوية والكابتن (بونو).
- 6- يتجنب الكاتب الحديث عن مقابلة (رأي جينين) لأن الأخير يصبح المتحدث الأول وحديثه يكون مسنوداً بوسائل الإيضاح. تستخدم التقنية نفسها عندما تذكر الشخصية المقابلة (كاي كيرافا) اسم آرثر فليدر.
- 7- تعمق التعليقات من خلال إعطائها بعداً درامياً وهذا يحدث في أماكن متعددة. مثلاً، تتضح مشاعر ومعتقدات الناس المشاركين في الموكب من خلال المقابلات التي تجري مع رجال الدين أكثر مما لو كانت قد وصفت من لدن الراوية. تستعمل هذه الطريقة ثانية أثناء المقابلات التي تجري مع (نورث ايندرز) والزوار.
- 8- إن هذا البرنامج لا يقدم وجهات نظر سياسية أو اجتماعية، مع ذلك فإننا نجد فيه تحسناً للمشاعر الإنسانية للموضوع. مثلاً، لاحظ تعليق (ادي مارينو) عن

الخدمة التي قدمها الاحتفال بالنسبة لموضوع مكافحة الإدمان على المخدرات وكذلك تعليقات العديد من الناس عن الأثر الذي تركته مشاركتهم في هذا الاحتفال على حياتهم الشخصية.

9- على الرغم من تركيز النص على الخطوط العريضة للمهرجان، إلا أنه لا يهمل الجوانب الدينية التي يعرضها بأسلوب درامي من أجل تأكيد أهميتها.

10- النهاية هي حلقة وصل بين الماضي والحاضر، فهي تركز على الخبر الذي بدأ به البرنامج. إننا نشاهد ما يحدث أمامنا فعلاً وأحياناً نقاد إلى مشاهدة الأحداث التي تجري خلف الكواليس من أجل معايشة القضايا الإنسانية، وهذه قضية مهمة جداً بالنسبة لأي برنامج خبري عام.

"آنا ماريا: قصة عيد صياد السمك"

الصوت	الصورة
موسيقى. الراوية: تغيير؟ لقد أخذت منطقة نورث ايند حصتها (من التغيير) - من المستعمرين الإنكليز إلى المهاجرين الإيطاليين. إنه تغيير كبير.	طيور النورس تملأ شاطئ بوسطن: تنتقل الكاميرا إلى نورث ايند. يظهر العنوان التالي: "نورث ايند، بوسطن، ماساشوستس".
يقولون بأن الشيء الوحيد الذي تستطيع الاعتماد عليه هو التغيير. عدد الزوارق السياحية يفوق عدد زوارق الصيد. أصبحت الشقق السكنية ملكاً مشاعاً.	توليف مجموعة من صور الموكب والمشاركين فيه من أهالي نورث ايند.
إلا أن هناك أشياء لم تتغير، مثل العيد الإيطالي. بالتأكيد إنهم تغيروا لكنهم استمروا بالاحتفال بالعيد والفضل يعود إلى مجموعة من الناس الطيبين.	
هناك عيد واحد على وجه الخصوص - إنه عيد خاص: إليكم قصته، (موسيقى):	

توليف لصور تاريخية لمنطقة
نورث ايند تعود إلى نهاية
القرن، وصور المؤسسين ...
الخ

صور تاريخية لأحواض
السماك.

زورق صيد الأسماك يتوجه
إلى أعماق البحر.

انتقال الكاميرا لتصوير
(رأي بونو) بلقطة متوسطة

في نهاية القرن الماضي، ألف المهاجرون الإيطاليون،
حاليهم حال القادمين من سيكا وصقلية،
جميعيات خيرية ومجموعة من النوادي الاجتماعية.
اهتمت جمعية (مادونا ديل سوكورسو) بتوفير
الحاجات الطبية ودفن الموتى وبموضوع آخر مهم
جدا وهو إقامة الاحتفال الديني السنوي.

كان الاحتفال تقليدا يعود إلى القرن السادس
عشر من إيطاليا. إلا أنه كان هناك جانب آخر
من ذلك التقليد مارسته أجيال متعاقبة، ألا وهو
كون المشاركين فيه من صيادي السمك.

إن الكابتن (رأي بونو) هو المسؤول الأول الآن
عن عيد الصيادين، فقد صمم على إقامة تلك
التقاليد.

رأي بونو: لم يبق من أفراد عائلتي أي واحد
يعارس الصيد باستثنائي. ربما كان هناك في
الماضي مائة وخمسون زورقا وأغلبها يعود إلى
العوائل، الآن لم يبق منها سوى عشرين زورقا.
لذلك كنا نصيد مع أبناء الأعمام والأخوة
والأعمام وأخوة الزوجات. اليوم لا ترى شيئا من
هذا القبيل. لا ترى اليوم سوى ملاحى السفن.
ربما يكون عندك زورقان تستعملها أنت
بمصاحبة أخيك. مع ذلك، فوضع هذه الزوارق
يختلف اليوم عن الأمس.

الراوية: لم تكن ظروف الصيادين مريحة.

إن فصول الشتاء في المحيط الأطلسي قاسية جدا
ولا تسمح للقيام بالنزهات. لذلك وضع هؤلاء
الرجال ثقتهم بمريم العذراء يضع (روي) صورة
مريم العذراء في داخل السفينة.

راي بونو:

يخرج أهالي (نورث) من الكنيسة.

لقطة مقربة لروي جيني، رئيس جمعية مادونا ديل سوكورس.

لقد غرق الزورق. كنا ننتظر حراس السواحل من أجل إنقاذنا. رمينا أدوات الإنقاذ. بقينا وحدنا. كان أقرب زورق إلينا يبعد مسافة اثني عشر ميلا. هنا التقت إلى تلك الصورة وقلت "أنقذتنا مع الأولاد". هنا جاءت طائرة سمنية وأنقذتنا.

إن لأحفاد تلكم الصيادين أسبابهم الخاصة التي تجعلهم يشاركون في العيد.

راي جيني: عندما كنت طفلا لم أتخل عن المشاركة في العيد أبدا، على الرغم من أن والدي لم يكن صياد سمك، ولم يكن من صقلية أيضا. لقد توارثنا تلك التقاليد من عائلة والدي وأصبحنا نشعر بأن العيد حدث أساسي لا بد من الاحتفال به. كنا نأتي كل سنة لكي نشاهد مراسم العيد ونشارك بها وكأننا جزء لا يتجزأ منه. كنا جميعا نحمل الأعلام. أصبحنا أعضاء في الجمعية عندما بلغنا سن الثامنة عشرة. لم أكن متحمسا في أول الأمر لعمل في تلك الجمعية، كما كان الحال بالنسبة لأخي، لكن الأمر تغير بعد وفات جدي. كانت إحدى أمنياتها هي أن نستمر في المشاركة في العيد، حيث كانت تلك القضية مهمة جدا لها. كانت تعلق صورة مريم العذراء على جدران غرفة نومها.

كانت تضع شمعة أمام إحدى صور مريم العذراء. كانت مؤمنة حقا. كانت ترغب في أن ترى أحفادها يلعبون دورا في استمرارية تلك الجمعية وفي استمرارية العيد

* * * *

لقطة لفرقة (روما) ولقائدها
(كاي كرافا)

الراوية: ما معنى عيد (نورث ايند) دون موسيقى،
رقصات شعبية، مسيرات وتراتيل؟ لقد تأسست
فرقة (روما) في العام 1919 ومنذ ذلك التاريخ وإلى
الآن تشارك هذه الفرقة في كل عيد تقريباً.

كاي كرافا: إن "عيد صياد السمك"، باعتقادي،
هو عيد من الطراز الأول. كل شيء فيه رائع
ومثير لماذا؟ لأن المشاركين فيه من صقلية وأنا
أيضاً من صقلية. في العام 1970 كنت أقود فرقة
(روما) الموسيقية في (نورث ستريت). وقف أحدهم
أمام الراحل (ارثر فليدر) وقال له "إنك ارثر
فليدر، قائد الفرقة الموسيقية؟". قلت: "ماذا تعني؟"
قال: ماذا تعني بسؤالك هذا؟ قلت: "حسناً، ماذا
تريد؟"

هل أطلب من مت بلك؟ قال: "نعم". جار فليدر
وقال حفلة موسيقية أو حفلتين. أخذنا عدة صور
معا وفي اليوم التالي فهمت بأن إحدى الصور
نشرت في جميع أنحاء العالم - هاوي، أوروبا، في
كل مكان. لقد كان شرف عظيم لنا.

الراوية: يستغرق احتفال يوم الأحد اليوم كله.
يحمل المحتفلون تمثال مريم العذراء ويطوفون به
الشوارع (نورث ايند). (موسيقى).

رجل دين: أنا لا أحسب سني حياتي من خلال عيد
رأس السنة. نعم، أنا جاد فيما أقول. إن كل سنة
من حياتي تبدأ وتنتهي بهذا العيد.

رجل دين ثاني: لقد اعتدنا أن ننظر إلى هذا العيد كما ينظر الآخرون إلى عيد الميلاد. أتذكر بأن والدي اعتادا أن يشتريا لنا الملابس والأحذية والبنطلونات والثياب الجديدة قبل شهرين من تاريخ هذا العيد. كان علينا أن نكون على أتم الاستعداد لاستقباله.

رأي جيني: إن الهدف الأساس من جميع التبرعات خلال العيد هو تغطية مصاريف العيد. بعض الناس لا يفهم هذا الموضوع بل يكتفون بالنظر إلى أكوام الدولارات التي تتراوح بين خمسة وعشرين دولارا إلى خمسة وثلاثين ألف دولار، كل هذه الأموال تستخدم من أجل هذه المناسبة الروحية. (موسيقى).

بائع: خلال فصل الصيف لا يتوجب عليك أن تكون إيطاليا. كل إنسان يستطيع أن يأتي إلى هنا ويصبح إيطاليا.

زائر: إنني فخور بأن أعطي قبعتي الخاصة مقابل الحصول على قبعة إيطاليا بديلة. بارك الله الجميع.

أحد أهالي (نورث ايند): إنه يوم مشهود. إنه اليوم الذي يتجمع فيه الناس ويمبرون به عن مشاعرهم النبيلة تجاه بعضهم البعض. إنهم سعداء فعلا.

مواطن آخر من (نورث ايند): هذا شيء رائع. إنني أحبه كثيرا.

أحد أهالي (نورث ايند): علي أن أرقص ثلاث مرات في الأسبوع. علي أن أرقص طوال حياتي. إن اليوم الذي لا أرقص فيه يكون يوما مزعجا ومقززا. الرقص يعني الراحة بالنسبة لي.

زائر: لنا أقارب هنا. إنني أمريكي من أصل إيطالي،
وعليه جئنا هنا لكي نكون على اتصال مع تراثنا.
هذا هو السبب. أنتم تخرجون إلى الضواحي من أجل
أن تصبحوا متجانسين وبالتالي تتخلصون من الفوارق
العرقية، إذا صح التعبير.

المقابل: ما هو رأيكم يا أطفال؟

طفل: إنه شيء عظيم.

المقابل: ما الشيء الذي أعجبك هنا؟

طفل: الطعام.

بائع: عندنا الكثير من الأطعمة الجيدة وبخاصة
الأطعمة المقلية. إنها لذيذة ومغذية. من يريد منكم أن
يجرب معها؟

الراوية: من أجل التعبير عن مشاعره الروحية، يشارك
(ادي مارينو) في هذا الاحتفال كل يوم وهو يسير
حالي القدمين. إنه يقول بأن إيمانه بمريم العذراء قد
تساعده على التخلص من الإيمان على الكحول.

ادي مارينو: كنت أسير في شارع السقوط. فجأة
توقفت في ذلك الشارع وانحنيت لها وقلت: "إن مصيري
بيديك. ساعديني". لقد صليت كثيرا لها وحققت
أمنيته. (مؤثرات صوتية توضح قيامه بالصلاة).

جيمي جيني: هذا هو (ايدي) أمامكم. إن المشاركة
بعيد صياد السمك يجلب الحظ السعيد لكم.

إننا نقتدي بـ (ايدي). إننا كلنا مؤمنون لكنني لا
أعتقد أن هناك الآن من هو أكثر توحدا عاطفيا مع
الأم المقدسة ومع عيد "مادونا ديل سوكورسو" من
(ايدي). هناك جانب آخر لهذا العيد وهو ما نسميه
باحتيال الملاك، وهذا ما يميز هذا العيد مع غيره من
الأعياد في (نورث ايند). إنه شيء مرتبط ارتباطا تاما
بأهالي (سيكاكادانس).

عودة اللقطة إلى (جيني).
جيني).

لقطه تصور مقابلة مع امرأة من (ايند نورث)	المقابل: أعطينا فكرة عن مشاركتك بهذا الاحتفال؟ هل تستطيع وصفه اعتمادا على ما تتذكرين؟ المرأة: حسنا، أستطيع أن أقول إن هذا العيد آثار مشاعري، أكثر من أي شيء آخر في حياتي. إنني عاجز عن وصفه. كل ما أستطيع قوله هو أنه شرف عظيم لي أن أشارك فيه. لقد شاركت ابنتي وحفيدي فيه. كذلك الحال بالنسبة لأقاربي وأبناء أعمامي وبنات شقيقتي.
لقطات تصور الناس وهم يتلون الصلاة.	اندريا: لأنني متعبة ومحملة بالأنقال، فإنني أجد صعوبة في الكلام وفي التعبير عن مشاعري إنه أمر صعب جدا. (موسيقى) الراوية: لقد بدأ الاحتفال الآن. (موسيقى)
يفضي الشاشة اللون الأسود للدلالة على انتهاء البرنامج	جيمي جيني: لقد قمت بالمشاركة في هذا العيد وأعتقد أن جدي الآن في الجنة وهو ينظر إلي. لقد كان جدي صياد سمك وعضو فعال في المجتمع. إنه يبتسم الآن وهو فخور. (موسيقى الختام)

البرامج الوثائقية Documentaries

يقال بأن الدراما هي أعلى شكل من أشكال النص الإذاعي والتلفزيوني، وتأتي البرامج الوثائقية بعدها مباشرة من حيث التسلسل، إلا أن العديد من العاملين في حقل الأخبار الإذاعية يقولون بأن البرامج الوثائقية، التي تتضمن الأخبار والأحداث الخاصة والقصص والموسيقى والدراما، هي أعلى الأشكال الفنية. إن البرامج الوثائقية تتركب من الفنون الخلاقة لوسائل البث الإذاعي وهي تلعب دورا في زيادة تفهم الجماهير عن طريق تفسير الماضي وتحليل وتوقع المستقبل. أحيانا تجري كل هذه الأمور في برنامج واحد درامي يعطي المضمون الفكري والعاطفي في آن واحد.

أنواع البرامج الوثائقية Types

لعب (روبرت فلاهيري) دورا مهما في تطوير البرامج الوثائقية الحديثة، وخاصة في فيلمه الموسوم "نانوك من الشمال" والذي اكتمل في العام 1922. قدم (فلاهيرتي) في ذلك البرنامج نمطا خاصا من الأفلام الوثائقية. يفوص هذا النوع من البرامج تحت سطح الأحداث ويختار العناصر الدرامية الخفية من حياة بعض الشخصيات. يحدد (فلاهيرتي) موقفه من الناس أولا. بعد ذلك يثني على قوتهم ونبيلهم بسبب عيشتهم ظروفًا معادية وأحيانا صعبة جدا.

قدم (بارلورنيز)، المشهور بانتاجه للبرامج الموسمين بـ "المحراث الذي شق السهول" و "النهر" في عهد الرئيس فرانكلين روزفلت في الثلاثينات، قدم نوعا آخر من أنواع البرامج الوثائقية. لقد أثار في البرنامجين المذكورين مشكلة أثرت على العديد من الناس وذكر الطريقة التي يمكن من خلالها معالجة تلك المشكلة. لقد طلب من مشاهدي برنامجه أن يتخذوا الإجراءات العملية من أجل معالجة تلك المشكلة القبيحة. هناك نوع ثالث من البرامج الوثائقية قدمه المخرج (جون كيريسون) في الفيلم الوثائقي البريطاني الموسوم "بريد المساء". يلقي هذا الفيلم الضوء على إحدى مشاكل الحياة بشكل درامي لكنه غير مثير. هنا نشاهد الناس والأشياء كما هي على أرض الواقع ونستلم المعلومات دون موقف أو وجهة نظر مسبقة أو إثارة. إننا نحث الطلبة الذين يدرسون كتابة البرامج الوثائقية على مشاهدة هذه الأفلام لأنها تقدم القواعد الأساسية لكتابة البرامج الوثائقية التلفزيونية. تستطيع أن تستخدم في برنامجك الوثائقي واحدا من هذه الأساليب فقط أو أن تمزج أسلوبين أو أكثر معا وبدرجات مختلفة، وهذا ما يحدث الآن.

وجهة النظر Point of View

البرامج الوثائقية الجيدة تقدم وجهة نظر. ما هو هدف البرنامج الوثائقي الذي تقوم بإعداده؟ هل يقدم وجهة نظر موضوعية ومتعددة الجوانب عن تقاليد ومشاكل مجتمع معين؟ هل غياب النقد يبرر استخدام العنف كوسيلة من وسائل الكسب السياسي الدولي؟ هل يبين البرنامج تأثير التلوث على الظروف البيئية الطبيعية التي نعيشها؟ هل يبين للجمهور كيفية معالجة هذا التلوث؟ هل يلقي الضوء على شجاعة

مجموعة معينة، مثل الناس الملونين والنساء الذين ييغون التحكم بأنفسهم في ظروف بيئية وسياسية معادية؟ هل يبين بأن الطريقة الوحيدة لتجديد الشباب الجسدي والروحي هي أن يقضي الإنسان وقت فراغه في كاليفورنيا الجنوبية حيث النوادي الصحية والمزارع الترفيهية وحمامات السباحة الدافئة؟ إلى أي مدى تحدد المعتقدات الشخصية للكاتب (أو المخرج، الشبكة المنفذة، ممثلو الوكالة أو ممول البرنامج) مضمون البرنامج وهدفه؟

إن وجهة النظر مسألة مهمة، بغض النظر عما إذا كان ممول البرنامج محطة صغيرة ذات قدرات مالية متواضعة أو شبكة كبيرة ذات ميزانية ضخمة. يمكن إنتاج البرنامج الوثائقي بعدد محدود من المستلزمات والأجهزة: كاميرات محمولة، أشرطة وغرفة تحرير وأجهزة تسجيل صوتية. يبين أحد البرامج الوثائقية الذي أنتجه الطلبة كأحد متطلبات الدراسة في جامعة (نورث كارولينا) في (جابل هيل) والذي نال أحد الجوائز الوطنية، يبين هذا البرنامج كيف يمكن استثمار الوسائل البسيطة من أجل تحقيق عمل جيد. أولاً، حدد الطلبة، الموضوع: مشاكل الفلاحين الصغار في نورث كارولينا (حيث موقع الجامعة) وعلاقتها بالمشاكل السياسية. استخدم البرنامج الطرائق الوثائقية الثلاثة الرئيسية ودمجها مع بعضها من أجل تحقيق الأهداف التالية: تقديم المعلومات بطريقة مباشرة وغير متميزة، العرض غير المباشر للمشكلة التي يجب إيجاد الحلول المناسبة لها وتقديم أحد المزارعين كإنسان يكبد ليل نهار تحت ظروف اقتصادية صعبة. اقترح الطلبة بأن تجري مقابلة ليس الفلاحين فقط بل خبراء الجامعة أيضاً. الخطوة التالية هي إجراء البحوث التي تستمد مادتها من مؤلفات سابقة عن الموضوع نفسه ومن مقابلة الفلاحين والناس الآخرين المتأثرين بالمشكلة. يوضح الهدف والموضوع أكثر وتجري مقابلات أخرى متعددة بخصوص الموقع والمحاصيل، كما وتجري مقابلة الخبراء الجامعيين كما اقترح سابقاً.

تتم تصفية المواد الإخبارية التي تم الحصول عليها. بعد إكمال المقابلات، يتم تحضير النص الإخباري الذي يحوي رواته الحدث ووصف المادة المسجلة التي سيتم استخدامها والأماكن المتضررة تجري على البرنامج بعض الإضافات المتأنية من الدراسات الميدانية والتقيحات وأخيراً يكون النص الإخباري جاهزاً. إليكم مقتطفات

من النص الأولي الارتجالي يتبعه نص مدروس وتصيلي. إن الجمل الموضوعية بين قوسين هي الجمل التي سجلت فعلا وأدخلت ضمن بناء البرنامج. إن أحد الأمور التي انتقدت في هذا النص هو تغليبته لعدد كبير من المواضيع، والأمر المنتقد الآخر هو أن النص لا يتضمن أبعادا درامية. إذا كنت غير مقتنع بالنص الذي أمامك فتستطيع أنت أن تصيغه بالصورة المثلى. إليكم النص:

منطقة بيدمونت، نورث كارولينا - الفلاح والسياسة

دبري سمث: أود كثيرا أن ... أحسن مكان للعمل

(أود كثيرا أن أقضي حياتي كلها في المزرعة لأنني بهذه الحالة أكون قريبا من الأرض ومن التربة وأرى المعجزات الإلهية على الأرض. إنها أحسن مكان للعيش وأحسن مكان للعمل). (موسيقى).

الراوية: أمامك فلاح صغير من منطقة بيدمونت من نورث كارولينا (موسيقى) (أنتم تصفون الآن إلى برنامج "منطقة بيدمونت، نورث كارولينا - الفلاح والسياسة". إن الصوت الذي سمعتموه توا هو صوت (دبري سمث) وهو فلاح في (بيدمونت)، نورث كارولينا. قبل قرن من الزمن، كانت مشكلة الفلاح فردية متعلقة باعتماد عيشه على الأرض. كان الجميع يزرع الأراضي لهذا الغرض. اليوم، وبسبب ارتفاع كلفة العملية الزراعية والمحافظة عليها، أصبح من الصعوبة بمكان على الفلاحين أن يكسبوا رزقهم من الأرض. لذلك جاء دور الحكومة في إمداد المساعدات.

أستاذ جامعي: إن المشاكل العامة ... هي ما يلي:

كوفينوك: (إن المشاكل العامة التي يعاني منها أغلب الفلاحين تقريبا اليوم وبخاصة فلاحو نورث كارولينا هي ما يلي.)

الراوية: أنتم تستمعون إلى البروفيسور (ديفيد كوفينوك)، أستاذ العلوم السياسية في جامعة نورث كارولينا.

كوفينوك: (قبل كل شيء، لقد حدث انخفاض في دخل الفلاح. المشكلة الأخرى لهذا الفلاح هي صعوبة الحصول على عمل خارج المزرعة. الآن الفلاح يواجه مشاكل الطعام واللباس وبالتالي توفير الحماية لعائلته.

الراوية: هذه هي مشكلة (دبري سمث)

سمث: (نعم، تلك كانت رغبتني بعد أن رجعت من الخدمة. كان عليّ أن أعود إلى الطبيعة وأعيش وأكون عائلة من أجل العيش الكريم. استطعت لعدة سنوات من أن أوفر الدعم المالي الكافي لعائلتي ولنفسي. في السنة أو السنتين المنصرمين، بدأ الدعم المالي للعائلة ولنفسي يقل وكان عليّ أن أعمل في أراضى أخرى وكان على زوجتي أن تساعدني في ذلك مساعدة جزئية.)

الراوية: ما هي بالتحديد المشاكل التي يعاني منها (دبري سمث)؟

كوفينوك: (إن المشكلة المشتركة بين فلاحي نورث كارولاينا والفلاحين الآخرين في هذا الوطن هي، قبل كل شيء، المشكلة المتأتية من الحالة العامة للزراعة منها علاقة المعروض الزراعي بالطلب والمردود المالي للمحاصيل الزراعية. المشكلة الثانية الأساسية هي الوضع الاقتصادي العام).

الراوية: الفلاحون يبيعون أكثر لكن أسعار محاصيلهم ومنتجاتهم انخفضت. نستمع الآن إلى رأي الدكتور (فليبس رسل)، الأستاذ الجامعي السابق والفلاح المتقاعد:

فليبس: (مقتطفات من شريط مسجل) لقد أخذ الفلاح يخسر... في سوق غير محمية.

رسل: لقد أخذ الفلاح يخسر في كل مكان لأنه يتوجب عليه أن يشتري الأشياء من سوق محمية لكنه يتبع بضاعته في سوق غير محمية).

الراوية: (ما هو جواب الفلاح على هذه الأسئلة؟ لقد أصبحت الزراعة عملية تجارية بدلا من أن تكون وسيلة حياة. لقد توجب على الفلاح أن يقلص من أنشطته على المزرعة لكي يعيل عائلته. وهذا ما يقوله الدكتور (رسل):

رسل: (هذه هي الطريقة الوحيدة التي يستطيع فيها الإنسان الاستمرار في الزراعة - الطريقة هي أن يعمل في المدينة من أجل الحصول على بعض المال الذي يصرفه في الريف، لأنه لو كرس كل وقته للعمل في المزرعة فإنه سيخسر كل شيء).

الراوية: نستمع إلى تعليق الفلاح (هاري وود).

هاري وود: (حسنًا، إنني أتمتع بالزراعة بقدر ما تمكّني من العيش من خلالها. لم يجبرني أحد على ذلك).

الراوية: يعتقد الكثير بأنه ليس بإمكان أحد حل هذه المشكلة سوى الحكومة الفدرالية. يحتاج الفلاحون إلى الدخل الكافي لإعالة عوائلهم. إنهم يبذلون الجهود الكبيرة من أجل توفير الغذاء لهم. إنهم في أغلب الأحيان لا يملكون التجهيزات الميكانيكية التي تزيد من قدرتهم على الإنتاج، وإنهم أيضاً يحنون الفوائد القليلة مما تقدم لهم من مساعدات وإعانات.

رسل: (إذا استمرت الزراعة فإنها تقدم للناس المستلزمات الأساسية للحياة وإذا توقفت الزراعة توقفت الحياة.)

الراوية: تستطيع الحكومة أن تدعم الأسعار عن طريق المصارف وغيرها من القنوات. يعتقد الكثير بأن الحكومة لا تغلب سوى دورا ثانويا من دعم الفلاحين. يعلق الفلاح (هاري وودز) عن الموضوع قائلا:

وودز: (لقد ظلت مشكلة الفلاح تعيش معي منذ الطفولة ولم يوجد لها حل إلى الآن. لن تحل هذه المشكلة ما لم تؤخذ بصورة جدية أكثر. الآن قلت شيئا عن السياسة والكل يعرف بأن الزراعة والفلاحة هي مسألة سياسية. لقد ناقش مجلس الكونكرس هذه المشكلة وأنت تعرف نتيجة تلك المناقشة، حيث لم تتمخض تلك المناقشة عن إجراءات عملية. المشكلة ظلت دون حل سواء جاء إلى الحكم الجمهوريون أو الديمقراطيون وستستمر هذه المشكلة).

كوفينوك: (هناك اتفاق عام على أن دخل الفلاح خلال السنوات السبع أو الثمان الماضية قد انخفض بنسبة خمسة وعشرين بالمائة. إن القوة الشرائية للفلاح قد انخفضت إلى نفس المستوى الذي وصلت إليه في فترة الثلاثينيات. بالإضافة إلى ذلك فإنه توجد حساسية اجتماعية بين الفلاحين وغير الفلاحين في المناطق الريفية من أميركا وهذا يعود إلى انحطاط المستوى الاقتصادي للفلاح. يتوفر في وزارة الزراعة عدد كبير من الموظفين لم تشهده السنين السابقة، مع ذلك فهذا العدد لا يخدم إلا القلة من الفلاحين. (موسيقى).

الراوية: هذه هي المشاكل. (الموسيقى تتلاشى).

الراوية: أما الحلول فغير واضحة. إن مسألة دخل الفلاح تفرز مشاكل كثيرة ليس للفلاحين فقط ولكن لمعوم الناس الذين يتعاملون تجاريا معهم من سياسيين وموظفين حكوميين ودافعي الضرائب. ماذا يستحق الفلاح بصفته عضوا في المجتمع الأمريكي؟ يقول البروفيسور (اس. ايج. هوبز) من قسم علم الاجتماع بجامعة نورث كارولينا ما يلي:

هوبز: (أحد هذه الحلول هو أن تضمن له دخلا يكفيه لإدامة حياته، دخلا قريبا من مداخيل الجامعات الأخرى. هذا يعني ولأجل التوضيح بأن الفلاح يستحق أن يكون له دخل يمكنه أن يعيش براحة وهدوء بال في النظام الاقتصادي الأمريكي).

الراوية: في وضع اقتصادي مثل الوضع الذي نعيشه، يحتاج الفلاح إلى حماية كبيرة. إن هذه المهمة تتطلب ابتكار وسائل جديدة توفر له دخلا كافيا يتناسب مع الطعام الذي يقدمه للآخرين.

سمت: (أود كثيرا أن أقضي حياتي كلها في المزرعة لأنني بهذه الحالة أكون قريبا من الأرض ومن التربة وأرى المعجزات الإلهية على الأرض. إنها أحسن مكان للعيش وأحسن مكان للعمل). (موسيقى)

الراوية: استمعتم إلى برنامج "منطقة بيدمونت، نورث كارولينا: الفلاح والسياسة". أنتج هذا البرنامج مجموعة من طلبة قسم الراديو والسينما والتلفزيون في جامعة (نورث كارولينا). اشترك في إخراج هذا البرنامج كل من (بد كارتير) و(بوشي شنين) و (جم كلارك) و(وليام كاي) و(روجر ركونس) و(جون مور) و(انتا روز فليد) و(الكس وارث) و(آن وليامز) والمهندس (سلفر شتاين) ومحدثكم (وين ايجرج). (موسيقى)

البنية Structure

كان برنامج "من قتل مايكل فارمر؟" أحد البرامج الوثائقية الكلاسيكية. وعلى الرغم من أنه صمم ليبت إذاعيا، إلا أن الطرائق والتقنيات التي استخدمت فيه أثرت تأثيرا كبيرا على البرامج الوثائقية المصورة. تقدم لكم الآن بعض العناصر التركيبية الأساسية التي استخدمها هذا البرنامج والتي يمكن تطبيقها في الراديو والتلفزيون على حد سواء:

- اختر مجموعة من التصريحات الموجزة للشخصيات المعنية وقدمها مباشرة من أجل نيل انتباه واهتمام المشاهدين، اختر تلك التصريحات من العدد الهائل من المواد المسجلة. يتبع هذا البرنامج أسلوب التقديم الخالي من أي مقدمة أو موسيقى. أول الكلمات التي يقدمها المذيع هي الآتي: "هناك الكثير مما يمكن قوله، والكثير من الناس متورطون هنا... إن جذور الجريمة تمتد بعيدا. بعيدا". بعدئذ يقدم الناس والحادثة على نحو واضح، ثم يعرض المشكلة والحلول الممكنة لها.
- إن عنصر التشويق هو عنصر مهم من عناصر البرنامج التوثيقي المهم. لأن البرنامج التوثيقي يعتمد على الحقائق، فإننا نعرف مسبقا ما سيحدث في أغلب الحالات. وعليه فننصر التشويق هنا يعني الإثارة والتطلع إلى معرفة المزيد عن مشاعر الناس الداخلية حتى بعد اكتشاف حقيقة الحدث.
- يجب على صناع البرنامج التوثيقي المصور أن يكونوا ملمين بالتقنيات التي استخدمها (دي. ديليو. كرفت) في أفلامه الرائدة. من جملة هذه التقنيات التي يمكن استخدامها في الفيديو هي أسلوب الانتقال المفاجئ المتكرر بين مكانين أو شخصين أو مجموعتين تعيش نفس المشكلة.
- تقدم عدة وجهات نظر عاطفية ومادية بأسلوب درامي متصاعد إلى أن يتم الوصول إلى الذروة (climax)، كما هو الحال بالنسبة لبناء المسرحية. يجب على كل هذه العناصر أن تكون مرتبطة مع بعضها ترابطا بنائيا محكما وبالتالي حاملة لعنصر التشويق إلى مكان الانفجار الأخير إذا صح التعبير. يجب أن يوضع المشاهدون في مركز الفعل لكي يتحسسوه أفضل مما لو روي لهم ذلك الفعل.
- بعد أن تخبر الناس عما حدث فعلا، لا تنتهي برنامجكم هنا وكأنك حققت الهدف الأساس لبرنامجك التوثيقي. عليك أن تلمح لهم، من خلال المقابلات والرواية، بأن في القصة قضايا أخرى أكثر من "من، ماذا، متى، أين"، فعليك أن تدفع المشاهدين إلى التطلع إلى المستقبل لمعرفة المزيد من المعلومات عن المشكلة التي عرضها برنامجك.
- عندما تصل إلى "السبب"، فعليك أن تتجاوز المشاركين الحقيقيين وأن تقتش، قدر الإمكان، عن خبراء من أجل تحليل المشكلة والتعليق عليها.

- بعد أن تقدم الحلول الممكنة للمشكلة، فإنك تستطيع، في النص، أن تقترح حلولاً أخرى قد تأتي في المستقبل.

السيرة الشخصية Biographies

عادة ما تتضمن البرامج الوثائقية السيرة الشخصية. مثلاً، من التسعينات من القرن الماضي كان هناك برنامج تلفزيوني أساسي بثته شبكة (أي. اند. بي.) بعنوان "السيرة الشخصية". يسمى هذا النوع من البرامج بـ "البرنامج الوثائقي التجميعي". إن (نات سيكالوف) هو أحد كتاب ومنتجي هذا البرنامج الذي تضمن سير بعض الناس من أمثال جون بلوشي وشاري لويس وداري زانوك ولاري كنك وستان لي. وصف (سيكالوف) عملية كتابة وإخراج هذا البرنامج قائلاً: "إن برنامج السيرة الشخصية" التي تبثه شبكة (أي. اند. أي) هو وريث برامج توثيقية تجميعية كثيرة. شارك في هذا البرنامج ديفد ولبر وميل ستوارت ودونالد هيا و جالك هالي وروبرت نكسون (الابن) واسحق كلايفرمان وسول ترل. في الحقيقة، إن أكثر من أخرج مثل هذه البرامج هما (ولبل) وهالي، فقد أخرجها، منذ 1961-1964، إحدى وتسعين حلقة لهذا البرنامج وكل حلقة استمر عرضها نصف ساعة.

وعلى العكس من الأفلام الوثائقية لروبرت فلاهيرتي وجون كريسون، فإن البرامج التوثيقية التجميعية لا تحاول أن تعرض الواقع كما هو بقدر ما تعرضه بصورة مشوقة وممتعة. إن هذه البرامج تستثمر التراث القديم المسجل والمصور وتعرضه مدعوماً بالمقابلات والأحداث المعاصرة. يمكن أن يكون البعض من هذه البرامج غير ناجح جداً مثل (المشروع العشرون) الذي أخرجه دونالد هايات عام 1963، والبعض الآخر يمكن أن يكون مثيراً مثل برنامج (القلوب والعقول) الذي أخرجه بيتر ديفر عام 1974، أو ممتعاً مثل برنامج (هذه هي المتعة) الذي أخرجه جاك هالي (الابن) عام 1974. إلا أن كل هذه البرامج تلتقي في نقطة واحدة وهي أنها جميعاً قائمة على البرامج السابقة.

وعلى مخرج هذه البرامج أن يستثمر التسجيلات السابقة ويعطيها حياة جديدة. عليه إذن بعمل الآتي: 1- رواية قصة الحياة حسب التسلسل التاريخي، 2- أن يروي الأحداث باستعمال صيغة الماضي البسيط (حتى وأن كان الشخص المعني حياً)،

3- يعتمد على آخرين في رواية قصة حياة شخص معين. (علينا هنا أن نميز بين قصة حياة شخص يرويها الشخص نفسه والتي تسمى (autobiography)، وقصة حياة شخص يرويها آخرون وتسمى (biography). إن عملية البحث المعقدة والحصول على الوثائق وحفظها وتحقيقها من أجل إخراج برنامج يستغرق ساعة كاملة (من ضمنها الإعلانات التجارية) هي عملية مكلفة جدا وتستغرق وقتا طويلا. إن كل حلقة من هذه البرامج تتضمن من ثمانية إلى اثني عشرة مقابلة وخمسة إلى سبع دقائق من المواد المصرح بعرضها (أفلام، صور، موسيقى) وبين مائة إلى مائتي صورة فوتوغرافية شخصية. تجري المقابلات في غرف الفنادق أو في المساكن الخاصة. إن عملية إنتاج هذا البرنامج تعتمد على نسج المواد وتوحيدها. أحيانا المواد المجمعة تدفع حبكة السيرة إلى أمام. أحيانا تتم مقابلة شخصيتين أو ثلاث أو أربع شخصيات وكل واحد منهم يروي نفس الحدث بصورة مختلفة. هنا يأتي المخرج للقيام بعملية تنسيق الروايات وعرضها بأسلوب موحد. إن هذه التنسيق والتوحيد يترك أثرا إيجابيا على النص ويعيد الحياة له. يمكن استخدام الصوت من خارج الاستوديو لتعميق التأثير. أكرر وأقول إن هذه العمليات تكلف الكثير من المال، ولا أستطيع أن أتصور أن أي مخرج يستطيع أن يخرج أكثر من أربعة برامج مقنعة وناجحة في السنة. ما دامت هذه البرامج تلقي الضوء على أناس عاشوا حياة مليئة بالمآزق والمحن، فمن الأفضل عرض المشاكل الاجتماعية والسياسية ضمن إطار البرنامج وضمن إطار سيرة الشخص المعني.

إن تجميع وجهات النظر ووضعها في إطار شمولي عام يخلق صورة متكاملة لسيرة الرجل المعني. أشار (سيكالوف) إلى مثل موجود في السيرة التي أخرجها لـ (سان لي) والذي يصف كيفية لقاء (سان لي) بزوجه (جون لي)، وذكر (سيكالوف) أيضا بأن المقاطع التالية المأخوذة من البرنامج توضح كيف يمكن لمرض أراء مقدم البرنامج أن توحد الآراء المختلفة الصادرة من الأشخاص الذين تتم مقابلتهم وتجعل فيها قصة متكاملة... طبعاً كل شيء يخطط له قبل بداية تصوير المقابلة ولذلك فنتاجه مضمون ما لم تكن آراء وذكريات رواة القصة مختلفة".

المقابل (نات سيكالوف):

أود أن أسألك عن أكثر الناس حيوية ونشاطا صادفتهم في حياتك، أقصد (جون). لقد تزوجتها في الخامس كانون الأول من عام 1947 وكان زواجكما أقرب إلى الأسطورة، حيث قيل وقتئذٍ بأنك صورتها قبل أن تراها. حل هذا صحيح؟

ستان لي: حسناً، إن لقائي بزوجتي كان شيئاً مضحكاً. إنني، وكما تعرف، اعتدت على رسم الصور الكارتونية منذ نعومة أظفاري حيث كنت أرسم الصور الصغيرة. كل إنسان أثناء طفولته يرسم الصور لوجه الفتاة المثالية بالنسبة له، وهذا ما قمت به فعلاً. كنت أرسم صورة لفتاة ذات عينين واسعتين وأنف جميل وشفتين رائعتين. في أحد الأيام أخبرني أحد أصدقائي بأنه أجرى لي موعداً مع فتاة لم يسبق لي رؤيتها وكانت تلك الفتاة عارضة قبعات. في تلك الأيام كانت عارضات القبعات جميلات حقاً. ذهبت مع صديقي إلى المحل الذي تعمل فيه تلك الفتاة. فتحت (جون) الباب. لم تكن (جون) الفتاة التي يجب أن ألتقي بها حسب الموعد. لقد كانت عارضة القبعات الأولى في ذلك المحل. كانت فتاة إنكليزية وهذا ما اكتشفته من خلال الجملة الأولى التي تقوّهت بها وهي: "هل أستطيع مساعدتك؟" حيث نطقتها باللهجة البريطانية. عندما نظرت إلى وجهها وجدته الوجه نفسه الذي كنت أرسمه طوال عمري. أعتقد أنني قلت لها أشياء سخيفة مثل "أحبك". على كل حال، هكذا التقيت بها، وبعدها أصبحت كل مواعيدي مع (جون) وليس مع الفتاة التي جئت إلى المحل من أجلها.



مقابلة مع (جون)

نات سيكالوف: أرجو منك أن ترجعي بذاكرتك إلى ذلك اليوم الذي التقيت به بـ (ستان) عندما كنت عارضة للقبعات. أتصور أنك التقيت به على نحو غير متوقع.

جون لي: لا، أبدا. كنا نحتفل بعيد الميلاد وكانت معنا فتاة صغيرة اسمها (بيتي سو)، كانت شقراء وجميلة جدا. كان من المفروض بـ (ستان) أن يكون له موعد معها. أتذكر أنه وصل إلى الباب (تضحك) وكان راميا معطفه الواقى من المطر على كتفيه. يقع المحل الذي كنت أعمل فيه في الشارع الخامس وكان يدعى محل (لانتام هاتس). دق (ستان) جرس الفتاة وعندما فتحت الباب له قلت له "أهلاً وحياتي هو أيضاً بالعبرة ذاتها ولكنه أضاف رأساً "إنني سأحبك حبا جما". اعتقدت أنه لم يكن صادقا في التعبير عن مشاعره ولذلك أغلقت الباب في وجهه. أتصور أنه خرج مع (بيتي سو) في مساء ذلك اليوم. هكذا كانت البداية. بعد ذلك بأسبوع، دعاني إلى حفلة عشاء وخلالها أخبرني أنه كاتب وأتصور أنه كان يحمل حقيبة صغيرة. سألته عن المواضيع التي يكتب عنها وقال بأنه محرر وكاتب كوميدي. أخبرته بأننا في بريطانيا لا نهتم بأمثال هذه الكتب ولا نقرأها. بعدها اكتشفت بأنه أروع إنسان صادفته في حياتي. قررت إلا ادعه يتركني. بعد هذا اللقاء بثمانية أسابيع، تزوجنا في (رينو) هذه هي القصة.

إذا أردت التعرف على الطرائف التي اتبناها (سيكالوف) في هذا البرنامج فإننا نقدم لك مقاطع من الفصلين الأول والخامس من البرنامج الموسوم بـ "ستان لي: الرجل الكوميدي" الذي أنتجته شبكات تلفزيون (اي. اند. اف) من العام 1995. كتب هذا البرنامج على عمود درامي واحد. لاحظ بأن التصميم العام للبرنامج متجانس:

"ستان لي: الرجل الكوميدي"

مقدمة. ضيف الاستديو.

الضيف: مرحبا بكم. أنا (بيتر كريف) أرحب بكم من برنامج "سيرة شخصية". ما هو القاسم المشترك بين البرامج التالية: "عامل البناء" و "سفينة قديمة لا تصدق" و "كانوا رجالاً؟ إذا قلت بأن وجود الرجال الكوميديين فيها هو القاسم المشترك بينها فإن جوابك صحيح. كان (ستان لي) وراء اشتهار وشعبية مثل هذه البرامج الكوميدية في الستينات. لقد أعاد (ستان لي) الاعتبار لهذه البرامج عن طريق الأبطال الذين خلقهم في كتبه. (تلاشى الصورة).

الفصل الأول:

تهييت الصورة

جين سايمونز

ليس هناك أي بلد في العالم لا يعرف برنامجي "البناء"
و "سفينة قديمة"

انتقال ضوء مركز

لوفيرنكو

عندما تلتقي بـ (ستان) فإنك تكتشف بأنه
المعجزة الكوميدية الوحيدة على الأرض

انتقال

تهييت

جون سيمبر

لنفكر قليلا: لقد مضى هذا الرجل بعض السنين
وهو يعمل من أجل تثبيت الإطار العام للشخصيات والأساطير التي أحاطت بها.
إن هذا العمل الأسطوري سيستمر لمدة ثلاثين سنة

انتقال ضوء مركز

جون وايتز

هذا أقل ما يقال عن (ستان لي). إنك الآن
تشعر بأنه لا يريد أن يزعجك وبالتالي فإنه
يقدم لك كل ما هو جديد ومثير.
(مختارات من موسيقى فاكنز الصاخبة، تتبعها لقطات
من أعمال ستان لي).

صوت الراوية

ستانلي مارتن ليبر هو كاتب ومحقق. لقد حطم أحلامه
أحد رؤسائه، لكن في إحدى الليالي عادت الأصالة
والإبداع له، حيث ابتكر صناعة جديدة حملت
اسمه، صناعة "ستان لي" للكتب الكوميدية

(لقطة تصور أحد الكتب التي ألفها جون روميتا عن ستان لي بعنوان: ستان لي: الرجل الكوميدي).
(موسيقى الجاز تتبعها لقطات تصور أغلفة كتب ستان لي)

صوت الراوية

تقسم حياة ستان لي إلى مرحلتين. تبدأ المرحلتان من منطلق واحد وهو الكتب الكوميديّة

تبهيت وعودة صوت الراوية قصاصات صحفية
لقد تطورت الكتب الكوميديّة من قصاصات الصحف
اليومية لفترة التسعينات من القرن التاسع
عشر. كان أول من استثمر تلك القصاصات
هو رتشارد أو تكوليت. شاع ذلك النشاط
الصحفي وبخاصة بعد نشره لقصاصة بعنوان
(الطفل الأصفر) في عام 1897. عندما اخترعت
السينما، تحولت تلك القصاصات إلى أفلام
كارتون متحركة وأصبحت تعرض على الشاشة.
(لقطة تصور "الطفل الأصفر" مصحوبة بفرقة جاز صغيرة).

صوت الراوية

في العام 1933 ابتكر أحد تجار الصحافة طريقة قد تؤدي
إلى طبع وتوزيع الصحف اليومية حتى في عطل نهاية الأسبوع.
هذه الطريقة تقترح بنشر قصاصات صغيرة
من الكتب الكوميديّة، لكن تلك الطريقة كانت تحتاج
إلى بطل. بعد ذلك ابتكر (دي. سي. كومي)
برنامج (سوبرمان) في العام 1938، وبعد ذلك التاريخ
بسنتين ابتكر (جو سايمون) و(جاك كربي)
برنامج (كابتن أميركا) الذي مهد الطريق إلى ظهور:
انتشار الكتب الكوميديّة، وهذا يجرنا للحديث عن

صوت الراوية

(ستان لي) ولد (ستان لي) في شمال مانهاتن في الثامن والعشرين من كانون الأول عام 1922 - كان في طفولته يدعى ستانلي مارتن ليبر. امتاز (ستان) بالذكاء المبكر حيث فازت إحدى المقالات التي نشرها في جريدة (هيرالد تريبيون) بإحدى الجوائز. كان، على العكس من أقرانه، مفرما بقراءة الكتب وبخاصة الكتب الكلاسيكية التي ألفها (ادكار رايس بورو) و (كارك توين) و(ارثر كونان دويل) وآخرون. كما وأنه كان محبا لمشاهدة الأفلام وكان يقضي أوقات فراغه في مشاهدة المسرحيات والانغمار فيها.

صوت الراوية

بعد أن حاز على الشهادة الإعدادية في العام 1939، أخذ (ستان) يفتش عن عمل. حدث وأن احتاج أحد أقرابه من بعيد وهو (مارتن كدمان)، المجلات، احتاج إلى من يساعده في أحد شركاته. حصل ستان على ذلك العمل الذي كان يقوم به (جو سايمون) والمخرج الفني (جالك كريب). (جالك كريب).

ايقائيز

ترك (جو سايمون) و(جال كريب) العمل لاختلافهم مع صاحب الشركة بخصوص الأجور، وفي هذا الوقت بالذات جاء الشاب (ستان لي) ليحل محلهم.

صوت الراوية

على الرغم من أن (كودمان) لم يأخذ الأمور الكوميديّة مأخذ الجد، إلا أنه أعطى ذلك الشاب حرية العمل. وهكذا شهد عام 1941 تاريخا جديدا للكتب الكوميديّة.

ايقائيز

اعتقد أن أول قصة كتبها (ستان) كانت بعنوان "كابتن أميركا".

صوت الراوية

جاءت الحرب العالمية الثانية لتعيق مسيرة العصر الذهبي للكوميديا وأوقفت (ستان) عن العمل بعد أن تم تجنيده في عام 1942. لقد أعطى في الجيش صفة غير اعتيادية وهي "كاتب مسرحية". بعد انتهاء الحرب، عاد (ستان) لمزاولة كتابة وتحقيق النصوص الدرامية التي تحولت إلى صناعة في عام 1945.

ايفانز

إن طريقة عمل النصوص الكوميدية تنطلق من هذه المقولة:
اعرف ما يحتاجه السوق وقدم له تبعاً لذلك.

(ستان)

لقد كتبنا القصص الحزبية والرومانسية وقصص الرعب
وقصص عن الحيوانات وقصص الكارتون المتحركة.
كنا نسير ضمن التيار ونكتب ما يطلبه السوق منا.

صوت الراوية

لقد كانت صناعة بلا هبة

(اليسون)

عندما بدأوا كتابة تلك النصوص، اعتبرهم البعض أطفالاً،
لأن بعض الناس كانوا يعتبرون أكثر الشؤون الفنية أموراً ثانوية، لكن
بمرور الزمن

أخذ الناس ينظرون إلى الكتب الكوميدية نظرة جادة ويصنفونها
ضمن الفنون الأميركية الحقيقية

(ستان)

في تلك الأيام كان ينظر إلى المواضيع الكوميدية نظرة متدنية.
اتذكر عندما كنا نذهب إلى الحفلات، كان الناس يسألوننا عن عملنا
وكنت أحاول تجنب الإجابة وإذا كرروا السؤال، فأقول لهم
"إنني كاتب" وأتركهم بسرعة. أحياناً يتبعني واحد ويسألني:
"ماذا تكتب؟" فأجيبه بأنني أكتب القصص للشباب. كلما ابتعدت عنهم
زادوا متى اقتربا، ويسألون: "أين تنشر هذه القصص؟" فأجيبهم:

"في المجلات". وسألونني عن نوع المجلات. وهنا أضطر إلى القول لهم بأنني أكتب القصص الكوميدية. وهنا ينظر السائلون إلى نظرة احتقار ويتركونني.

صوت الراوية

إلا أن امرأة واحدة لم تتركه. كانت تلك المرأة ممثلة وكاتبة اسمها (جون كليتون بودكوف). لقد التقيا بالصدفة، كان قدرهما أن يلتقيا في تجمع اجتماعي.

(ستان)

حسنا، كان لقائنا قد تم بطريقة مضحكة. عندما كنت شابا كنت أرسم الصور الكارتونية، الصور الصغيرة جدا. تقريبا إن كل إنسان، عندما يبدأ بممارسة الرسم في فترة مبكرة من حياته، فإنه يرسم وجوه الفتيات التي يمشقهن. كان هناك وجه فتاة كنت غالبا ما أرسمه...

(جون)

أتذكر ذلك بصورة جيدة: جاء إلى الباب وكان واضعا معطفه الواقي من المطر على كتفه.

(ستان)

فتحت جون الباب، ولم تكن الفتاة التي جئت من أجل اللقاء بها. كانت رئيسة المعارضات وكانت الفتاة التي بقيت أرسم وجهها كل حياتي. ...

(جون)

قلت له: أهلا وسهلا ورد لي التحية بمثلها، ثم قال لي: أتصور أنني سأكون مغرما بك...

(ستان)

نظرت إلى وجهها وشعرت بأنه كان الوجه الذي كنت أرسمه كل حياتي، وقلت لها شيئا سخيفا: "أحبك".

(جون)

تصورت أنه الرجل الذي لا أستطيع مغادرته.

صوت الراوية

تزوج ستان وجون في ليلة عيد الميلاد من عام 1947

(موسيقى صاخبة)

صوت الراوية

في بداية الخمسينات ترك الناس قراءة الكتب الكوميدية واتجهوا، وبخاصة الأطفال، صوب قراءة كتب العنف المثيرة. من عام 1954 بدأت لجان إحدى

مجلس الشيوخ الفرعية المتخصصة بمعالجة جنوح الأطفال دراسة الكتب الكوميدية

* * * *

(فترة إعلانات)

الفصل الخامس

صوت الراوية

لم تحول المواضيع الكوميدية التي كانت في الكتب إلى أفلام إلا بعد مرور ثلاثين عاماً.

تمتع الناس ببرنامج "كانوا رجالاً" إلى درجة أنه أصبح يث لمدة ستة أيام في الأسبوع.

(لقطات تصور الشخصيات الرئيسية لهذا البرنامج وهم:

انجل، ايسمان، مارفل، سايكلويز، ويبست).

صوت الراوية

في الواقع، كانت تلك الشخصيات مشوهة وثائرة وذات قوى خارقة وأقصم بها:

انجل، ايسمان، مارفل، سايكلويز ويبست. بعد مرور الزمن شاخت

هذه الشخصيات ولكنها بقيت ثائرة.

(موسيقى)

صوت الراوية

إن سر إعجاب الجمهور بشخصيات برنامج "كانوا رجالاً"

يرجع إلى طبيعة هذه الشخصيات على التكيف والتأقلم. بمرور الزمن أضيفت مجموعة من الشخصيات الجديدة إلى الشخصيات التقليدية وهذه المجموعة هي: (وولفرين) و(ستورم) و(نايتكرولز). واجهت هذه الشخصيات الجديدة تحديات جديدة.

صوت الراوية

في العام 1994 ظهر برنامج (سبايدرمان). حاول (ستان) أن يظهره بالشكل الأمثل، ولذلك استعان بمساعدة الخبراء.

صوت الراوية

الآن، أصبحت الكتب الكوميدية جانباً مهماً من جوانب الثقافة. تتبع أهمية هذه الكتب من ندرتها، هذه الندرة متأتية من – الأمهات.

(ستان)

لا أعرف الكثير عن تفاصيل هذا الموضوع ولكنني أعرف بأنه في هذا العمر تقوم أمهات الشبان، من وقت لآخر، برمي الكتب الكوميدية.

(إيفانز)

إن المهمة الأساسية للأمهات هي تخليص أبنائهن من الكتب الكوميدية أما المهمات الأخرى فهي الولادة وإرضاع الأطفال.

(اليسون)

لقد شاعت فكرة معينة وهي أن الكتب الكوميدية هي كتب مخصصة للأطفال. إن مجموع أثمان الكتب التي تخلصت منها الأمهات هي الآن بحدود الأربعين مليون دولاراً، وهذه الظاهرة تسبب الآلام للكثير من الناس.

(بارنز)

إن الكتاب الذي كان سعره خمسة وستين سنتاً أصبح الآن عشرين دولاراً.

(سايمونز)

اعتادت أمي أن ترمي كتيبي الكوميدية وتشتري محلها بعض كتب الأطفال. هل تذكر الكتب التي رمتها أمك؟

(فيرنكو)

ربما استطعت أن أشتري مسكناً آخر بالمبالغ التي اشتريت بها الكتب الكوميدية.

(صوت الراوية)

اليوم أصبحت لـ (ستان لي) طاقة لا تتضب. لقد ركز هذه الطاقة على إنتاج عالم سحري، هذا العالم الذي أثار إعجاب الأطفال ونال احترامهم.

(ستاورت)

أتصور أن الجهود التي قدمها (ستان) خلقت نمطا فنيا ذات إطار ترفيهي. لقد نال هذا الإبداع المتاني من (سان) احترام الكثير من الناس، فلا عجب أن يصل هذا الفن إلى ما وصل إليه.

(ليير) (اقتباس مسجل)

لقد أسبغ الحياة على هذا الفن، من خلال الفكاهة والشخصيات المقنعة والأسلوب.

(اليسون) (اقتباس مسجل)

إنني، كما تعرف، لست إنسانا سهلا، اكتشفت من خلال تعاملتي مع (ستان لي) بأنه إنسان عنيد وصلب لكنه صريح جدا. لم يكذب علي أبدا. إذا وعدني بشيء فإنه ينفذ وعده.

(استر)

إنه الآن أكثر شباهًا من فترة شبابه. إنك لا تستطيع إلا أن تعجب به. إنه إنسان محترم ومحترم.

(جون)

وهو معافى ونشط وموهوب وأنا سعيدة جدا بكوني زوجته.

(ستان)

عندما كنت طفلا، اعتدت على أن أرسم كثيرا ولكنني كنت أشعر بأن هذه الممارسة لن تستمر طويلا. تصورت أن هذه الممارسة ستمدني بالخبرة التي بدورها ستساعدني في إيجاد عمل ما في هذا العالم. لم اكن أتصور أن الرسم سيلازمي طوال حياتي. (تبهيت لصورة (ستان) وهو يبتسم).

المضيف

إن (ستان لي) لا يختلف عن الأبطال المرموقين الآخرين، فهو كإنسان، واقعي ومحبوب.

دائماً ما يستشير صناع الأفلام في هوليوود عندما يفتشون عن أفكار جديدة. أنه يسافر عبر البلد كسفير ود ومحبّة. على الرغم من كل النجاح الذي حققه، فقد ظل (ستان) إنساناً متواضعاً. إلى اللقاء في برنامج جديد من برامج "السيرة الذاتية"

البرامج الوثائقية القصيرة Minidocumentaries

لقد أدى النجاح الذي حققه برنامج "ستون دقيقة" إلى ازدهار البرامج الوثائقية القصيرة. ويخصص هذا البرنامج. الذي يستغرق ستين دقيقة، من (15) إلى (20) دقيقة لكل فترة. وعلى كاتب هذا البرنامج أن يكون دقيقاً وأن يمزج بين الأخبار والفقرات الترفيهية لأنه غالباً ما تعرض مثل هذه البرامج في فترات المساء أي بين عرض الأخبار وبين البرامج الترفيهية. كتب (رون بلاو)، منتج وكاتب الأفلام التلفزيونية، والأفلام الوثائقية الطويلة للتلفزيون والعديد من البرامج الوثائقية المصغرة التي تتراوح مدة عرضها ما بين الأربع إلى العشر دقائق. يمتد هذا الكاتب بأن الأساس الذي يقوم عليه البرنامج الوثائقي الاعتيادي والبرنامج الوثائقي المصغر هو أساس واحد مع اختلاف بسيط ألا وهو أن البرنامج الطويل يمتلك مدة زمنية أطول لكي يقدم المعلومات الوافية ويطور الأفكار. إن أكثر كتاب البرامج الوثائقية المصغرة يعملون ضمن الإطار التسلسل التاريخي الموحد. إنهم يختارون الفكرة أو الموضوع الرئيس من مصادر مختلفة مثل المنتج المنفذ، المنتج الميداني، القصص الصحفية وربما من الكاتب المنتج غير المحترف. يتوجب على الكاتب، بعد أن يثبت الموضوع، أن يبدأ بإجراء البحوث المناسبة: بعض هذه البحوث يمكن أن تجري في المكتبات وبعضها في أماكن الأحداث وبعضها الآخر تتم من خلال المقابلات الشخصية. بعد البحث تأتي مرحلة جديدة: هي إعداد الملخص يبقى هذا الملخص مرناً وقابل للإضافة أو الحذف لأن الكاتب غير متأكد إلى حد الآن مما سيقبله المشاركون ولا من الوسائل المرئية أو السمعية المتاحة. يقترح (بلاو) بإجراء ملخص بسيط لأن طبيعة البرنامج لا تسمح باستثمار الوقت الطويل ولا بطرح مسائل

معقدة. يذكر الكاتب بأن هناك ثلاثة أنواع رئيسية من الأمور التي يمكن استخدامها: الصوت المسموع غير المرئي (705) والاقتراسات المسجلة (quotes) والوسائل المرئية مثل الفيديو والأفلام التي تبين الخلفية والأحداث والأشخاص دون صوت. يجب أن تخصص غرفة للموسيقى أيضاً. يصبح الملخص الأخير بمثابة القاعدة التي تنطلق فيها عملية التصوير. بعد ذلك تأتي عملية إعادة النظر بالمادة وغربلتها (screening). إن أغلب الكتاب، كما يقول (بلاو)، يبنون هيكل البرنامج اعتماداً على الاقتراسات المسجلة والأصوات الصادرة من خارج الاستديو. إن أكثر كتاب البرامج الوثائقية يمارسون الأمور التي تمارس في الصحافة، إنهم يبدأون البرنامج بفقرات استهلاكية مثيرة عن المواضيع التي تقدم الزبدة ثم يتبعون ذلك بالأسئلة الخمسة الأساسية (five Ws)، بعدئذ يقدموا التفاصيل في الوقت المتبقي. يبدأ (رون بلاو) برامجه بشيء لافت للانتباه، بمعنى آخر شيء ذي أهمية خاصة للمشاهدين. بعدئذ يملأ الفجوات الموجودة داخل تركيبة برامجه بالمواد الميدانية (field materials) وأخيراً يستعمل الأصوات المنبعثة من خارج الاستديو.

وبسبب تعدد المواد التي يحتاجها البرنامج المسلسل، (حيث يحتاج ثلاث مواد في الأقل لكل نصف ساعة)، وبسبب الوقت المحدد له، فإن الكاتب يحتاج إلى فريق عمل كبير لمساعدته وإلا فإنه يحتاج إلى بذل المزيد من الاهتمام الشخصي لأجل التأكد من أن المعلومات المستخدمة هي معلومات دقيقة ومعتمدة. استثمر الحقائق الموجودة كما هي ولا تبتكر الحقائق من أجل سد فراغ معين في فقرة معينة. إن العديد من البرامج الوثائقية المصغرة تكرر ما تغطيها الصحافة. أحياناً يمكنك إضافة بعض اللمسات التزيينية للمادة من أجل إضفاء الحياة عليها. ما هو الحد الفاصل بين البرامج الوثائقية الحقيقية والبرامج الوثائقية الخيالية؟ يقول (جون. جاي اوكونر)، الناقد في جريدة (نيويورك تايمز) بأنه لا يوجد مثل هذا الحد الفاصل.

مع ذلك، لا تعتبر الخيال حقيقة. إليكم مقتطفات من نصين لمسلسل قصير كتبه (رون بلاو) بعنوان (الأطفال العابرة):

	الأطفال المبصرة
	مقدمة
الصورة	الصوت
أطفال	موسيقى.
لقطات من حضنة (جوش)	الرواية: (Voice Over): إلى حد الآن كنا نشاهد القوى التي تؤثر في عقلية الطفل مثل الموهبة التي تولد مع الطفل والعائلة التي يعيش فيها. إلا أن هناك قوى أخرى كبيرة جدا. هذه القوى هي المؤثرات الثقافية التي ترفع بعض الفئات إلى القمة وتعطي فرص الإبداع للأولاد أكثر مما تعطى للفئات وتحد من تقدم بعض الفئات الأخرى. تبدو أميركا وكأنها بوتقة كبيرة، إلا أن الضغوط الثقافية فيها تشجع بعض مواطنيها للسير في طريق الإبداع (موسيقى). مؤثرات صوتية.
نهاية المقدمة	الرواية (صوت في الخارج): في كل سنة، تقدم مؤسسة (ويستكهاوس) العديد من الجوائز لطلبة المدارس الإعدادية المتميزين، بالإضافة إلى تقديمها الزمالات الدراسية لهم. (مؤثرات صوتية)
أحد نوادي العلوم الرياضية	صوت شخص لا يظهر على الشاشة: حصل (وي جنك (ز)، المولود في (كانتون)، على إحدى جوائز مؤسسة ويستكهاوس نتيجة بحوثه في علم الجبر. إنه أحد الطلبة المتميزين في إعدادية بروكلن التقنية.
صوت المدرس (زميرمان) وي جنك	زميرمان: إنه عالم رياضيات من الطراز الأول. إنه يمد بالكثير، وفي الوقت نفسه فإنه يمتاز بالتواضع وي جنك: عندي العديد من الهوايات ... والعلوم العامة والرياضيات. لقد أحببت العلوم والرياضيات منذ أن كنت صبيا يافعا وكان أبوي يرويان لي القصص العلمية. إنني محب للاستطلاع ودائما ما أسأل واستقصي. دائما ما يتكلم والدي معي بلغة العلم.
صورة ثابتة للأبوين	

(موسيقى صينية)

يظهر وي جنك على الشاشة وهو يشاهد التلفزيون مع أمه وأخته.

الراوية: كان والدا (وي جنك) يعملان كخبراء في حقل علوم البصريات الليزرية في الصين. الآن يعمل والده في أحد المطاعم العائدة إلى أحد أقاربه وتعمل أمه مدققة حسابات في إحدى شركات التأمين. (وي جنك): أعتقد إنني طموح جدا لأن والدي يريدان مني أن أقدم بعض الإنجازات الكبيرة في الحياة. المقابل: هل تتطلع إلى أشياء أبعد من تقديم الإنجازات الكبيرة؟

(وي جنك) أمام الكمبيوتر

(وي جنك): إنني أطمح إلى الحصول على جائزة نوبل أو ... أبتكر شيئا جديدا ومهما بالنسبة للعالم. عندما أكون داخل قاعة الدرس فإنني أحاول أن أستوعب ما يجري. إنني أمتلك ذاكرة قوية ولذلك لا أخشى أيام الامتحانات وأعتبرها أياما اعتيادية. في الواقع إنني أتطلع إلى المزيد من أيام الامتحانات لأنها تكون أياما خالية من الواجبات والتمارين. الراوية: إن (وي جنك) هو أحد أحفاد الإمبراطور (منيك). إنه الآن يهيا نفسه للالتحاق بجامعة (هارفرد).

صوت مسجل لـ (وي جنك)

(وي جنك): إنني أعمل بجد، بعبارة أخرى، إنني أحب الاستطلاع عن الأشياء من أجل معرفة أسباب وجودها... ثم أفتش عن المماريات العالمية وخاصة المماريات في حقل الرياضيات.

مدرسة أمريكية

بنجامين بلوم: نحن نقابل الآباء في اليابان وهونج كونج مدرسة يابانية وفي بلدان أخرى من العالم ونسال الآباء: "كيف تفسرون ضعف ابنكم الدراسي؟" الآباء في آسيا يضعون اللوم على الأبناء. في الولايات المتحدة، تجيب الأم، على نفس السؤال بالطريقة التالية: "حسنًا، كنت ضعيفة في مادة الحساب"، وبعدها تؤكد بأن ضعف ابنها الدراسي هي قضية وراثية.

الراوية: إن قارة آسيا هي قارة واسعة تمتاز بالكثافة السكانية. إن هؤلاء الأطفال هم من طوكيو، وهؤلاء الأطفال، حالهم حال أطفال (بيسجنك) و(فيتوم فن)، يمتازون بحسهم العالي بالمسؤولية والانضباط واحترام العلم والمعرفة.

(ادث) تحلل المسائل الرياضية

(وي جنك): أتصور أن العامل الأساس وراء هذه الظاهرة هو أن العوائل الآسيوية حريصة على تعلم أطفالها ومتابعة إنجازاتهم. أنها تتوقع الكثير من الإنجازات من أبنائها. هذا هو، في تصوري، العامل الأساس.

(مؤثرات لمدة خمس ثوان)

(ادث): عندما التحقت بالمدرسة الإعدادية، وجدت مع (كارلوس). في المدرسة جمعية للعلوم الرياضية. لم أسمع بهذا الشيء من قبل. كانت هناك مباريات ومنافسات في حل المسائل الرياضية. كان أمرا رائعا حقا.

الراوية: كان الهدف من "سباق الرياضيات" هو اكتشاف الطلبة الثمانية المتميزين في علم الرياضيات في أميركا. إذا تصفحنا تاريخ هذا السباق فسنجد أن الطالبة (ادث ستار) من جامعة (هارفرد) كانت أول فتاة تفوز بهذه الجائزة. على العموم، لا نجد هنا إلا القليل من العالمات بالعلوم الرياضية.

لماذا يكون عدد النساء في هذا الميدان محدودا؟

يبدو أن هذا الأمر طبيعي، ليس في حقل العلوم الرياضية بل حتى في سباق الشطرنج. فقد شارك في السباق الأخير للشطرنج (142) لاعبا ولم يكن عدد النساء المشاركات فيه سوى ثلاث.

(فيلدمان): حتى في هذه الأيام نجد أن بعض الفتيات يتصورن بأنه سيأتي من يرعاهن في المستقبل، حيث سيصبحن زوجات وأمهات. ربما سيجدين أعمالاً لكنهن دائماً ما يعتمدن على الرجال. وهذا ينطبق على الفتيات الموهوبات. يجب علينا أن نشجعهن على أن يكن مستقلات في اتخاذ القرارات الخاصة بهن. يستطعن أن يخترن العمل الذي يناسبهن ويستطعن أن يخترن العمل في البيت ورعاية الأطفال وأمام الفتيات خيارات كثيرة.

الراوية: إن (ادث ستار) ظاهرة استثنائية.

إنها تثير الطريق للآخرين. أنها تتصور بأنها أبدعت في ميدان الرياضيات لأنها نشأت في بيئة عائلية تختلف عن البيئة التي نشأت فيها الفتيات الأخريات.

(ادث): لقد شجعتني والدي ولم يفرضوا عليّ أي شيء، كأننا يفرحان جداً عندما يجدانني أبداع في هذا الميدان. كان يشجعاني على حل التمارين الفكرية والكلمات المتقاطعة. كان هناك العدد الكبير من المدرسين، بالإضافة إلى والدي، الذين شجعاني ولم يفرضوا عليّ أي شيء.

الراوية: بغض النظر عن الميدان، لا نستطيع هنا أن نشخص سوى العدد القليل من الفتيات اللواتي ميزن أنفسهن كأطفال عبقريات مقارنة بالأولاد، إلا أن هذه المعادلة غير المتكافئة ربما ستختفي في يوم ما.

(فيلدمان): سيأتي اليوم الذي ستقول لنا فيه الثقافة بأن الأولاد والبنات متساوون في قدراتهم الاستثنائية،

الاعتبارات الخاصة Special Considerations

تتم صياغة البرامج العامة والبرامج الموثقة من أجل تغطية أخبار المجاميع العرقية والعنصرية. يعتقد بعض النقاد بأنه لا يمكن للكاتب أن يكتب برنامجا عاما أو موثقاً عن مجموعة معينة من الناس ما لم تتوفر لديه المعلومات المباشرة والوافية عنها وما لم يكن منتمياً إليها. تقول (لورين مسيازك)، التي أخرجت برنامج (المدافعون عن التربية الهندية) وأنتجت العديد من البرامج الإذاعية والتلفزيونية عن أهالي أميركا الأصليين، تقول بأن الكاتب غير الهنود عادة ما يستخدمون كلمات مثل "squaw" والتي تعني "أميركية من الهنود الحمر" و"breed" والتي تعني "بتوالد"، دون أن يدركوا المضمون الأزدرائي لمثل هذه الكلمات. لقد أبدت اهتماما خاصا بالبرامج التي تغطي أخبار الهنود الحمر المضطهدين والتي تهاجم هؤلاء الناس، بينما لو كانت تلك البرامج ذات وجهات نظر موضوعية فإنها ستعتبر هذه الفئات طيبة وكريمة. تقول (لورنس) إن على كل من يريد أن يكتب نصاً إذاعياً أو تلفزيونياً أن يكون عارفا لهذه المشكلة. قد يكون ما يقوله غير مقصود لكن الذي يحدث في المجتمع الأمريكي هو أن بعض الناس يفكرون بالهنود الحمر تفكيراً آلياً ومقلوباً. لقد عبّر عن المشكلة نفسها (توماس كروفرد) الذي كتب وأنتج البرامج عن مشكلة الهنود الحمر. يقول (كروفرد) بأنه على الكاتب قبل كل شيء أن يلم بالمصطلحات وصيغ التعبير وطريقة تفكير وأسلوب تلفظ الكلمات التي تمارسها المجموعة التي يكتب عنها. إن إلمامه بهذه الخلفية سيساعده على التعامل مع موضوع برنامجه تعاملًا دقيقًا ومؤثراً. أكد (كروفرد) الحاجة إلى وجود الخبرة الشخصية والمشاعر الإنسانية عند كاتب النص. إن مثل هذه البرامج التي تتعامل مع الهنود الحمر وتبث على مستوى الوطن ستكون محرمة تقريبا على الفئات التي لا تنتمي إلى الهنود الحمر. يستطيع الكاتب الهندي أن يستخدم المصطلحات ويقدم وجهات النظر الرصينة المعدة بصديق عن مشاكل السكان الأصليين في الولايات المتحدة. يمكن استخدام هذه المبادئ في أي برنامج يعالج مشاكل الفئات العرقية أو العنصرية وبخاصة البرامج العامة أو البرامج الموثقة، هذه البرامج التي تتطلب من كاتبها سعة الاطلاع عن الموضوع الذي يبغى الكتابة عنه. إليكم نموذجاً من البرامج الموثقة المتعلقة بالهنود الحمر وعنوان البرنامج "من يملك الحق؟".

مقدمة موسيقية (تتقربها أنشودة بمصاحبة الكيتار). يظهر المذيع ليعمل البرنامج: من يملك الحق؟ إنه مسلسل عن مجموعة (الكوتينيز)، عن قوتهم السياسية في الشمال الغربي من (مونتانا).

سكنت مجموعة (الكوتينيز) منطقة الشمال الغربي من (مونتانا) منذ زمن طويل جدا. قبل أن يأتي السكان البيض إلى تلك المنطقة، كانت هذه المجموعة تصطاد الثيران الأميركية والغزلان والظباء، ثم أخذوا يطورون زراعة أشجار التوت وبعض الأعشاب التي كانت موجودة في تلك المنطقة بكثرة. عاش هؤلاء الناس بأمان باستثناء بعض المناوشات التي حدثت بينهم وبين مجموعة (بلاكفيت). على العموم كانت حياتهم مستقرة. الآن اختلفت القصة، بعد أن ضمتهم حكومة الولايات المتحدة إلى مجلس القبائل الفدرالية الذي يضم عشرة قبائل. يوجد في هذا المجلس عضو واحد يمثل مجموعة (الكوتينيز). إنهم يجدون أنفسهم الآن عبارة عن أقلية في منطقة (ليك كوتني) حيث يكون عدد السكان من غير الهنود أكثر من عدد (الكوتينيز). تقوم هذه الفئات في هذه المنطقة بإدارة المدارس وغيرها من المؤسسات الحيوية، استمر هذا الوضع هكذا لعدة سنوات، وهذا ما جعل (الكوتينيز) يشعرون بالإحباط. لقد عبر (ليليس وايلت)، المتخصص بشؤون قبائل (بيند اوريل) عن هذه الظاهرة قائلا: "أتصور أن مجموعة (الكوتينيز) قد عاشت معزولة وبعيدة عن مركز حكومة العشائر أتصور أيضاً بأنهم خسروا الكثير بسبب هذه العزلة. لا أتصور أن هذه المجموعة قد تمتعت بأي شيء جيد صادر من الحكومة، هذا إذا افترضنا أن هناك أشياء جيدة صدرت من الحكومة لمنفعة الهنود الحمر. أشعر بأن العلاقات بينها وبين الحكومة هي علاقات متوترة".

الراوية: يعبر سكان هذه المنطقة عن المشاكل التي يعيشونها هكذا:

(جاي كرو): "إننا لا ندير شؤون هذه المنطقة بصفقتنا أقلية، ولم نحصل على أية فرصة للتعبير عن آرائنا".

(بي كنميل): "هل تتصور أننا نمتلك صوتا مؤثرا في هذا المجال؟"

كلا، وهذا يعود إلى أن لقبيلة (الكوتينيز) ممثل واحد في هذا المجلس. "أف برك: "حسنا، ذهبنا إلى تلك الجزيرة وطوقناها. وجدنا فيها عشرة غزلان نافعة وكانت رؤوسها مقطوعة. اعتقد أن السكان البيض قطعوا تلك الرؤوس لأنهم كانوا يفتشون عن رؤوس الغزلان وقرونها. لو صاد الهنود الحمر تلك الغزلان لاحتفظوا بجميع أجزاء الجسم لأنهم يعرفون كيف يستثمروا كل تلك الأجزاء".

إل. تامسو: "لو جاء الناس من واشنطن (دي. سي) وسألوا عن المعاملة التي يتلقاها الهنود الحمر، فإنهم سيوجهون إلى بيوت الهنود الحمر الأغنياء، وليس إلى بيوت الفقراء من الهنود الحمر، تلك البيوت الآيلة للانهيار لقدمها. كان المفروض أن يوجهوا إلى هنا، إلى منطقة (ايلمو)، هذه المنطقة التي يسكنها أناس في أمس الحاجة إلى المساعدة".



إذا أراد أحدهم أن يميز المجاميع المستضعفة من المجاميع المؤثرة والقوية فعليه أن يسأل السؤال التالي: "ما هي حاجات هذه المنطقة؟" المجاميع المؤثرة ستؤكد بأن المنطقة لا تحتاج إلى شيء أو ربما إلى الشيء القليل. المجاميع التي تحتاج إلى العون الكبير هي مجاميع قبيلة "الكوتينيز"، أما المجاميع الأخرى فمكتفية ولا تحتاج إلى أي عون.



إذا أراد أحدهم أن يتقهم قبيلة (الكوتينيز) فعليه أن يدرس تاريخ هذه القبيلة. أن تاريخ هذه القبيلة عريق ويرجع إلى عدة قرون. يبدأ هذا التاريخ عندما أخذ (الكوتينيز) يسكنون السهول ويزرعون معظم الأراضي العائدة إلى قبائل (يلاكيت) و (اسينيون) وغيرها من المنطقة الشمالية من السهول. أخذت قبيلة (الكوتينيز) تقسم نفسها إلى مجاميع صغيرة يديرها رؤساؤها ونوابها. كانت كل مجموعة بمثابة حكومة صغيرة. كانت تلك المجاميع موحدة من حيث اللغة والدم وأسلوب الحياة. عندما دُعي (الكوتينيز) للانضمام إلى بعض القبائل مثل قبيلة (بيند ازريل) وقبيلة (سالش) من أجل توقيع معاهدة سلام مع

السكان البيض. لم يقبل (الكوتينيز) توقيع تلك المعاهدة لأنهم لم يجدوا لها سبباً وجيهاً. كانت هناك مسألة شغلت (الكوتينيز) لمدة قرن من الزمن وهي بآي حق يتخذ البيض القرارات التي تخص حياة الهنود الحمراء في الأسبوع القادم سنحاول دراسة تاريخ المشاكل الاجتماعية والاقتصادية المتعلقة بحياة الهنود الحمر. الراوية: أنتجت هذا البرنامج مؤسسة كوتيناى للاتصالات بالتعاون مع مؤسسة مونتانا للمساعدات الإنسانية. إن وجهات النظر التي استمعوا إليها من خلال البرنامج لا تعبر بالضرورة عن وجهات نظر هذه المؤسسة الأخيرة.

التطبيق والمراجعة Application and Review

- 1- اكتب نصاً لبرنامج إذاعة حول كيفية عمل الأشياء. على أن يكون الموضوع مهماً لفئة مهنية محددة في المجتمع.
- 2- اكتب نصاً لبرنامج تليفزيوني سيفلق بالاهتمامات الإنسانية على أن يكون الهدف هو الإقناع والإعلام، وحاول اختيار موضوع يتعلق بالصحة العامة أو الرفاء الاجتماعي.
- 3- اكتب نصاً وثائقياً للراديو أو التليفزيون مستخدماً أحد أصناف الفيلم الوثائقي الأساسية. وثم باختيار موضوع ذي أهمية لبقاء الإنسانية وازدهارها على أن يكون الموضوع مثيراً للجدل في المجتمع.
- 4- اكتب الإطار الأساسي لفقرة برامجية مدتها 15 دقيقة تكون مناسبة للاستخدام في برنامج "ستون دقيقة"، وفقرة أخرى مدتها سبع دقائق تكون مناسبة لبرنامج مجلة تليفزيونية.
- 5- قم بتحليل نص كتبت في تمارين (1-4). هل تعطي هذه النصوص اهتماماً لكلاً الجانبين، وإذا كانت المرأة هي جزء من البرنامج، فهل أعطيت الاهتمام المناسب

برامج الحوار والمقابلات

Interview and Talk Programs

يشمل مصطلح الحوار أنواع البرامج الرئيسية التي لا تنضوي تحت لواء البرامج الإخبارية والوثائقية والموسيقية والدرامية والثقافية وبرامج الألعاب والتدريب أو الإعلانات التجارية. فهو يشمل إذن برامج الحوار والنقاش والمقابلات التي تتناول مواضيع الساعة المهمة. وفي التسمينات، اكتسحت ظاهرة برامج الحوار البرامج الإذاعية. وفي منتصف عقد التسعينات سيطر مقدمو ومقدمات برامج الحوار على محطات الإذاعة التي تقدم برامج موسيقية، بل وقامت عدة محطات إذاعية متخصصة بتقديم البرامج الموسيقية بإضافة برامج حوار إلى منهاجها لتزيد من شعبيتها ومستعبيها خاصة في فترة المساء وساعات الليل المتأخرة حيث سيطر التلفزيون على موجات البث اللاسلكية. لقد أثرت اتجاهات الرأي العام وانعكست في زيادة برامج الحوار وزيادة عدد المعلقين السياسيين المحافظين من أمثال "رّش لمبو" حيث كان هناك عدد قليل نسبيا من المعلقين الليبراليين من أمثال ماريو غومو. لم تكن غالبية هذه البرامج مجرد تعليقات حول مواضيع الساعة، وإنما كانت أساسا برامج مقابلات ونقاشات حيث يشترك ضيف البرنامج في إجراء المقابلة والحوار حول قضايا محددة مع الشخصية المسؤولة التي يستضيفها البرنامج، وغالبا ما يشترك الجمهور في النقاش والحوار عبر الاتصالات الهاتفية المباشرة. وتبث أمثال برامج الحوارات

السياسية هذه بشكل رئيس عبر الإذاعة ولكن قد يبت بعضها عبر التلفزيون المحوري مثل برنامج "لاري كينغ رلف" الذي بدأ في الإذاعة باسم برنامج (كينغ) قبل أن يقدم في التلفزيون.

وفي التسعينات ازداد أيضاً ظهور برامج حوارية غير دائمة تعتمد على ضيوف البرنامج فقط في مناقشة القضايا السياسية والاجتماعية المهمة. وقد أدى نجاح برنامج "أوبرا" والذي لا يطرح آراء ومواقف فقط وإنما يعرض أيضاً تجارب ومشاعر عاطفية - إلى ظهور العديد من البرامج المشابهة له في الإذاعة والتلفزيونية وتعتمد هذه البرامج أيضاً وبشكل أساسي على إجراء اللقاءات والمقابلات.

ولا تتطلب برامج الحوار واللقاءات إعدادات نصوص ثابتة وكاملة لمادتها وإنما يتم وضع الخطوط العامة لها على شكل ملخص أو صيغة نموذجية مثل هذه البرامج. والسبب الرئيس لذلك هو أن تفاعل وتضارب آراء، وفي بعض الأحيان، مشاعر المشاركين يتطلب الارتجال وعدم التخطيط. والسبب الآخر هو أن المشاركين في البرنامج، فيما عدا مقدم البرنامج أو مدير الحوار، ليسوا من المحترفين أو المتخصصين عادة ولا يمكنهم حفظ أو قراءة النص المعد دون توتر أو تكليف. ولكن يتم بالطبع إعداد الطروحات الأساسية للبرنامج وبضمنها المقدمة والخاتمة بشكل كامل. وعلى الرغم من ذلك، يجب على الكاتب أن يعد ما يمكن إعداده وما هو ضروري من مادة لكتابة النص. فلماذا يترك أمر نجاح البرنامج للصدفة، إذ قد يفاجأ بأسئلة غير معدة وأجوبة غير متوقعة أو سلسلة من التعليقات غير المناسبة، بينما هناك فرصة أفضل لتحقيق النجاح بوجود نص معد مسبقاً وقد تحتاج بعض برامج الحوار التي حافظت على صيغتها وهويتها مدة طويلة والتي يقدمها أو يديرها أشخاص متمرسون إلى ملخص فقط - أي قائمة تفصيلية بفقرات البرنامج المتابعة مع الوقت المخصص لكل فقرة إن أمكن.

أما الصيغة النموذجية لبرامج الحوار فتحتوي على تفاصيل أكثر إذ تتضمن قدر الإمكان ما يمكن إعداده من حوار وأفعال وبضمنها الملاحظات والتعليقات المعدة ليؤديها الجمهور على أساس أنها عفوية أو ارتجالية. إن الشكل الارتجالي لبعض برامج الحوار يجعلها أكثر رتابة ومللا وأكثر عرضة لارتكاب الأخطاء وغير ذلك من المساوئ والأخطاء التي تتميز بها البرامج التي لا يكون هناك إعداد لها

ولا يتم التدريب عليها بينما يطلب الكتاب الجيدون (والمخرجون والمنتجون والمؤدون) أكبر قدر ممكن من الإعداد والتمرين.

وبما أن البث الإذاعي والتلفزيوني يعمل وفق توقيت دقيق جداً يصل إلى حد أجزاء الثانية، فيجب الالتزام بخطة البرنامج العامة أشد الالتزام وكان البرنامج قد أعد إعداداً كاملاً وتفصيلياً وأجريت التمرينات بدقة متناهية لآخر ثانية من وقت العرض. يتم في بعض الأحيان، وضع خاتمات بديلة ذوات مدد مختلفة ليستطيع المخرج اختيار الخاتمة المناسبة، خاصة في برامج البث المباشر، لينهي البرنامج في الوقت المحدد تماماً.

المقابلات The Interview

تستخدم فقرة المقابلات واللقاءات في العديد من البرامج وخاصة البرامج الإخبارية والبرامج الوثائقية والثقافية والبرامج الخاصة بأحداث الساعة. وتبقى الطرق الأساسية المتبعة في إجراء اللقاءات متشابهة في جميع أنواع هذه البرامج.

أنواع المقابلات Types

هناك ثلاثة أنواع رئيسة من المقابلات: المقابلات لطرح آراء والمقابلات لإعطاء معلومات والمقابلات الشخصية. وقد تجتمع عناصر هذه الأنواع الثلاثة في نوع واحد منها.

المقابلات لطرح آراء The Opinion Interview

إن أية مقابلة تركز على طرح معتقدات وأفكار شخص واحد يمكن اعتبارها من نوع المقابلات لطرح الآراء. ونظراً لكون العديد من هذه المقابلات مع شخصيات بارزة ومرموقة كان يكونوا خبراء في مجال عملهم، فإنها غالباً ما تكون أيضاً من نوع المقابلات لإعطاء معلومات أو حتى من نوع المقابلات الشخصية كذلك. ويجب على مدير الحوار، حتى بالنسبة للمقابلات التي تكون ارتجالية بالكامل، أن يُعد مقدمة وسؤال في بداية اللقاء وأسئلة مُعدة لأجوبة متوقعة أو محتملة من الضيف لمتابعة الحوار. ويمكن أن يعطى ضيوف البرنامج تعليمات وتوجيهات أساسية قبل تسجيل البرنامج أو بثه على الهواء مباشرة.

المقابلات لإعطاء معلومات The Information Interview

هذا النوع من المقابلات يجري لتقديم خدمات عامة، وقد يكون ضيف البرنامج شخصية غير معروفة نسبياً، وقد يكون شخصية مرموقة في مجال عمله لأن الهدف الأساسي هو إعطاء وتوصيل المعلومات. ويتم في بعض الأحيان، إعداد نص كامل لمادة البرنامج. ويستطيع ضيف البرنامج أن يقدم مادة حقيقية ملموسة أو إعطاء معلومات لتحقيق هدف أو غرض معين أو أن يمزج بين هذه المعلومات وآرائه الشخصية. وإذا تم إعداد نص للبرنامج فيجب أخذ الخصائص الشخصية للضيف بنظر الاعتبار. فإن لم يكن الضيف مؤدياً جيداً - "قارئاً" جيداً - فمن الأفضل إعداد مخطط عام تفصيلي للبرنامج وإجراء تمرينات عليه ليبدو وكأنه يقدم بشكل عفوي أو ارتجالي.

وتعتبر مقابلات برامج الأخبار مثل برنامج "واجه الأمة" من نوع برامج المقابلات لإعطاء معلومات. عندما يكون ضيوف البرنامج من الشخصيات المهمة البارزة، فإنه غالباً ما يمزج إعطاء المعلومات بطرح آراء شخصية. على الرغم من أن ما يمكن أن يسميه البعض رأياً قد يسميه الآخرون حقيقة.

المقابلات الشخصية The Personality Interview

هذا النوع من المقابلات يجذب اهتمام الناس أكثر من غيره لأن الهدف الأساسي من البرنامج هو معرفة تفاصيل الحياة الشخصية للضيف أو إحراجه أو الثناء عليه، وقد يكون مرناً فيمزج ويربط بين هذه الأشياء جميعها. ويبدو أن أكثر برامج المقابلات الشخصية نجاحاً في الآونة الأخيرة هي تلك التي تمزج بين البحث والتحقيق في المواقف الشخصية والكشف عن المعتقدات والأفعال الشخصية للضيف. عند إعداد برامج المقابلات، يجب إعداد أسئلة وثيقة الصلة بالموضوع والحصول على معلومات كاملة عن حياة الضيف السابقة وتحديد الخطوط العامة للأسئلة والحوار مع الضيف لإعداد أسئلة تفصيلية وترتيبها وفق تسلسل منطقي.

الإعداد Preparation

قد تعد برامج المقابلات الإذاعية والتلفزيونية إعداداً كاملاً ويقدم نص نهائي

لمعد والضيف البرنامج يتضمن الخطوط العامة، حيث يتم إعداد المحور العام للأسئلة والأجوبة أما الحديث الفعلي للحوار فيكون ارتجالياً. وقد يكون البرنامج ارتجالياً بالكامل ولا يتم الإعداد له مسبقاً.

ويندر أن تكون المقابلات معه إعداداً كاملاً أو أن لا تكون ارتجالية بالكامل. يؤدي الإعداد الكامل للبرنامج إلى الرتابة والتكلف في التقديم إلا إذا كان لدى المقدم والضيف خبرة في الأداء يجعل قراءتهما النص تبدو وكأنها عفوية أو ارتجالية، وهذا ما يصعب تحقيقه عادةً. ومن جهة أخرى، يكون إجراء اللقاء دون إعداد كامل محفوفاً بالمخاطر، فقد يكون الضيف ثثاراً أو مرتبكاً أو مملاً جداً في حديثه، وقد تكون مهمة المقدم صعبة جداً في إعداد وتنظيم الأسئلة المناسبة في حينها.

وتكتب أغلب نصوص برامج المقابلات بصيغة المخطط التمهيدي أو الملخص. ويقوم المنتج والكاتب ومقدم البرنامج أولاً بوضع الخطوط العامة لصيغة الأسئلة والفرص منها، ثم يتم إعداد الأسئلة المناسبة بعد إجراء بحث شامل ومكثف. ويجب أن يكون لدى مقدم البرنامج فكرة عن الأجوبة المتوقعة أو المحتملة للأسئلة الرئيسية التي يتم وضعها لكي يكون مستعداً لطرح أسئلة ذات مغزى ووفق تسلسل منطقي، ومن أجل ذلك، يعقد اجتماع أو لقاء أولى في أي وقت مناسب لكافة الأطراف يعطى فيه الضيف ملخصاً بسيطاً أو شاملاً عن الأسئلة التي سيتم طرحها، ويحدد الضيف الخط العام لأجوبته. ثم يقوم الكاتب بوضع الأسئلة اللازمة لمتابعة الحوار ولتداول الموضوع وبحثه من كافة جوانبه ثم ينظمها ويرتبها قدر ما يستطيع وفق تسلسلها الدرامي والمنطقي. وتدرج الأسئلة التي سيتم طرحها فعلاً والأجوبة المتوقعة لها والأسئلة التي يتم وضعها لمتابعة الحوار استناداً إلى أجوبة الضيف في النص الملخص أو النص النموذجي المعد للبرنامج.

قد لا يتسنى، في بعض الأحيان، إحضار الضيف لإجراء مقابلة أولية، عندها يجب أن يخمن الكاتب الأجوبة المحتملة للأسئلة المدة. ويمكن أن يكون هذا التوقع صحيحاً ومتوافقاً مع الواقع إذا كان البحث الذي أجري عن الضيف دقيقاً وشاملاً. ويمكن أيضاً، في بعض الأحيان إقناع الضيف الذي لا يمكن إجراء لقاء أولى معه بالحضور إلى الاستوديو قبل بث البرنامج أو تسجيله بفترة معقولة لإجراء

نقاش أو تمرين بسيط معه، يعمل الكاتب مثل هذه الحالات عن كُتب مع المنتج ومقدم البرنامج لتقحيح المادة المعدة حتى آخر لحظة لبدء عرض البرنامج. إذا كان الضيف متعاوناً ووافق على إجراء مقابلة أولية أو لقاء يسبق العرض الأصلي للبرنامج، فسيحظى الكاتب بفرصة كبيرة لكتابة نص ممتاز.

إن الإعداد الجيد هو مفتاح نجاح برامج المقابلات. فيجب على الكاتب/ الباحث أن يتعمق في بحثه، وعلى مقدم البرنامج كذلك أن يلم بالمأما كاملاً بخلفية الضيف ومواقفه ودواخل نفسيته ومشاعره. كثيراً ما نشاهد بوضوح ضعف وسوء إعداد كثير من مقدمي البرامج لبرامجهم. لقد ظهر ميشيل مكلولين مؤلف كتاب "السَّجَان" الذي أثار جدلاً كبيراً حول نظام السجون في العديد من برامج المقابلات والحوار التلفزيونية والإذاعية ويؤكد على وجود فرق كبير في مستوى البرامج التي يكون فيها المقدم قد بذل الوقت والجهد اللازم للإعداد وقرأ الكتاب فعلاً، عن تلك التي لم يُبذل أي جهد في إعدادها. وأوضح قائلاً "عندما يكون مقدمو البرامج قد أدوا واجبهم وأطلعوا على الكتاب وأعدوا أسئلة جيدة ويستطيعون متابعة الحوار والنقاش بشكل ذكي لقراءتهم الكتاب، يكون عندئذ البرنامج حيويًا وممتعاً للغاية.

وأكدت فيليس هينز الكاتبة والمنتجة ومقدمة برامج مقابلات ولقاءات في التلفزيون الوطني والمحلي والإقليمي، أهمية التحضير والإعداد الجيد للبرنامج. وأشارت إلى أن سبب انسحاب "أوجي سمبسون" وتراجعها عن إجراء لقاء معه على شبكة محطة إذاعة وتلفزيون الذي كان قد حُدد موعده فور تبرئته من تهم القتل الموجهة إليه عام 1995، هو "قلق محامييه من أن يتم استجوابه في وقت الذروة (أفضل وقت لعرض البرامج حيث يكون عدد المتابعين كبيراً جداً)" وذكرت أن صيغة الاستجواب في إجراء اللقاءات والمقابلات صيغة صحيحة وشرعية وقد تبعها مايلك والاس في برنامج "60 دقيقة 60 minutes" وجعلها صيغة مؤثرة وفعالة. وعلى الرغم من الطرق التي يتبعها المقدمون في إجراء اللقاءات تتباين وتختلف - تتبع باربرا وولترز طريقة التحوار التعاطفي ويتبع تيد كويلز الطريقة الأكاديمية ويتبع أويرا وينفري طريقة التحقيق الحماسي بطرح أسئلة يمكن أن يطرحها أي مقدم برامج عادي - إلا أن الإعداد والتحضير هو الأساس. وتقول هينز إن "إن القراءة والاطلاع على كل ما

يخص الضيف وقراءة مؤلفاته وإعداد أسئلة تظهر مدى عمق الفهم والتركيز" هي المكونات الأساسية لبرامج المقابلات الجيدة. عندما تجري باربرا وولترز - إحدى أنجح مقدمات البرامج في تاريخ التلفزيون - مقابلات فإنها تمزج بين أنواع المقابلات الثلاثة جميعاً:

مقابلات طرح الآراء، وإعطاء معلومات، والمقابلات الشخصية وتكون دائماً جريئة ومسترخية في طرح الأسئلة على ضيوفها في كافة هذه المحاور وتتمتع في حديثها وحوارها بحيث تستطيع أن تكشف معلومات و آراء لم يسبق كشفها من قبل. بعض مقابلاتها مع بعض القادة السياسيين تصبح أساساً لمقالات صحفية مهمة تؤثر في الشؤون الدولية. كيف يتسنى لها فعل ذلك؟ أنها تفعل ذلك من خلال الإعداد والبحث المكثف العميق.

وحين يعلم بعض مقدمي البرامج حديثي العهد في المهنة بأن برامج (باربارا وولترز) لا تعد أو تكتب بالشكل المتعارف عليه، فإنهم يمتدحون بأنه ليس هناك إعداد لها. وفي حقيقة الأمر فإن التقارير والبحوث الدقيقة والتفصيلية ومجموعة الأسئلة الشاملة التي تطلبها وولترز من الموظفين العاملين معها غالباً ما يتطلب جهداً أكبر مما يمكن أن يبذله أي كاتب في كتابة نصوص كاملة للعديد من البرامج الأخرى. فمثلاً، عندما أرادت (ولترز) إجراء مقابلة مع (كارول برنت)، أعدت تقريراً مفصلاً من 38 صفحة تضمن تفاصيل حياة (برنت) وفق تسلسلها الزمني حيث استشهدت بمعلومات عن شخصيتها وعن حياتها المهنية وعن آرائها ومعتقداتها من مصادر مختلفة. وخرجت من هذا البحث بقائمة من الأسئلة التحقيقية تزيد على المائة، لا يمكن في الواقع أن توجه سوى جزءاً قليلاً منها أثناء اللقاء.

وفيما يلي مقتطف من التقرير المفصل المعد لإجراء المقابلة مع (برنت) ويلاحظ فيه بشكل خاص محاور الأسئلة المتنوعة التي تغطي كل ما يمكن تغطيته من الجوانب الفكرية والعملية لحياة برنت.

التسلسل الزمني للأحداث

ولادة برنت في سان انطونيو، تكساس	1934/4/26
انتقال والديها إلى لوس انجلوس	1938 أو 1939
انتقال كارول وجدتها إلى لوس انجلوس	1940
ولادة اختها كرستين	كانون الأول 1944
انفصال والداها بالطلاق	1946
تخرج كارول من مدرسة هوليوود الإعدادية	حزيران 1952
التحاق كارول بالمعهد الفني	1952-1954
وفاة جودي والد كارول	1954
انتقال كارول إلى نيويورك	آب 1954
تظهر كارول في برنامج بول وينشل التلفزيوني على مدى 13 أسبوعاً وتتزوج من دون سارويان	1955
تظهر بشكل منتظم في البرنامج التلفزيوني "ستانلي"	أيلول 1956
أول ظهور لها في البرنامج الصباحي غاري مور	1956/9/11
إلغاء برنامج "ستانلي"	آذار 1957
أول ظهور لها في النادي الليلي "الملاك الأزرق" وتغني أغنية "جعلت من نفسي أضحوكة"	تموز 1957
تزوج لوس أنجلوس وتعود بأختها إلى نيويورك	كانون الأول 1957
وفاة والدتها	1958/10/1
تقديم برنامج "الامتحان الصامت"	1958-1959
انفصالها عن دون سارويان	1959
تقديم عرض على مسارح بروداي بعنوان "حدث مرة على الفراش"	أيار 1959

الطفولة - العائلة - التعلم

ولدت كارول برنت في 1934/4/26 في سان انطونيو، تكساس "إن الجزء الأكبر مني إيرلندي والجزء الآخر هندي ... كنا إيرلنديون وإنكليزي وتسري في عروقتنا دماء الهنود الحمر" مقتطف من حديث لها عام 1972 كان والد كارول جودي برنت مدير دار للسينما في سان انطونيو تقول كارول إن والدها كان رجلاً رائعاً ولكنه ضعيف الإرادة ومولع بشرب الخمر أكثر من العمل.

"كان طويلاً هزيلاً يبلغ طوله ستة أقدام وأنجين ونصف، ويشبه إلى حد ما جيمي ستيفارت في كلامه وسلوكه"

مقتطف من جملة إدارة المنزل الجيدة، كانون الأول 1970

كان اسم والدته كارول لويز كريستون برنت

"كانت أمي قصيرة وسريعة البديهة وعصبية ولكنها على العموم طيبة" عن مجلة إدارة المنزل الجيدة، كانون الأول 1970.

"لقد ورثت الحس الفكاهي عن أمي. كنت أحدثها عن أحزاني فتجعلني أضحك وتقول الكوميديا هي مأساة في أكثر الأحيان".

مقتطف من مجلة "دليل التلفزيون" في 1972/1/7

في أواخر الثلاثينات، انتقل والدها إلى لوس أنجلوس وتركها مع جدتها "مي وايت" في تكساس. ثم لحقتهما كارول وجدتها عام 1940.

كان جودي ولويس يتشاجران وينفصلان عن بعضهما كثيراً. وقد ولدت كريستين في كانون الأول عام 1944 بعد إحدى مرات عودتهما لبعضهما لفترة وجيزة.



المهمة

تعددت كبرول أن تقول لها: ضاربت كاثوليوني لأنها أقول أن متجح في السن. يحس المرء أن يبدو مثل مارتين مورو أو توني كيريس وسوء الحظ، تبدو ميرتي الفتية أكثر شبيبة بتوني كيريس مقتطف من السيرة الشخصية الحالية، 1962.

وعملت كبرول في نيويورك في آب من عام 1954 وجاء دون ساروين بعينها شير وزنت في فندق سميتلات الطموحات بيني لندي التبريد والتشهير في عمل أبتج نسنت ولسرح جو. باب للسرح كان أول عرض قامت به لتسليمات في مدخل مضمم جنيح في منطقة مجمع روكفلر.

كل سيمعز أن أقوله عن فندق المثلثين الطموحين هو أنه يوفر عمل لبعض الوقت بحيث عندما يجد الممثل فرصة مقابلة عنتج ما فإنه لا يظهر أمامه معظير المعمر اليانس من الحياة.

مقتطف من السيرة الشخصية الحالية، 1962

لقد قامت كبرول الكثير من المنتجين ووكلاء أعمال ثنائيين وكلت تجابه نفس الرد: لا يمكنني إعطائك وظيفة ما، ثم أشهد عملك. وأخيراً، اقترح علينا أحد الأشخاص أن تقدم برنامج خاصي.

الأمور الشخصية

في فترة ما في أوائل السبعينات، هكتت كبرول كثيراً من وزنها وأصبح حجمها 8 بعد أن كان 14. وفي نفس هذه الفترة، تركت التدخين وشرب القهوة ونسجت نباتية فلا تأكل كل اللحوم الحمراء ولا الأطعمة المعلبة أو المجمدة. هكتت كبرول تصاب كثيراً بالآلام الرأس ووصل ما تتناوله من حبات الأسبرين في حياتي حات يوماً عندما منصحبيا أحد الأصدقاء في عام 1974 "بأداء تمارين تسليم".

ليس عليك أن تقلقي على نفسك وتفكر كثيراً. لا توجد أية قيود... لم أعد أعاني من آلام الرأس ولم أعد أعيش على الأسيرين ولم أشعر بحياتي بحال أفضل مما أنا عليه الآن.

مقتطف من مجلة "إدارة المنزل الجيدة"، شباط 1975.

* * * *

اسئلة كارول برنت

- 1- كيف هي حياتك الآن وفي هذه اللحظة بالذات؟
- 2- لو كانت حياتك فيلماً سينمائياً، فهل بإمكانك إعطاؤنا ملخصاً لحبكة الفيلم؟
- 3- كيف تصفين كارول بيرنت؟

* * * *

الطفولة

- 4- ما هي أقوى ذكرياتك عن مرحلة طفولتك؟
- 5- أي نوع من الأشخاص كانت أمك؟
- 5- قلت إن والدك كانت تقيدك، فهل كانت هذه حالة من حالات سوء معاملة الأطفال، على الرغم من أنك لم تكوني تدركين ذلك حينها؟
- 6- هل كنت تشعرين بأنك جميلة؟ وهل كانت هي تعتقد ذلك؟
- 7- أي نوع من الأشخاص كان والدك؟

* * * *

الشباب

- 22- عرفت من كل ما قرأته عنك، أنه لم تكن لديك ثقة بنفسك ولفترة طويلة من حياتك، ورغم ذلك حققت نجاحاً كبيراً.
 - ما الذي جعلك تؤمنين وتثقين بنفسك؟
 - 23- كان عمرك 23 عاماً فقط عندما قررت إحصار أختك البالغة من العمر 12 عاماً فقط إلى نيويورك للعيش معك، ألم تكن هذه مسؤولية أكبر من قدرتك على تحملها حينها وأنت في بداية حياتك العملية؟
- ثم توفيت والدتك

24- قرأت أنك استطعت الالتحاق بمعهد الفنون لأن شخصاً مجهولاً ترك لك مضاريف التعليم في ظرف. هل هذا صحيح؟

* * * *

المهنة

30- لقد قدمت برنامج كارول بيرنت على مدى إحدى عشرة سنة، فهل يمكن في يوم ما أن أقدمي مسلسلاً تلفزيونياً آخر؟

36- في عام 1970 ظهر رونالد ريفان في أحد برامجك، فكيف كان؟ وهل أنت من المعجبين به؟

37- هل لديك أية اهتمامات أو ارتباطات سياسية؟

* * * *

التأمل

76- أعلم أنك كثير التأمل؟ فهل تقومين بذلك بشكل منتظم؟ وبماذا يفيدك ذلك؟

77- هل أنت متدينة؟

78- قرأت أنك تؤمنين بنظرية التماسخ؟ فهل لديك أي إحساس عمن كنت في الحياة الأخرى؟

نشر بموافقة باربرا وولترز وشركة البث الإذاعي والتلفزيوني الأمريكية.

البحث Research

يظهر حجم المادة التي تم جمعها للإعداد لمقابلة كارول بيرنت أن البحث هو مفتاح نجاح الإعداد الفعال والمؤثر. ويجب كشف ما يمكن كشفه ومعرفة حول ضيف البرنامج (أو حول موضوع البرنامج، إن لم يكن البرنامج من نوع برامج المقابلات). ما هي المؤلفات التي كتبها الضيف؟ هل هناك مادة عن سيرته الشخصية، سواء كانت على شكل كتاب كامل أو مقابلات صحفية في مجلات كالمجلات

المتخصصة بالموسيقى أو الأفلام أو المسرح أو الفن أو الرقص أو الأعمال أو مجلات الفضائح؟ وهذا ينطبق أيضاً على الشخصيات السياسية ورجال الأعمال والمهن الأخرى.

أي من المصادر يعتبر مصدراً جيداً للحصول على المعلومات الأولية عن خلفية الضيف؟

تعتبر المكتبة بشكل عام المحطة الأولى للحصول على المعلومات ومن ضمنها أرشيف ومجموعة مراجع مراكز البحث والصحف اليومية. ويمكن الحصول على وثائق مفيدة من ملفات الدوائر الحكومية إذا كان الضيف (أو موضوع النقاش) يتعلق بأي شكل من الأشكال بالحكومة. أما إذا كانت الشخصية سياسية أو موضوع النقاش سياسياً فيمكن الرجوع إلى المنظمات السياسية وطلب الاطلاع على الملفات المتوفرة. وإذا كان موضوع النقاش من القضايا العامة التي تمس المواطنين كالتلوث والرعاية الصحية والسكن والخدمة الاجتماعية وما يمثلها من مواضيع فيمكن اللجوء إلى الجمعيات المدنية. وفي حالة كون الضيف طبيباً أو محامياً أو معمارياً أو طبيباً نفسياً فالاتحادات والنقابات المهنية يمكن أن تقدم المعلومات اللازمة في أي مجال. وبتزايد عدد المشاهير من الشخصيات وخاصة الشخصيات السياسية الذين تتوفر عنهم معلومات على شبكة الإنترنت.

ولا تتردد في الاتصال بالخبراء في مجال عمل الضيف أو موضوع النقاش وكلما تبحر أكثر من خبير واحد على اطلاع ومعرفة بالضيف أو في موضوع مهما كان معدداً. يجب أن تكون على معرفة تامة بالشخص الذي ستقابله أو بالموضوع الذي ستناقشه لكي تكون الأسئلة التي ستعدها ذكية وذات مغزى.. ولا تضيع وقتك ووقت ضيوفك بأسئلة عادية أو بأسئلة يمكن الحصول على إجابات لها من أي مكان. استغل أقصى ما يمكن من الوقت مع الضيف.

وحاول أن تحصل على المعلومات التي تحتاجها لبرامج المقابلات أو البرامج الخاصة أو برامج الأخبار من مصادرها الأساسية. وغالباً ما تحصل على المعلومات من مصادر غير مباشرة عبر وسيط ثان وثالث وقد يكونون موضع ثقة ولكن يمكن أن تكون المعلومات قد حرفت أصلاً قبل أن تصل إليهم. تحدث أولاً إلى أشخاص على معرفة

وثيقة وشخصية بالضيف من الذين سبق لهم إن عملوا معه أو شاركوا فعلياً في الحدث. وتحدث إلى شهود عيان من الذين لهم علاقة مباشرة وفعلية بالموضوع ومن ثم يجب أن تتحدث إلى أشخاص لديهم معلومات حول الشخص أو الموضوع.

وتأكد من دقة وصحة بحثك باختيار مصادرك بعناية وبشكل صحيح وذلك لتقييم ما تحصل عليه من معلومات من هذه المصادر. وكن حذراً تجاه وجهات النظر الشخصية. وبما أنك تريد الحصول على الحقائق أولاً، فالتفسيرات والتأويلات تأتي فيما بعد. لا تخلط الاثنين معاً، وأعد طرح الأسئلة إن لم تكن متأكداً من سماع الجواب كاملاً أو بشكل واضح. وإن لم تكن لديك ذاكرة قوية فلا تعتمد على أنك ستذكر كل شيء بدقة. فالأفضل أن تسجل المعلومات في دفتر ملاحظات أو استخدام مسجلاً إذا كان مصدر معلوماتك شخصياً.

ولا تنس أن تجري بحثاً عن الجمهور حيث يعتبر هذا الأمر مهماً بالنسبة لبرامج الحوار ومن ضمنها برامج المقابلات قدر أهميته بالنسبة لأي نوع آخر من البرامج. ما مدى معرفة الجمهور وأطلاعهم على الموضوع أو الشخص الذي يجري معه اللقاء؟ ما موقف الجمهور وراييه بالموضوع أو الشخص الضيف؟ لا يمكنك أن تحدد هدف اللقاء أو تحدد الأسئلة التي ستطرحها دون معرفة الإجابة على كل هذه التساؤلات.

التصميم العام Format

في جميع أنواع المقابلات - سواء تلك التي يتم الإعداد لها أو الارتجالية - يفترض بالكتاب في أقل تقدير أن يعد مقدمه وخاتمة للبرنامج ومقدمة تعريفية بالضيف وأن يعد لكل جزء من البرنامج مقدمة وخاتمة لفواصل الإعلانات التجارية. وبالطبع يجب إعداد الأسئلة التي سيتم طرحها وكذلك الأجوبة المتوقعة إن أمكن ذلك.

ويجب إعداد أكثر من خاتمة للبرنامج مختلفة المدة تحسباً من استغراق البرنامج مدة أطول أو أقصر مما هو محدد له، وهذا الإجراء ضروري بشكل خاص للبرامج التي يعد نص لها ولم يجر تمرين لحساب الوقت الذي تستغرقه.

لكل برنامج صيغة خاصة به، ولذلك يجب على الكاتب أن يكتب وفق هذه الصيغة الخاصة. فبعض برامج المقابلات تبدأ بمقدمة أو افتتاحية للبرنامج مع إعطاء

ملاحظة حول الموضوع وطريقة المناقشة ثم تقديم الضيف للجمهور. والبعض الآخر يبدأ بث البرنامج وقد بدأ الحوار فعلاً وذلك لجذب انتباه الجمهور ثم بعد ذلك تقدم افتتاحية البرنامج الاعتيادية.

إن الملخصات التالية لصيغ إعداد برنامج "واجه الأمة" هي طرق كلاسيكية وواضحة وبسيطة توضع نوعي الصيغ المشار إليها أعلاه النص الأول لبرنامج تلفزيوني حول قضية خاصة حيث يقوم المذيع بتقديم مقدمة للبرنامج يتبعها فترة إعلانات ثم المقابلة تليها المادة الختامية المعتادة. والنص التالي لبرنامج إذاعي لمحطة CBS حيث يبدأ بث البرنامج وقد بدأ الحوار فعلاً ثم ينقطع الحوار لتقديم افتتاحية البرنامج، ثم تكملته الحوار واللقاء تليها المادة الختامية المعتادة.

محطة تلفزيون CBS

واجه الأمة (Face the Nation)

سؤال استقرازي من هيرمن

السيناتور الأجوبة

(صوت المذيع)

من شبكة CBS الإخبارية من واشنطن.. مقابلة أرتجالية دون إعداد عبر برنامج (واجه الأمة) مع السيناتور سيسال السيناتور كل من المراسل الدبلوماسي لشبكة CBS الإخبارية مارفن كالب، والمراسل السياسي القومي لجريدة واشنطن بوست ديفيد. س. برودر، ومراسل شبكة CBS الإخبارية جورج هيرمن. شبكة CBS الإخبارية تقدم برنامج (واجه الأمة) وتتحمل كامل المسؤولية عن اختيار الضيف وجماعة المناقشين.

لوحة الإعلانات 10 ثواني

الإعلانات التجارية 1,40 ثانية

(هيرمن يختم البرنامج)

أيها السادة يؤسفني أن وقت البرنامج قد انتهى. أشكركم الشكر الجزيل لحضوركم هنا لـ (مواجهة الأمة)

الإعلانات التجارية 30 ثانية.....

(صوت المذيع)

أجرى اللقاء اليوم مع السيناتور عبر برنامج (واجه الأمة) كل من
المراسل الدبلوماسي لشبكة CBS الإخبارية مارفن كالب، والمراسل
السياسي القومي لجريدة واشنطن بوست ديفيد. س. برودر، ومراسل شبكة
CBS الإخبارية جورج هيرمن.

لوحة الإعلانات 6 ثواني.....

قام برعاية برنامج (واجه الأمة) IBM

(صوت المذيع)

في الأسبوع القادم سوف (تواجه الأمة) شخصية بارزة أخرى أنتج لبرنامج
شبكة CBS الإخبارية وتم بثه من واشنطن العاصمة

.....

نشر بموافقة شبكة CBS الإخبارية.

محطة إذاعة CBS

واجه الأمة

12:00,00 - 12:58,55 بعد الظهر.....

(التاريخ)

الافتتاحية يبدأ البث الإذاعي (هيرمن يسأل أسئلة استقرازية، الضيوف يجيبون)
قبل أن يدخل صوت المذيع التلفزيوني، يقطع الراديو البرنامج كما يلي:

صوت (قسم الشؤون العامة) عبر الإذاعة

المذيع من شبكة CBS الإخبارية من واشنطن ... تقدم برنامج (واجه الأمة)...
مقابلة ارتجالية دون إعداد ، عبر محطة CBS الإذاعية مع السيناتور

.....

سيسأل السيناتور كل من المراسل الدبلوماسي القومي

لشبكة CBS الإخبارية مارفن كالب والمراسل السياسي القومي بجريدة

واشنطن بوست ديفيد. س. برودر ومراسل شبكة CBS الإخبارية جورج هيرمن.
سنعود لتكملة اللقاء بعد لحظات. ولكن لنستمع أولاً إلى جورج هيرمن.

المذيع والآن نعود لمتابع برنامج (واجه الأمة)
المقابلة

الخاتمة ينفصل البث الإذاعي عن البث التلفزيوني عندما بدأ هيرمن بالحديث
(... أشكركم الشكر الجزيل لحضوركم هنا لتكونوا في مواجهة الأمة.
سنقدم نبذة عن ضيف الأسبوع المقبل بعد قليل.)
(توقف: فترة إعلانية عن برامج المحطة لمدة ثانيتين)

المذيع أجرى اللقاء اليوم مع السيناتور عبر برنامج واجه الأمة كل
من المراسل الدبلوماسي لشبكة CBS الإخبارية مارفن كالب والمراسل
السياسي القومي بجريدة واشنطن بوست ديفيد. س. برودر ومراسل شبكة
CBS الإخبارية جورج هيرمن.

في الأسبوع المقبل سوف (تواجه الأمة) شخصية بارزة أخرى. تم تسجيل
البرنامج في وقت مبكر من هذا اليوم في واشنطن وأنتجه كل من سيلفا
ويستمرمان وماري. أو. بيتس وأخرجه روبرت فيتزلي. برنامج (واجه
الأمة) من إنتاج شبكة CBS الإخبارية النهائية (قسم الشؤون العامة)

نشر بموافقة شبكة CBS الإخبارية

وغالباً ما تنشأ فكرة تصميم البرنامج من طريقة المقدم وأسلوبه الشخصي في
التقديم، وبخاصة عندما يكون المقدم هو نفسه كاتب ومنتج البرنامج. وتتولى
دندان مكدونالد هذه الأمور الثلاثة في برنامج المقابلات الذي تقدمه عبر شبكة
WQXR، نيويورك. وبعد فترة من توليها البرنامج، لم تعد بحاجة لكتابة مقدمة
وخاتمة وفقرات الانتقال بين جزء آخر من البرنامج، وأخذت تركز على المضمون.
وأحد الأسباب الرئيسية لنجاحها هو تأكيدها من أن كل سؤال رئيس لابد وأن

يؤدي إلى ما يكفي من الأسئلة الفرعية التكميلية أو الأسئلة التحقيقية لكي لا تترك مجالاً للإجابة على أسئلتها بعبارة واحدة، أو احتمال التهرب أو الخروج عن الموضوع أو الأسئلة في وقت قصير. وفيما يلي تصميم عام ملخص استخدمته دنكان في برنامج مقابلات مدته 30 دقيقة.

تمر اليوم الذكرى السنوية لتوقيع ميثاق الأمم المتحدة في سان فرانسيسكو. وبهذه المناسبة سيكون ضيفنا اليوم الدكتور رودلف ل. كويني مدير مكتب ارتباط منظمة الصحة العالمية بالأمم المتحدة في مدينة نيويورك.

ولد الدكتور كويني..... أكمل تعليمه في مدينة باريس. بدأ عمله المهني في مؤسسات الصحة الدولية وأصبح مديراً للصحة لمنظمة إنغاثة اللاجئين الدولية. ويمثل في منصبه الحالي في الأمم المتحدة منظمة الصحة العالمية في اجتماعات المجلس الاجتماعي والاقتصادي، ولجنة الجمعية العامة للأمم المتحدة وهيئات أخرى تابعة للأمم المتحدة.

(1) دكتور كويني، باعتبار منظمة الصحة العالمية إحدى عشر وكالات متخصصة تابعة للأمم المتحدة، ما هي وظيفتها بالتحديد؟

أ - هل يتضمنها ميثاق الأمم المتحدة؟

ب - هل هدفها مباشر أم غير مباشر؟

ج - هل تتأثر منظمة الصحة العالمية بالأزمات المختلفة (المالية، السياسية) التي تتعرض لها الأمم المتحدة؟ وما هي أزماتها الخاصة في مجال الصحة؟

د - هل لديك أهداف محددة على المدى البعيد، أم أنك تتخذ إجراءات آنية عند حدوث أزمات صعبة فقط كالزلازل والفيضانات وانتشار الأوبئة؟

(2) كيف يرتبط عمل منظمة الصحة العالمية مع منظمات الأمم المتحدة الأخرى؟

اليونسيف - منظمة العمل الدولية - منظمة الزراعة والغذاء - اليونسكو

منظمة الطيران المدني الدولي - البنك الدولي - منظمة التطوير والإعمال -

صندوق النقد الدولي - منظمة البريد الدولية - منظمة الاتصالات الدولية -

منظمة الأرصاد الدولية.

(3) الخلفية التاريخية لمنظمة الصحة العالمية

أ - كيف بدأت؟ سويسرا؟

ب - مقرات كل المنظمات الدولية؟

(4) ما مدى الاختلاف بين عمل منظمة الصحة الدولية في دولة متقدمة طبياً كالسويد مثلاً وبين عملها في دول نامية: كدول أفريقيا والشرق الأقصى؟

أ - المحرمات الدينية والاجتماعية؟

ب - الأطباء الدجالون؟

ج - تحديد النسل.

(5) هل بإمكانك أن تعطي مثلاً لقرار اتخذ في مقر المنظمة وتم تنفيذه في مناطق نائية من العالم؟

(6) ما الإنجاز الذي تعتبره من أعظم النجاحات التي حققتها منظمة الصحة العالمية في محاربة مرض معين: كالملاريا والأمراض التناسلية السارية؟

أ - الآثار الناتجة عن انتشار الأمراض؟ الآثار الاقتصادية - عدم القدرة على العمل.

(7) عندما اتصلت بك هاتفياً، قالت سكرتيرتك انك ستزور أمريكا اللاتينية. فما هو بالتحديد سبب هذه الزيارة في هذا الوقت بالذات؟

(8) كيف تحصل أي دولة في العالم على مساعدة منظمة الصحة العالمية؟

أ - عن طريق توجيه دعوة لها؟

ب - عن طريق تخصيص اعتمادات مالية مناسبة؟

(9) لا يخفى على أحد نقص عدد الأطباء والمرضات في الولايات المتحدة. فما هو الوضع في أرجاء العالم؟

أ - هل تعتقد أن مهنة الصحة العامة مهمة للشباب؟ وهل هي مهمة الآن أم في المستقبل؟

نشرت بموافقة دنكان مكدونالد

بنية البرنامج Structure

يجب في بداية البرنامج التعريف بالضيف بوضوح، مما يثير العجب أن كثيراً من الكتاب الجدد ينسى أن عدداً كبيراً من الجمهور قد لا يعرف حتى المشاهير من الشخصيات فما بالك بغير المشاهير، تماماً كما يحصل عند إغفال ذكر اسم الشخص.

وإذا كان للشخص مهنة محددة أو لقباً أو إنجازاً في مجال ما يبرر إجراء اللقاء معه، فيجب ذكر ذلك في الحال لتثبيت استحقاق الضيف وأهليته لإجراء المقابلة.

ويجب ذكر مبررات اللقاء بوضوح في بداية البرنامج. ما هو الهدف من اللقاء؟ ما الذي سيتطلع إليه الجمهور أثناء المقابلة وخاصة في نهايتها؟ قد لا يحصل الجمهور على معلومات من المقابلات الشخصية البسيطة أكثر مما يحصل عليه الضيف أو الضيفة في الإجازات والعطال. أما إذا كان الضيف نجم سينمائي أو شخص محبوب جداً فهو معروف لغالبية الجمهور وعندها يجب معرفة ما يريد الجمهور معرفته عنه وإعداد الأسئلة المناسبة للحصول على الإجابات المطلوبة.

لا تبدأ بأسئلة صعبة ومثيرة للجدل أو استنزائية مما يحمل الضيف على اتخاذ موقف المدافع والتهرب من الإجابة بوضوح أو إغفال المناقشة. ابدأ المقابلة بأسئلة تلقي الضوء على ماضي الضيف وخبراته ومركزه وتشعره بالاسترخاء والراحة. يمكن بدء المقابلة بأسئلة من النوع الذي يهتم به الناس عموماً وبذلك يحصل الجمهور على بعض المعلومات حول شخصية الضيف قبل أن تأخذ المقابلة بعداً آخر. وهذا الأمر يتطلب حتى مع الشخصيات المشهورة إعطاء صورة حقيقية عن الشخصية غير تلك الصورة العامة التي يرسمها الجمهور عادة. وقد تكون هذه الطريقة مشتتة للأفكار وللانتباه وخارجة عن الموضوع بالنسبة لبرامج المقابلات التي يكون هدفها إعطاء معلومات وأخبار ولكن حتى في مثل هذه البرامج قد يطرح المقدم أسئلة شخصية. تجنب الأسئلة التي ليس لها هدف أو قيمة. قد تكون لها فائدة ترفيهية ولكنها يمكن أن تقلل من حيوية المقابلة كلها وتبعد كلا من الضيف والمقدم عن الهدف المرجو من المقابلة.

وتذكر أن البرنامج هو برنامج لقاء وتجاوز بين اثنين وليس حديثاً فردياً

مقتصرًا على المقدم أو على الضيف. كم من مرة حدث أن شاهدت أو سمعت لقاءً يحتكر فيه "المقدم" الحديث حتى أنه لا يمنح الضيف فرصة لإنهاء الإجابة؟ اكتب أسئلة يطرحها المقدم على أن لا تكون من نوع الأسئلة التفسيرية.

ويجب أن تتعمق في طرح الأسئلة أثناء المقابلة إذ لا يكفي أن تناقش فقط أسئلة من نوع من وماذا وأين ومتى وكيف وإنك تريد أن تعرف لماذا - وهذا الأمر ينطبق على برامج المقابلات الاعتيادية طويلة المدة وعلى برامج المقابلات الآنية التي تجري لمناقشة خبر ما. فعلى سبيل المثال، إن كنت ستجري لقاء مع رئيس سابق حول فضيحة تخص وزارة التجارة في فترة رئاسته، فلا يكفي أن تسأل فقط "كيف أبتت وزارة التجارة الأمر سرًا طوال هذه المدة؟" بل اسأل أيضًا "لماذا لم يتخذ البيت الأبيض أي إجراء إزاء الفضيحة؟"

وأحذر من الأسئلة التي تثير الملل أو تشتت انتباه الجمهور نتيجة كثرة تكرارها وتوقع أجوبتها. مثلاً، يجب أن تتوفر لديك معلومات كافية عن الضيف لتتجنب طرح مثل هذا السؤال "هل وجدت أن عملك في ذلك الفيلم من أكثر التجارب الفنية التي أسعدتك خلال مسيرة حياتك العملية؟" إذا كان الجواب المتوقع هو "آه، نعم، عملي في ذلك الفيلم هو من أكثر التجارب الفنية التي أسعدتني خلال مسيرتي العملية". وبعبارة أخرى لا توحى للضيف بالإجابة إن وجدت إن هناك احتمالاً أن يرد بها على سؤالك كما هي دون إضافة. حاول أن تسأل أسئلة تكون إجاباتها جديدة وغير مكررة كالسؤال التالي: كيف تقيم فيلمك الجديد مقارنة بأعمالك خلال مسيرتك الفنية؟ تكون المقابلات شديدة التنظيم والضببط مملّة ورسمية أكثر مما ينبغي بالنسبة للجمهور.

وكما هو الحال لأي برنامج ناجح، حاول أن تصل بأسئلتك إلى الذروة تدريجياً أي إلى أكثر الأسئلة إثارة وتحدياً.

يجب تطبيق بعض المعايير بل وحتى بعض القواعد الأساسية لصياغة البرنامج في جميع أنواع المقابلات بغض النظر عن نوعها أو هدفها:

1- تحديد الهدف أو الغرض من إجراء المقابلة.

2- تحديد نوع المقابلة وطريقة إجرائها.

- 3- تحديد شخصية الضيف.
- 4- إعداد نبذة عن سيرة حياة الضيف وماضيه وبشكل خاص ماله علاقة بالمقابلة المعنية أو موضوع الحوار.
- 5- تحديد موقع المقابلة: في منزل الضيف أو الاستديو أم في موقع بعض الأحداث مثل حفل افتتاح فيلم جديد أو حفل لمنح الجوائز أو اجتماع سياسي أو محكمة الأحوال الشخصية.
- 6- حاول الوصول إلى الذروة واجعل البرنامج أكثر حيوية لتستقطب اهتمام أكبر من الجمهور بعد أن جذبت انتباههم من خلال الأسئلة المؤثرة الفعالة وأسئلة التماور والمناقشة رداً على ما يطرحه الضيف.
- 7- حاول تلخيص الموضوع في نهاية البرنامج.

التقنية Technique

في ما يلي بعض النقاط الأساسية التي يجب وضعها في الاعتبار عند إعداد النص النهائي:

- 1- إجراء بحث وتحقيق شامل. إن أهم واجب يقوم به الكاتب بالنسبة لبرنامج المقابلات هو البحث والتحقيق. حاول قدر الإمكان الحصول على كل خلفيات الموضوع سواء كانت أشياء أو أشخاص.
- 2- حاول أن تعرف الإجابات المحتملة أو المتوقعة لكي تستطيع إعداد أسئلة تحقيقية.
- 3- تأكد من الحقائق عدة مرات وبشكل خاص ما يردك من مقدم البرنامج فليس هناك أمر أكثر إخراجاً من تصريح الضيف على الهواء مباشرة بأن ما قاله المقدم غير صحيح خاصة عندما لا تتوفر للمقدم بيانات مادية ملموسة تدعم كلامه.
- 4- اكتب نسخة تناسب أسلوب ونوع البرنامج. ما هي الطريقة الأساسية المتبعة في البرنامج: هل هي مهاجمة الضيف؟ استقزاز الضيف؟ أم مدح الضيف؟ إن كانت ستتبع الطريقة الأخيرة، فهل ستكون من نوع الملاطفة وتطبيب

الخاطرة؟ هل سيكون التأكيد على المعلومات أم الآراء أم الشخصية، أم على كل هذه الجوانب مجتمعة؟ أي جانب منها سيكون الغالب على غيره من الجوانب خلال اللقاء؟ هل سيكون للمقابلة المعنية توجه ديني؟ أو توجه سياسي؟ أو توجه جنسي؟

5- لتكن أسئلتك محددة وواضحة فلا يكون هناك ليس في المعلومات أو الآراء التي تستفسر عنها؟ وإن كان لديك سؤال عام أو مفتوح فيجب أن تتأكد من إشعار الضيف بأن له مطلق الحرية للحديث عن الموضوع.

6- إذا حاول الضيف المراوغة والتهرب من الإجابة، أعد طرح الأسئلة التحقيقية وأسئلة الرد والمناقشة بصيغ مختلفة. فمن خلال إجراء البحث الكافي ستستطيع معرفة الأسئلة التي سيعاود الضيف إعادتها وسد الطريق أمام مواصلتها وبذلك يمكنك إعداد أسئلة إضافية وفقاً لذلك.

بعض الاعتبارات الإنتاجية Production Considerations

يجب أن يكون كاتب نصوص برامج المقابلات كما هو الحال بالنسبة لكتاب البرامج الأخرى على اطلاع بمتطلبات إنتاج البرنامج. يجب أن يحول النص الأولي للبرنامج الذي يتضمن المقدمة والانتقالات بين فقرات البرنامج والأسئلة والخاتمة إلى نص نهائي جاهز للتنفيذ بعد جمع كل مادة البرنامج. وغالباً ما يشارك الكاتب في أعمال التنفيذ حيث يكون على اطلاع ودراية بالإمكانيات والمسائل التقنية، مثلاً من الأسهل استخدام الكتابة الإلكترونية عبر جهاز (CG - generator) من مولد الرموز لعرض اسم وهوية الشخص المتحدث متزامناً مع عرض الفيلم الصوري على الشاشة.

تعتقد عادة أن برامج المقابلات ثابتة الصيغة لا تتغير: عبارة عن شخصين أو أكثر يتحاورون ويتناقشون مع بعضهم. ولكن حتى في أبسط حالة من تبادل الأسئلة والأجوبة يجب أن يكون هناك اهتمام بالصورة. ويمكن أن يكون الاهتمام بالأشخاص فتحاول الكاميرا التقاط تعابير الوجه والحركات والإيماءات الجسدية. ويمكن أن يكون الاهتمام أوسع وأكثر موضوعية فتعرض الكاميرا صوراً ثابتة أو متحركة للأماكن والأحداث أو الأشخاص المشار إليهم أو الذين لهم علاقة بموضوع المناقشة. فمثلاً

يمكن أن تتضمن المقابلة مع أستاذ جامعي فيلماً عن المؤسسة التي يدرس فيها وإن كانت المقابلة مع عالم أو عالمة في مجال ما فيمكن أن تتضمن المقابلة فيلماً يصور تجاربهما المختبرية وإن كانت مع نجم فني فيمكن تقديم مقتطفات من أعماله. يجب أن تكون برامج المقابلات التلفزيونية دقيقة وحريصة لكي لا يشعر الجمهور بأنه خدع حتى وإن لم يكن ذلك متعمداً. فقبل عدة سنوات أكثر أحد مقدمي البرنامج من الدعاية والإعلان عن تقديمه إحدى أشهر فتيات الإغراء والتعريه في الحلقة القادمة من برنامجه، وعلى الرغم من أنه كان يجب أن يكون الجمهور أكثر وعياً وإدراكاً للأمور إلا أن الكثير من المشاهدين خاب أملهم بشدة عندما لم تقدم ما كانوا يتوقعونه وهو ما لا يمكن بديهيّاً عرضه، على شبكة التلفزيونية.

التصميم العام لبرامج المعلومات Format Tips

المقابلات الترفيهية The Entertainment Interview

أصبحت برامج المقابلات الترفيهية العنصر الأساسي في برامج السهرة. ويمثل هذا النوع من البرامج ببرنامج "سهرة الليلة" تقديم جي لينو وبرنامج "برنامج ديفيد ليتزمان". على الرغم من أن الأهداف الأساسية لهذه البرامج هو الترفيه وكشف الشخصيات وليس إعطاء معلومات أو آراء ولكن يحدث كثيراً أيضاً أن تقدم معلومات وآراء في مثل هذه البرامج خاصة تلك التي تقدم صباحاً في أول النهار إلا أنها تتضمن أيضاً بعض المقابلات الترفيهية.

تشابه التصميم العام والنصوص المعدة لمثل هذه البرامج فالصيغة الرئيسية التي تعد وتكتب للبرنامج هي عبارة عن ملخص يتضمن قائمة بجميع فقرات البرنامج والوقت المخصص لكل فقرة منها. يفضل عدد من الكتاب إعداد حوار محدد مسبقاً كالكتاب الشخصيون لضيوف البرنامج للتأكد من أن الأحاديث والأجوبة وما يطرأ أنياً أثناء المقابلة من حوار ينسجم مع توجيهات البرنامج. ويعكس أفضل صورة ممكنة للشخصية عند الجمهور، والكتاب الشخصيون لنجم البرنامج، والكتاب الذين يعملون لصالح المنتج ليوفروا المادة الخاصة بالانتقالات بين فقرات البرنامج ويساعدوا في تحسين وترصين أي مادة ضعيفة لدى الضيف.

ويعمل الكتاب كثيراً أثناء التدريبات لكي يبدو الحوار مرتجلاً عندما يقتنعون هم والمنتج بأن كل فقرة من الفقرات البرنامج قد صيغت بالشكل المطلوب. وفي بعض الأحيان يشارك كل من المنتج والمخرج والمقدم في عملية الكتابة إذ أن اندماجهم بالبرنامج يعطيهم إحساساً خاصاً بما يناسب أو لا يناسب البرنامج من مواد. وتمنع فترة التدريبات الفرصة للمشاركين في البرنامج لتسجيل ملاحظاتهم عن الحوار الخاص بهم والتي يمكن أن تفيدهم أثناء التسجيل الحي.

المقابلات الإخبارية The News Interview

على الرغم من أن موضوعي الأخبار والرياضة قد تم التطرق إليهما بالتفصيل في الفصل الخامس الخاص بـ "الأخبار والرياضة" فإن المفاهيم الأساسية لبرنامج المقابلة الذي نوقش هنا تنطبق أيضاً على المقابلات ذات الطابع الإخباري. الفرق الأساسي بين برامج المقابلات الاعتيادية وبرامج المقابلات الإخبارية يتعلق بالوقت وكمية المادة.

- 1- وتكون برامج المقابلات الإخبارية الإذاعية والتلفزيونية موجزة جداً، إذ يستغرق أكثر من عدة ثواني نادراً ما تزيد على الدقيقة. ففي الخبر الصحفي المطبوع يمكن إجراء عدة مقابلات يتم خلالها طرح آراء وجهات نظر مختلفة بل وربما متناقضة. أما بالنسبة للبرنامج الإخباري الإذاعي والتلفزيوني فلا يسهل الوقت لتقديم أكثر من مقابلة واحدة أو اثنتين مما يستدعي أن تكون مكثفة ونموذجية ودقيقة قدر الإمكان في نقل جوهر الخبر.
- 2- يجب على المقدم أن يحمل الضيف على الإدلاء برأيه بأسرع ما يمكن. ولا يمكن أن يتحقق ذلك إلا إذا كان الكاتب قادراً على صياغة الأسئلة بشكل يساعد على الحصول على الجواب المطلوب بدقة. فمثلاً لنفترض أن المقابلة مع عضو سابق في الحكومة حول فضيحة وزارة التجارة فيمكنك صياغة سؤال عام على النحو التالي: "ما هو رأيك حول فضيحة وزارة التجارة؟" وتأمل أن تحصل على جواب صريح. إلا أنه لا يمكن أن يعطيك هذا الجواب أي عضو من الحزب السياسي المتهم. وقد تسأل سؤالاً مكتملاً للسؤال الأول وأكثر بلاغة منه وهو: "من هو المسؤول عن فضيحة وزارة التجارة؟ وحتى هذا السؤال

يعطي مجالاً للمراوغة والتهرب من الإجابة. وإذا أردت طرح السؤال بصيغة أكثر دقة وتحديداً فيجب أن يكون كما يلي: "هل تعتقد أن الرئيس كان على علم بالفساد الحاصل في وزارة التجارة وتفاوضي عنه؟" ولكن حتى هذا السؤال لا يحمل الضيف على إعطاء ما تريد من معلومات محددة. إنك بحاجة إلى إجابات وافية وليس الإجابة بـ "نعم" أو "لا" فقط.

3- إذا كانت الإجابة "نعم" فكن مستعداً بأسئلة تابعة ومكملة مثل "لماذا برأيك لم يتخذ الرئيس أي إجراء حيال هذا الفساد؟ هل البيت الأبيض نفسه متورط في الفضيحة أيضاً وإذا كانت الإجابة بـ "لا" فتهياً بالأسئلة التالية: "هؤلاء هم من اختارهم هو لتولي المناصب. ألم تكن له رقابة عليهم؟" و"كان يجري اجتماعات كثيرة مع وزير التجارة، هل كان يعتمد إخفاءها وعدم الإعلان عنها؟" ولماذا لم يعلق الرئيس على الفضيحة بعد انتشارها؟" وبعبارة أخرى، يجب أن تقرر ما هي المعلومات الأساسية المحددة التي تهدف المقابلة إلى التوصل إليها وعلى أساس ذلك تعد الأسئلة الكفيلة بتحقيق ذلك.

4- أعط المجال الكامل للضيف ليتولى ما يريد، وحتى إن كان المقدم هو محور البرنامج ولديه معلومات حول أحد المواضيع أكثر من الضيف، فمن المهم جداً أن يعطي الفرصة للضيف ليتعمق في حديثه قدر الإمكان ويناقش بشكل مباشر قضايا جدلية مع كونه المقدم متوثباً ومتهيئاً لطرح السؤال التالي إن وجد أن الضيف قد ابتعد كثيراً عن الموضوع أو إن أصبح حديثه مكرراً أو مملاً. فمثلاً، خلال العمليات التي نفذها حلف الناتو بقيادة الولايات المتحدة في كوسوفو في يوغسلافيا عام 1999، قدم (لاري كينغ) العديد من النقاد البارزين والمسؤولين الحكوميين في أحد برامج الحية على شبكة (سي. إن. إن). كان هناك مؤيدون للتصنيف ومعارضون له في الوقت نفسه. لقد كان للمعارضين دوافعهم واستفساراتهم عن مصداقية الأهداف والنوايا. على الرغم من أنه لا يمكن منع المراسل الصحفي ولتر كرونكايت من الحديث بحرية لأن لديه حصانة وعلى الرغم من انتقاده بحدة وبشدة لوسائل الإعلام لسماعها القوات العسكرية من إخضاعهم للمراقبة ولتقلهم معلومات ناقصة بل وحتى غير دقيقة من منطقة العمليات العسكرية، فقد سمح له لاري كينغ أن يستمر

في توجيه انتقادات للقوات العسكرية وللحكومة لعدم إعطائهما مبرراً مادياً وواضحاً لعمليات القصف. مؤثراً عدداً من السيناريوهات التي يمكن أن تحدث المصالح الخاصة للدول المشاركة بالعمليات والتي لا علاقة لها بالأهداف الإنسانية. هذا النوع من اللقاءات التي يعبر عنها فيها الضيف عن آرائه وانتقاداته والتي يسمح بها ويشجعها المقدم هي التي تصنع برامج إذاعية وتلفزيونية جيدة وناجحة.

5-

كن دقيقاً وصادقاً. لا تقتبس أقوالاً وتعيد صياغتها فتكون كلام الضيف وتعليقاته محرفة. وينطبق الشيء نفسه على الأخبار المدة لينقلها مراسلو الإذاعة والتلفزيون على الهواء مباشرة. يجب أن تعطي المعلومات كاملة إذ سيكون التقرير كاذباً إذا قال المراسل "أخبر الرئيس اليوم هذا المراسل وهو على متن الطائرة الرئاسية بأنه سيقوم حالا بوضع حد للفساد في الحكومة". في الوقت الذي يجب أن يكتب الخبر كما يلي:

- "أخبر الرئيس المراسلين الصحفيين في لقاء صحفي جرى هذا اليوم على متن الطائرة الرئاسية التابعة لسلاح الطيران الحربي عندما هبطت في قاعدة اندروا سلاح الطيران الحربي اقتبس منها ما يلي: سيتخذ البيت الأبيض إجراءات فورية عند ظهور دلائل جديدة تشير إلى تقشي الفساد في الحكومة".
- وعلى الرغم من أن اللقاءات مع ما يسمى برجل الشارع توفر مادة جيدة للبرنامج الذي يتناول مواضيع خاصة فإن المغزى والدقة المتوخاة من نقل الخبر تتطلب إجراء المقابلات مع أشخاص يعتبرون (1) خبراء (2) مراقبين أو (3) مشاركين في الحدث أو الخبر إما بشكل مباشرة أو بشكل غير مباشر.
- وعلى سبيل المثال، ازداد عدد حوادث اصطدام ما يسمى بطائرات النقل الداخلي إلى حد كبير في التسعينات. فمع من ستحاول إجراء لقاء لمناقشة هذا الموضوع في برنامجك بعد وقوع أي من هذه الحوادث؟ سيكون أمامك خيارات عديدة من الخبراء من بينهم مهندس الطائرات ومصنعو الطائرات ومكتب إدارة الملاحة الفدرالية وخبير السيطرة على الملاحة الجوية من اتحاد منظمي طرق الملاحة الجوية الملقي.

• إن المراقبين هم كل من شاهد حدوث خلل في الطائرات أو شاهد انفجارها أو اصطدامها، أما المشاركون فهم بالطبع كل من نجى من الحادث من بين المسافرين وطواقم الطائرة بالإضافة إلى منظمي الملاحة الجوية الحاليين وغيرهم ممن يقومون بتوجيه ومراقبة سير الطائرة. تأكد من أن للضيف المتحدث علاقة فعلية بالطائرة وأنه يرغب بالتحدث بصدق عما حدث.

6- كن حريصاً على أن لا تقود المتحدث إلى إعطائك الجواب الذي تريده أنت وليس المعلومات أو الأفكار الحقيقية التي لديه هو خاصة إذا لم تكن لديه خبرة في هذه الأمور. ويجب الاهتمام بهذا الأمر في كل من التقرير الإخباري وفي طريقة طرح الأسئلة في المقابلات. فعلى سبيل المثال، إذا ورد في النص الأساسي للبرنامج أن "وصف شاهد العيان (جو) تحطم الطائرة بأنها كانت تشبه كرة ملتهبة سقطت من السماء وانفجرت لدى ارتطامها بالأرض" ثم يظهر شاهد العيان (جو) في المقابلة بعد تسجيلها وهو يقول "رايت الطائرة تصطدم، كانت تشبه كرة ملتهبة سقطت من السماء وانفجرت لدى ارتطامها بالأرض" ثم يقوم الكاتب/ المنتج برمي الكرة.

7- ولا تنسى أن تقوم بتعريف الضيف للجمهور. إذا لم يعرف الشخص المتحدث الذي شاهد الطائرة بالاسم أثناء عرض البرنامج فيمكن استخدام الطريقة الإلكترونية لعرض اسم ووظيفة الشخص وسبب إجراء اللقاء معه على الشاشة متزامناً مع عرض الفيلم الصوري للخبر "شاهد العيان جو" أو "شاهد العيان لتحطيم الطائرة".

النص الجيد الناجح للمقابلات حتى وإن كان لقاءً قصيراً عن خبر صغير يتطلب بحثاً مكثفاً شاملاً وأسلوب كتابة مؤثرة. يحدث أحياناً وخاصة في برامج المقابلات القصيرة إن لا يعد الكاتب أكثر من المقدمة والخاتمة ويترك إعداد ما تبقى لمراسل الأخبار الذي يجب أن يكون في مثل هذه الحالة كاتباً متمرساً وكفء.

يكون تصوير البرامج الإخبارية في أغلب الأحيان تصويراً خارجياً ويقوم المراسل بتسجيل أكبر قدر ممكن من المادة الإخبارية لإعداد وصياغة الخبر وفق ما

يناسب الوقت المخصص له في نشرة الأخبار. إن عملية إعداد هذه المقابلات القصيرة تشبه عملية إعداد المقابلات التي تستغرق وقتاً أطول فيما عدا اختلاف واحد هو أن ضيف الوقت المخصص للمقابلات الإخبارية يتطلب تحديد الأسئلة الأكثر أهمية والأجوبة المحتملة لها قبل إجراء المقابلة. والنص التالي مثال على ذلك:

يوم الثلاثاء 27 تشرين الأول

صوت مسجل: استجواب رئيس المجلس التشريعي إي. زت. سكرم

سلمت هيئة المحلفين الكبرى اليوم وثيقة استجواب سكرم حيث توجه له تهمة اختلاس مبلغ 500,000 دولار من ميزانية المجلس واستخدامه لأغراضه الشخصية ،

سؤال: هل تنوي الاستقالة؟

سؤال: هل تقول إن التهم غير صحيحة؟

سؤال تابع: اطلب توضيحاً محدداً لكل فقرة اتهام من فقرات الاستجواب، ثم الاختلاس في الفقرة ما بين 10 كانون الثاني و 25 ايلول. تظهر الدفاتر عجزاً في ثمانين حالات مختلفة، بلغ حساب إيداعاتك المصرفية الشخصية خلال تلك الفترة 400,000 دولار.

سؤال: إن لم تكن أنت من أخذ الأموال فمن أخذها إذن؟

سؤال تابع: ألسنت مسؤولاً عن إعداد البيان النهائي لتدقيق الحسابات فلماذا لا تعرف

سؤال: كيف تفسر وجود إيداعات مصرفية بمبلغ 400,000 دولار في حسابك المصرفي الشخصي خلال ثمانية أشهر في الوقت الذي تتقاضى فيه راتباً سنوياً قدره 75,000 دولار فقط.

برامج الحوار Discussion Programs

تهدف برامج الحوار إلى تبادل الآراء والمعلومات وإلى حدٍّ ما تهدف إلى إيجاد حلول حقيقية أو معنوية لبعض المشاكل أو المسائل المهمة. ويجب أن لا يخلط بينها وبين برامج المقابلات التي يكون هدفها التوصل إلى معرفة المعلومات وليس تبادلاً.

الطريقة Approach

ويجب على كاتب برامج المناقشات أن يضع فاصلاً دقيقاً بين الإعداد الزائد عن الحد والإعداد غير الكافي. لا يمكنك كتابة نص متكامل بالنسبة لهذا النوع من البرامج وذلك لأن المشاركين فيه لا يعرفون مسبقاً وبالتحديد ماذا سيكون موقفهم أو تعليقاتهم بالضبط قبل أن تطرح عليهم قضية وتصريحاً معيناً للمناقشة خلال البرنامج، هذا من جهة ومن جهة أخرى إن لم يكن هناك إعداد للبرنامج على الإطلاق فسستثنت أفكار المشاركين وستكون مهمة مدير الجلسة مستحيلة في لمّ شتاتهم في موضع واحد دون معرفة السبيل إلى ذلك. فمن الأفضل وضع خطوط عامة لخطة البرنامج تتضمن الشكل والتنظيم العام لسير المناقشة إذا أردتها أن تبدو تلقائية وعفوية. بالإضافة إلى ذلك يجب بالطبع إعداد المقدمة والخاتمة والانتقالات بين فقرات البرنامج التي تستخدم في البرنامج عادة. قد تتضمن الخطة العامة أيضاً حديثاً لمدير الجلسة في بداية ونهاية البرنامج وطريقة تقديم المشاركين للجمهور وبعض الملخصات العامة التي يستخدمها مدير الجلسة في مواضيع مختلفة من البرنامج.

ويجب أن توزع الخطة العامة للبرنامج على جميع المشاركين قبل البرنامج لكي يتسنى لهم إعداد المادة التي سيشاركون بها كقيامهم ببعض البحوث الضرورية بما يتوافق مع التصميم العام للبرنامج.

ويجب أن يضع الكاتب القضايا التي ستناقش والطريقة التي ستجري وفقاً للمناقشة وإذا أمكن يجب تحديد الوقت المخصص لكل مشارك لمناقشة كل نقطة معينة مطروحة للنقاش. ويجب أن يعد المشاركون، إذا كان ذلك ممكناً وبالتساو مع الكاتب (أو المنتج أو المخرج) نصاً موجزاً لآرائهم العامة لكي يكون هناك تبادل في وجهات النظر وتوافق فيما بين المادة التي أعدها كل فرد من المشاركين قبل البرنامج للوصول إلى تقديم برنامج سلس ومتربط بشكل جيد ومريح.

كما أن الإعداد والتنظيم الزائد عن حده قد يؤدي إلى الرتابة والملل فإن الإعداد الناقص كذلك قد يجعل المشاركين غير قادرين على الأداء بالشكل التلقائي العفوي المطلوب لنجاح البرنامج. بالإضافة إلى ذلك قد يؤدي عدم التخطيط المسبق مع المشاركين إلى تكرار ضروري للمادة المقدمة. يكون البرنامج الذي يتم الاتفاق فيه بين جميع الأطراف المشاركة. حول كل صغيرة وكبيرة مملا تماما. يجب التأكد عند التخطيط المسبق للبرنامج إن جميع وجهات النظر حول قضية معينة تحظى بعرض وتوضيح كافٍ - إلا إذا كان البرنامج يعتمد التركيز على وجهة نظر ليس لها موضوعية معينة. كانت بعض برامج المناقشات الشائنة في التسعينات تشجع على مقاطعة المشاركين لبعضهم البعض أثناء المناقشات التي لم تكن مناقشات حقيقية بل ملفقة؛ الغرض منها "التسلية وجذب الجمهور" وليس إعطاء المعلومات المفيدة أو تحفيز التفكير العقلاني.

ويجب اتخاذ القرار النهائي خلال مراحل الإعداد الأولى للبرنامج حول ما إذا سيطرح موضوع مثير للجدل والخلاف وهي بالتأكيد طريقة ناجحة لتحقيق الحيوية والإثارة المطلوبة للبرنامج أم سيتم تجنب الخلاف أم زيادة حدته بين المشاركين. يجب أن تطرح المواضيع على شكل أسئلة. وبهذا تحفز على البحث والتفكير. بالإضافة إلى ذلك يفضل أن توجه المواضيع نحو سياسة عامة واسعة وأن لا تكون ضيقة ومحدودة بحيث يمكن اقتصار الرد عليها بكلمة نعم أو لا أو بكلام أو حقيقة بديهية معروفة.

ويمكن تطبيق نفس المبادئ التي تطبق في برامج المقابلات على برامج الحوار المرتجلة، إذ يكتب حديث افتتاحي وختامي للبرنامج وتكتب كذلك طريقة تقديم الضيوف للجمهور. يجب إعداد ملخصات عامة لرئيس الجلسة إن أمكن ذلك. وفي بعض الأحيان واعتمادا على صيغة البرنامج أو طريقة تقديمه، كما هو الحال في برامج المقابلات، يتم إعداد مخطط عام موجز أو مخطط تفصيلي يتضمن ملخصا لأحداث البرنامج وقائمة بالمواضيع التي ستطرح للمناقشة.

وبالنسبة للتلفزيون يجب استخدام العناصر المرئية المناسبة. إذ يجب أن يكون لموقع الجلسة صلة بموضوع النقاش إن أمكن ذلك. ويمكن أن يكون العنصر الصوري بسيطا نسبيا ولكن يجب أن يساعد في إعطاء إحساس بالإثارة والتحدي للموضوع قيد المناقشة.

أنواع برامج الحوار Types

الأنواع الرئيسية لبرامج الحوار هي برامج المناقشات العامة، الحلقات النقاشية، الجدلية، المناظرة.

المناقشات العامة Panel

يجب عدم الخلط بين برامج المناقشات الخاصة وبين برامج المناقشات العامة من نوع برامج المقابلات أو المناقشات العامة التحقيقية - هي الأكثر شيوعاً ومرونة من بين أنواع برامج المناقشات، حيث يجتمع عدد من الناس حول مائدة مستديرة لتبادل الآراء حول بعض المواضيع المهمة. ولا توجد صيغة محددة أو وقت محدد لمشاركات الأفراد بل وحتى لا توجد قيود على القضايا التي ستناقش. ولا يطلب من المشاركين إعداد أحاديث أو تصريحات، وإنما يقوم كل واحد منهم منفرداً بإعداد أي مادة يعتبرها خلفية ضرورية وأساسية للموضوع. أما مهمة رئيس الجلسة الذي لا يشارك عادة في المناقشات فهو توجيه النقاش لكي لا يخرج عن السيطرة أو يبتعد كثيراً عن الموضوع.

وتكون طريقة المناقشة حرة حيث يدلي المشاركون بأرائهم وتعليقاتهم وتقديراتهم الشخصية وقتما يشاءون. وقد تزداد حدة المناقشة في بعض الأحيان بين شخصين أو أكثر من المشاركين ويحاول رئيس الجلسة أن لا يكون النقاش حكراً على شخص أو شخصين. وليس بالضرورة التوصل إلى حلول للمشكلة المطروحة للنقاش على الرغم من قيام رئيس الجلسة بين حين وآخر بتلخيص ما ورد في المناقشة ليجمع شتات الآراء والأفكار وليوضح للجمهور - وللمشاركين أيضاً - النقطة التي وصل إليها النقاش.

ويتضمن المخطط العام التفصيلي للبرنامج على الملاحظات الافتتاحية لمدير الجلسة وتقديم المشاركين في النقاش وعرض المشكلة والخطوط العامة للمواضيع التي سيتم مناقشتها ضمن الموضوع الرئيسي (يجب أن يعطى المخطط العام التمهيدي لكل عضو مشارك في النقاش قبل البرنامج بمدة مناسبة لكي يتسنى لكل منهم إعداد المادة اللازمة إن رغب هو بذلك) والخاتمة. حين تقرأ مقدمة وخاتمة النص التالي لمخطط عام تفصيلي لبرنامج مناقشات عامة، لاحظ كيف تطرح المواضيع

الفرعية بكل دقة وحرية. يكرر النص الكامل التنظيم الأساسي للأسئلة والمواضيع الفرعية أربعة مرات في البرنامج الواحد الذي مدته ساعة واحدة.

هل تنطبق هذه الأسئلة (التي يجب أن تنطبق على كل نص تكتبه فيما بعد لأي برنامج مناقشات) على النص التالي: هل تشعر أن صياغة المواضيع الفرعية يوفر أساساً قوياً لنقاش جيد؟ هل الموضوع محدود جداً أم أنه يفسح المجال لعرض الآراء والمواقف والمعلومات المختلفة بشكل واضح؟ هل نظم البرنامج بحيث تتصاعد حيويته نحو الذروة بشكل منطقي؟ هل يوجد ترابط منطقي بين جوانب النقاش المختلفة؟ هل تم تقديم المشاركين بشكل لائق؟ هل يمنح التخطيط العام للبرنامج فرصة إيجاز ما ورد من نقاش بين فترة وأخرى؟

مناقشة عامة حول المائدة المستديرة

البوسنة

الخميس من الساعة 7-8 بعد الظهر

رئيس الجلسة (يبدأ بهدوء) تكون أو لا تكون؟ لقد طرحت هذا السؤال شعوب العالم المختلفة آلاف المرات. لقد أصبحت البوسنة رمزاً للصراع الديني والأيديولوجي الذي يهدد بتمزيق كل دول يوغسلافيا السابقة تقريباً.

هذا محدثكم رئيس الجلسة (توم جايد) يرحب بكم في حلقة جديدة من برنامج المناقشات العامة حول المائدة المستديرة.

كل واحد منا يدرك تماماً الضرورة الملحة لتحقيق السلام في دول يوغسلافيا السابقة وبشكل خاص بين دول البوسنة والهرسك، وكرواتيا وصربيا. هل يمكن تحقيق السلام. هل ستتم العداوات القومية السابقة البلاد؟ هل سيمنع رجال الدين المسلمين والمسيحيين المتعصبين أي تسوية للخلافات؟ ما الدور الذي ستلعبه صربيا فيما يتعلق بالصرب البوسنيين؟ هل سيؤدي الضغط الخارجي المتمثل بتدخل الأمم المتحدة وبالمفاوضات التي يجريها رئيس الولاية المتحدة بل كلنتون، إلى إيجاد حل؟ هل هناك مناطق يمكن المساومة عليها وبشكل يرضي جميع الأطراف.

سنحاول هذا المساء وبمساعدة ضيوفنا إيجاد بعض الأجوبة لهذه الاستفسارات. الدكتور روبرت شارلتون أستاذ العلوم السياسية في جامعة (بالفارد) وله معرفة واسعة بشؤون يوغسلافيا ويدرس مادة النظريات السياسية الحديثة ومادة الإدارة الحكومية الأوروبية. لقد مضى في الآونة الأخيرة عدة أشهر في يوغسلافيا السابقة لدراسة الوضع هناك. مساء الخير دكتور شارلتون.

شارلتون: أنا مستعد

رئيس الجلسة: الدكتور برنو دسلو أستاذ مشارك للعلوم الدينية في جامعة مسيتكي وقد كتب كثيرا عن الانتشار السريع للدين الإسلامي واعتباره الدين الرسمي للبلاد في العديد من الدول. وقد لاحظ بنفسه توطيد الدين الإسلامي واعتاقه في العديد من دول الشرق الأوسط. مساء دكتور دسلو.

د. ستون: أنا مستعد.

رئيس الجلسة: العضو الثالث المشارك في المناقشة هو الدكتور آرثر ستون أستاذ التاريخ والاقتصاد في جامعة كينغز. تخصص في سياسة الولايات المتحدة الخارجية والسياسة الدولية. وعمل في شرق أوروبا. مساء الخير دكتور ستون.

د. ستون: أنا مستعد.

رئيس الجلسة: أود أن أذكر المشاركين والجمهور أننا نشجع الجمهور المستمع على توجيه الأسئلة. وندعو أي شخص لديه سؤال يود طرحه على أي عضو مشارك في المناقشة للاتصال باستوديوهات شبكة WTAK. وسيتم توجيه السؤال بشكل مباشر في البرنامج إذا كان وثيق الصلة بالقضية المطروحة للنقاش أثناء عرض البرنامج أو بقلم تسجيلي عند عرضه في برنامجنا لكي تتم الإجابة عليه في أول فرصة ممكنة. اتصلوا بنا...

نظرا للأعمال الإرهابية التي ارتكبتها المشاركون في الصراع كأعمال التطهير العرقي عن طريق الإبادة الجماعية/ هل تعتقد أن هناك أملا في تحقيق السلام وأن تحقق ذلك فهل من الممكن أن يستمر لمدة أطول من عدة أسابيع أو عدة أشهر؟ لو يتفضل د. ستون يبدأ المناقشة حول هذا السؤال.

(دعوة الأعضاء الآخرين في البرنامج لمناقشة هذا السؤال. إقرار حصول اتفاق جزئي حول بعض النقاط كالمبينة أدناه:

- 1- المشاركة في المنطقة والسلطة السياسية، كما اقترح، مع الاحتفاظ بدرجة من السيادة ضمن كل تشكيل سياسي لكل مجموعة.
- 2- التوفيق بين كل الأديان دون أن تحاول إحدى الجماعات فرض معتقداتها وطقوسها الدينية على الآخرين.
- 3- احتواء العداء المستمر بين الصرب المويدين للحلفاء خلال الحرب العالمية الثانية والبوسنيين والكروات. (الخلافات التاريخية تلعب دوراً مهماً في أوروبا).
- 4- استخدام قوات حفظ السلام الدولية التابعة للأمم المتحدة وتقدير المساعدات الاقتصادية كمنصر استقرار وتوازن في المنطقة.
- 5- استمرار توسط الولايات المتحدة الأمريكية للتفاوض حول المشاكل المستمرة.

رئيس الجلسة: (يذكر الجمهور بإمكانية مشاركته بالبرنامج هاتفياً)



رئيس الجلسة: (إذا لم تنتهي مناقشة المواضيع أعلاه قبل ثماني دقائق من نهاية البرنامج، انتقل

إلى ما يلي): من بين كل الاحتمالات التي طرحت للمناقشة في البرنامج، لأي منها فرصة أكبر للنجاح باعتقادك).

رئيس الجلسة: (ملخص لمدة 8 دقائق).

- 1- مشاركة الأرض.
- 2- التوافق بين كل الأديان.
- 3- متعلقات الحرب العالمية الثانية.
- 4- قوة حفظ السلام الدولية التابعة للأمم المتحدة.
- 5- مسألة تدخل الولايات المتحدة الأمريكية.

رئيس الجلسة: (ملاحظة مدتها دقيقة واحدة) د. روبرت شارلتون، د. برونو دسلو، د. ارثر ستون نشكركم لوجودكم معنا الليلة ومشاركاتكم مناقشات المائدة المستديرة من محطة WTAK حول الحلول الممكنة لمشاكل يوغسلافيا السابقة وبشكل خاص البوسنة والهرمك. الضيوف: (رد جماعي في ختام البرنامج). رئيس الجلسة: نشكركم جميعا لمتابعكم وندعوكم الأسبوع المقبل في مثل هذا الوقت لمتابعة مناقشات برنامج المائدة المستديرة من شبكة WTAK باشتراك الضيوف و سنناقش قدم البرنامج من محطة WTAK ومحطة إذاعة FM، نيوكونكرد.

وحتى عندما يكون أحد برامج المناقشات العامة معروفا بطريقة تقديمه الارتجالية فيجب إعداد نص مكتوب يتضمن بعض الأساسيات. إن صانعي أخبار برنامج المناقشات العامة "مكلولن كروب" يتبنون بشدة وجهات نظر محافظة ويشارك فيه ضيوف يحضرون للاستديو وضيوف يتم الاتصال بهم من مناطق بعيدة لمناقشة أحداث وقضايا الساعة التي تصور عناوين الأخبار بشكل حر. لاحظ في افتتاحية البرنامج أدناه أن النص يتضمن بالإضافة إلى المقدمة قائمة بمواضيع المناقشة والأسئلة الأولية التي ستفتح بها المناقشة. أما النهاية فتتضمن المادة الختامية الاعيادية بالإضافة إلى الإشارة إلى موضوع المناقشة للبرنامج القادم.

جماعة مكلولن

المقدم: جوب مكلولن

بمشاركة: الينور كلفت وفريدبارنس وجي كارني ومورتن كوندراك

واشنطن العاصمة

المذيع: من عاصمة الدولة نقدم برنامج "جماعة مكلولن" الارتجالي حيث يطرح للمناقشة الآراء العامة والمعلنة عبر وسائل الإعلام المختلفة حول قضايا الساعة الرئيسية. تفخر شركة GE بدعم ورعاية برنامج "جماعة مكلولن". GE تقدم كل ما تحتاجونه من الخدمات المعلوماتية إلى وسائل النقل. إننا نضع كل ما هو مفيد في الحياة. هذا محدثكم مقدم البرنامج جون مكلولن.

السيد مكلولن: القضية الأولى: وداعا للخدمة الاجتماعية.

السيناتور بوب دول: (من فيلم مصور) إننا ننهي حكاية نظام استمر ستة عقود طويلة والذي ربما كانت النية والغاية من إنشائه، حسنة ولكن خيب آمال عامة الشعب الأمريكي.

كلنتون: (من فيلم مصور): إذا بقي الإصلاح الاجتماعي مدعوما من قبل الحزبين الرئيسيين لإيجاد فرصة عمل وحماية الأطفال وجمع إعانات للأطفال من الناس الملمزمين بدفعها، فسيتحقق لدينا هذا العام إصلاحا اجتماعيا وسيكون ذلك شيء عظيم جداً.

السيد مكلولن: قدم مجلس الشيوخ في الولايات المتحدة هذا الأسبوع الخطوط العامة لإصلاح نظام الخدمة الاجتماعية للدولة. ينهي القانون القديم 60 عاماً من صلاحيات تقديم

الخدمة العامة، ويلغي الاقتراح الجديد الخدمة الاجتماعية الفدرالية الحالية وربما يلغي النظام الذي نعرفه عن الخدمة الاجتماعية.

سيتبنى النظام الجديد جمع المنح الكبيرة والمبالغ الضخمة التي تدفع للولايات لإنفاقها لصالح فقرائها بالشكل الذي تجده الولاية مناسباً. وفيما يلي بعض الأمور المهمة التي يجب أن يشملها التحقيق الدقيق:

- 1- وضع سقف زمني: تحدد المدة التي يحصل فيها المستفيدون من الخدمة الاجتماعية على مساعدات بسنتين متعاقبتين وعلى أن لا تزيد مدة حصولهم على المساعدات طوال حياتهم على خمس سنوات.
- 2- متطلبات العمل: يجب أن تجد حكومة الولاية وظائف لنصف المستفيدين من الخدمة الاجتماعية في تلك الولاية خلال خمس سنوات.
- 3- عدم تقديم مساعدات للمهاجرين الذين لم يحصلوا على الجنسية. يمكن أن تمتنع الولايات عن تقديم مساعدات للمهاجرين الذين لم يصبحوا مواطنين أمريكيين بعد.
- 4- بطاقات الغذاء: قد ترتئي بعض الولايات تخصيص اعتمادات مالية لبطاقات الغذاء على شكل منح كبيرة.

سي عقد اجتماع لمناقشة مشروع قرار مجلس الشيوخ الذي يجب أن تكون هناك موازنة بينه وبين نسخة المجلس الأكثر تحفظاً والتي تتضمن قطع المساعدات المالية عن الأمهات غير المتزوجات اللاتي تقل أعمارهن عن 18 عاماً ومنع تقديم أية مساعدات مالية إضافية للأمهات المستمرين في الإنجاب في فترة شمولهم بالخدمة الاجتماعية.

سؤال: متى تنتهي مناقشات خطة الإصلاح الاجتماعي.....؟

* * *

المسيد مكلولن: حسناً، لم يعد لدينا "سوى" ثواني قليلة من الوقت. ويمكنني القول أن بيل كلنتون يدعي الدعم المالي للطبقة الفقيرة المتوسطة بنجاح واعتقد أنه سيظهر في التصويت بأحسن حال - وليس قلقاً ومنزعجاً بل بأحسن حال - في الأسبوع المقبل: التحقيق في مأساة روبي ريدج سيسلط الأضواء على المستويات العالية التي وصل إليها مكتب التحقيقات الفدرالية. إلى اللقاء.

المذيع: برنامج (جماعة مكلولن). شركة GE تفخر برعاية برنامج جماعة مكلولن. GE تقدم كل ما تحتاجونه من الخدمات المعلوماتية إلى وسائل النقل. إننا نصنع كل ما هو مفيد في الحياة، نشر بموافقة وكالة الأنباء الفدرالية.

الخطابات Speeches

يتم إعداد أكثر الخطابات خارج محطة الإذاعة أو التلفزيون، ولا علاقة للمحرر بها فيما عدا مادة الافتتاح والختام التي يؤديها المذيع التي قد تتضمن تقديم المتحدث وتعريفه للجمهور ويتوقف ذلك على مدى شهرة ذلك الشخص. ومن غير اللائق التماذي بالحديث أكثر من اللازم. فمثلا يكفي القول عند تقديم رئيس الولايات المتحدة: "سيداتي وسادتي رئيس الولايات المتحدة الأميركية". على الرغم من ذلك، إذا كان الرئيس يلقي كلمة في مناسبة خاصة أو من أجل غرض عام يخمس الأمة فيمكن أن يسبق الخطاب بتعليق موجز يصف المناسبة أو الغرض من الحديث وإعطاء معلومات مناسبة عن خلفية الموضوع. ويمكن أيضاً أن يتبع الحديث تعليق أو تحليل لما ورد فيه.

وإذا كان المتحدث غير معروف - كأن يكون مثلاً شخصاً ناشطاً بلسان هيئة أو شخصية بارزة يرد على المقال الافتتاحي لإحدى المحطات - فيجب إعطاء معلومات عن وظيفة ومؤهلات ذلك الشخص الذي يقوم بالرد والتعليق حول قضية ما وكذلك بيان سبب ظهوره أو ظهورها على الملأ. والقاعدة التي يجب وضعها نصب العين هي كلما كان الشخص مشهوراً، كلما قل التقديم والتعريف به.

ويجب في بعض الحالات على المستوى المحلي أن يوضح للمتحدثين الذين ليس لهم دراية بضوابط الوقت في الإذاعة والتلفزيون كيف وأين يختصرون حديثهم لكي لا يقطع قبل انتهائه. ولا يدرك المتحدثون الذين لا يعرفون شيئاً عن تقنيات الإذاعة والتلفزيون إن جدولة وقت البرنامج محسوب لأجزاء الثانية وقد يتجاوز حديثهم الوقت المحدد له أو يقصر عنه تاركاً وقتاً هائضاً غير مستغل من وقت البرنامج. وقد يكون من الضروري في بعض الحالات تذكير (أو مساعدة) المتحدث بإعادة كتابة الحديث بما يتماشى وسياسة المحطة أو قوانين وكالة الاتصالات الفيدرالية فيما يخص الأحاديث والتصريحات التي تبث على الهواء مباشرة فلا تتضمن تشهيراً بأحد أو كلاماً فاحشاً أو بذيئاً.

وإذا قام المحرر بكتابة الحديث فيجب أن يتم ذلك بالتعاون مع المتحدث فيقتان أولاً على الصيغة العامة. هل سيكون حديثاً مباشراً؟ هل سيشارك فيه مقدم أو مناقشين؟ هل سيكون بإمكان الجمهور طرح أسئلة؟ هل سيقراً الحديث من

على منضدة أو منبر أم سيحفظ أم سيوضح على جهاز تقلاب الأوراق؟ وعلى أي حال من الأحوال يجب أن يتناسب الحديث مع شخصية المتحدث.

ويمكن أن لا يقتصر الحديث التلفزيوني في بعض الأحيان على التقديم الكلامي البسيط الاعتيادي، وإنما يتضمن أيضاً عرض الأفلام أو الصور الفوتوغرافية أو الأفلام التسجيلية وغيرها من وسائل الإيضاح الصورية. وتكون مثل هذه الأحاديث أكثر شبيهاً بالمحاضرات أو الأحاديث التوضيحية وبذلك يكون إعدادها على الأرجح مثل إعداد البرامج الخاصة بمناقشة موضوع أو قضية معينة.

وفيما يلي صيغة أساسية بسيطة لتقديم حديث إذاعي أو تلفزيوني يستخدم في إلقاء الخطابات أثناء الحملات الانتخابية السياسية ويتضمن المقدمة والخاتمة والانتقالات المستخدمة بين فقرة وأخرى.

المذيع: من أجل أن يتعرف المقترعون في ولاية فرجينيا بشكل أفضل على المرشحين في الانتخابات العامة القادمة... يقدم قسم الشؤون العامة لشبكة WGAX "البرنامج السياسي للمرشح"

الآن ... نقدم لكم

(تدور الكاميرا)

لقد استمتعتم توا

(تدور الكاميرا)

لقد استمتعتم توا

تلبية لرغبات الجمهور قدمت لكم شبكة WGAX "البرنامج السياسي للمرشح" لإلقاء الضوء على شؤون ومرشحي الانتخابات العامة لولاية فرجينيا. تعبر الآراء المطروحة عن آراء المرشحين ولا تعكس بالضرورة مشاعر شبكة WGAX أو الجهات التي تدعمها وترعاها. ابقوا معنا لتتعرفوا على مرشحين آخرين وتستمعوا لآرائهم وجهات نظرهم خلال الحملة الانتخابية. (توقف) من أعلى البناية الدولية موجات FM و AM لشبكة WGAX، من واشنطن.

الاعتبارات الخاصة Special Considerations

على الرغم من أن العديد من برامج الحوار والأحداث والبرامج الوثائقية والبرامج الخاصة تتناول قضايا الملونين والأقليات العرقية والنساء وغيرهم من الذين جرت العادة على عدم منحهم فرصاً متساوية في العمل وعدم معاملتهم بنفس الاحترام والتقدير اللذين يعامل بهما غيرهم أثناء التصوير غير التقليدي للبرامج، فإن العديد من أعضاء هذه الفئات يدركون بقوة جهلهم بوسائل الإعلام الإلكترونية.

وقد تمت مناقشة موضوع الفهم والإدراك الحسي في التصوير عند تصوير الأعمال الدرامية والإعلانات التجارية في فصل آخر من هذا الكتاب.

وتمنح برامج الحوار والحديث فرصة مميزة للتركيز على شخص معين أو مشكلة أو فكرة لها علاقة بمواضيع أو فئات معينة من الناس. وتمنح البرامج الخاصة أو البرامج الوثائقية فرصاً ممتازة لتناول ومعالجة هذه الاعتبارات الخاصة بشكل مباشر وصريح.

برامج المرأة Women's Programs

توافق حصول التغيرات في برامج وسائل الإعلام المختلفة الخاصة بالنساء مع أولى مكاسب الحركة النسائية في السبعينات ومن بينها جهودها المبذولة علناً لمحو الصورة السلبية للمرأة في وسائل الإعلام. وليس بمقدور وسائل الإعلام تعزيز وخلق مواقف مؤيدة للمرأة فقط، وإنما بإمكانها كذلك أن تكون وسيلة مباشرة لخدمة قضايا المرأة وتحسين وضعها في مجتمع يهيمن عليه الرجل. وأوضحت (رومي ميديروس دي فونسيكا) إحدى أوائل زعيمات الحركة النسائية في البرازيل أن التلفزيون "هو أول وسيلة تعليم لم يستطع الرجل البرازيلي حرمان المرأة منها. لقد منعوا المرأة من الذهاب إلى المدرسة ومن الدراسة وحبسوها في منزلها وقطعوا عنها أي اتصال بالعالم الخارجي. ولكن ما إن ظهر التلفزيون لم يعد هناك شيء يمكن أن يمنع المرأة من أن تتعلم من المعلومات التي يقدمها. لقد تشبعت النساء بهذه المعلومات ولم يعدن بحاجة لتعلم قراءة أي كلمة".

وبقيت الأفكار التقليدية المهيمنة على وسائل الإعلام تفترض أن برامج المرأة

هي تلك البرامج التي تستقطب المشاهدات والمستمعات من النساء بشكل أساسي لأن وقت عرض هذه البرامج ومضمونها من المواد التقليدية التي طالما اعتبرت من المواد التي تستقطب اهتمام النساء فقط، وتتضمن مثل هذه البرامج الكثير من المواد المكررة والمواضيع غير الجدلية كالإعلانات عن اجتماع النادي أو تقديم نصائح عن تصميم الديكور أو الطبخ أو إعطاء معلومات عن آخر صيحات الأزياء والتجميل وإجراء لقاءات مع بعض الشخصيات المحلية الذين يقدمون نصائح أو منتجات أو خدمات مما يفترض بأنه يلبي حاجات النساء.

وأخذت أغلب هذه البرامج بالتطور ومناقشة مواضيع أكثر جدية وأهمية كالمخدرات ومشاكل الشباب والعنف وحقوق المستهلك وتلوث البيئة وتأثير التلفزيون على الأطفال ومشاكل التعليم المحلية وغير ذلك من المواضيع المشابهة. ولقد حلت المواضيع المؤثرة والحيوية بالنسبة للنساء وللمجتمع ككل والتي توفر المعلومات والوسائل التي تمكن المرأة من الحصول على فرص وحقوق متساوية محل البرامج التي تناقش مسائل الطبخ ومستحضرات التجميل.

وتشمل بعض المواضيع التي تناقش اليوم ضمن برامج المرأة ومعالجتها على تأثير محطات الطاقة النووية على صحة المجتمع والمطر الحمضي والنفائيات السامة والنفائيات الأخرى الضارة والاغتصاب والإجهاض وتحديد النسل والتأهيل المهني والاستقلال والاكتكال الاقتصادي والتميز القانوني ضد النساء. ويستخدم العديد من هذه البرامج كوسائل لزيادة الوعي عند كل من النساء والرجال. ويمكن أن تقدم برامج المقابلات بشكل خاص للتقنيات نماذج من النساء اللواتي كان لهن دور مميز في المجتمع وأن تقدم للشباب صورة إيجابية جديدة عن المرأة.

وتعتقد باربرا وولترز - أول من استطاعت أن تجعل الجمهور يتقبل المرأة كمقدمة برامج ومعلقة في برامج الحوار والبرامج الخاصة والبرامج الوثائقية - إن البرامج التلفزيونية التثقيفية والتعليمية الموجهة للنساء والرجال على السواء والتي تبت صباحا يجب أن تتطور وتضيف موكدة "إن القول بأن برنامجا معيناً من البرامج مخصص للنساء فقط هو تقليل من شأن النساء".

إن كتابة برامج النساء لا يختلف كثيرا عن كتابة الأنواع الأخرى من البرامج

فيما يتعلق بالصيغة الأساسية. ولكن يجب أن تكون هذه البرامج مدركة لوضع النساء وإنجازاتهم ومساهماتهم وتطلعاتهن وحاجاتهن تماما كما يجب أن يكون عليه الحال بالنسبة للرجال. إن التمييز بين الجنسين يبقى تميزا حتى وإن لم يكن متعمدا لذلك يجب أن يكون للكاتب الذي لم يسبق له أن يجرب التمييز بين الجنسين أو التكرار والتقليدية الذي تجده النساء في البرامج المخصصة لهم حساسا مرهفا خاصا بهذه الأمور.

وقد زاد التزايد المستمر في استخدام الكابل من أعداد البرامج الموجهة للنساء للفئات والأقليات الأخرى. في الواقع هناك قناة محورية كاملة مخصصة للنساء وتعتبر عن آرائهن ووجهات نظرهن وبأجور تختلف عن معظم القنوات التلفزيونية الأخرى. وأخذت البرامج التي توضح دور النساء وقدراتهن في المجتمع تزداد في القنوات الكابلية حيث أن وجود عدد كبير من القنوات وعدم اعتمادها على التصنيف الفردي للبرامج (تعتمد الأنظمة الكابلية على تصنيف البرامج بشكل تراكمي ضمن فترة زمنية محددة) يمرر الكابل من بعض الأمور الأساسية التي يتطلبها البث الإعلامي. وفيما يلي نص أحد هذه البرامج الموحدة البث على قنوات الكابل المحلية المستحدثة.

برنامج النساء المباشر

مقدمة البرنامج: اينما يونغ

الضيوف: مارشا ديلاجوستينا منتجة أخبار تعمل لحسابها

وأستاذة وسائل الاتصال الجماهيرية، كلية امرسون

وديمي سيني مساعدة مدير المبيعات لشبكة تلفزيون WGAX، بوسطن

الوقت الكلي بالدقائق	الوقت المخصص لكل فقرة بالدقائق	الفقرات الأساسية
1:00	1:00	مقدمة البرنامج تقدمها اينما يونغ
3:00	2:00	إعلانان تجاريان (مدة كل واحدة منهما دقيقة واحدة)

الوقت المخصص لكل فقرة بالدقائق	الوقت الكلي بالدقائق	الفقرات الأساسية
13:30	10:30	لقاء وحوار مع مارشا ديلا جوستينا
15:30	2:00	إعلانان تجاريان (مدة كل واحد منهما دقيقة واحدة)
21:00	5:30	الجزء الأول من اللقاء مع ديبى سيني
23:00	2:00	إعلانان تجاريان (مدة كل واحد منهما دقيقة واحدة)
28:00	5:00	الجزء الثاني من اللقاء مع ديبى سيني
29:00	1:00	تقديم الشكر للضيوف وخاتمة البرنامج
2:00	1:00	عرض قائمة بأسماء العاملين على إنجاز البرنامج

المقدمة :

إينا: هذا هو "برنامج النساء المباشر" وأنا محدثتكم مقدمة البرنامج ايننا يونغ. يعتبر العمل في التلفزيون عملاً رائعاً جداً وغالباً ما يكون مرتفع الأجر. فبإمكان مسلسل ناجح واحد أن يصنع نجوماً كانوا مجهولين تماماً سابقاً. ولكن وراء كل مقدمة ناجحة مثل باربرا وولترز وكونغ آلاف النساء العاملات بجد ومتابرة وراء الكواليس في مكاتب واستوديوهات التلفزيون.

اليوم في "برنامج النساء المباشر" سنستطلع الآراء حول "البرامج التلفزيونية من وجهة نظر النساء".

"ضيفتان شخصيتان تلفزيونيتان موهبتان وهما مارشا ديلا جوستينا منتجة أخبار تعمل لحسابها ومديرة الصحافة الإذاعية وأستاذة مشاركة في كلية امرسون في بوسطن، وديبي سيني مساعدة مدير المبيعات في القناة (5) لشبكة تلفزيون WGAX في مدينة نيدام في ماساشوستس.

لذا تابعوا "برنامج النساء الحي" وسنعود إليكم مع آراء الكواليس حول "البرنامج التلفزيونية من وجهة نظر النساء".

فترة إعلانات تجارية

إينا: اليوم في برنامج النساء الحي " سنتعرف قليلا على العاملين وراء الشخصيات التلفزيونية الساحرة المتألفة. كلنا يعرف المسؤولين عن تسييق الأخبار وتقديمها الذين يظهرون كثيرا على الشاشة ويحصلون على أجور مرتفعة ولكن ماذا تعرف عن الرجال والنساء الذين يجهدون أنفسهم في البحث عن الخبر و إعداده للبث التلفزيوني؟ إننا نعرف نجوم المسلسلات المشهورة ولكن هل تعرف شيئا عن موظفي المبيعات في التلفزيون الذين يعملون بجد لجعله مؤسسة منتجة مزدهرة؟ أول ضيوفنا هي مارشا ديلا جوستينا مديرة إنتاج تعمل لحسابها وأستاذة في كلية امرسو. مرحبا بك مارشا في برنامج النساء المباشر" (المرحلة الأولى من الأسئلة تتعلق بعملية جمع الأخبار، ثم تأتي مراحل معالجتها وإعدادها وتحريرها دون طرح أسئلة تتعلق بالتمييز بين الجنسين. وبعد تثبيت أسماء ضيوف البرنامج ومؤهلاتهم بغض النظر عن جنسيتهم أيضا يبدأ طرح الأسئلة المتعلقة بالنساء على النحو التالي:

إينا: في القناة الخامسة حيث تعملين كمنتجة مستقلة، كم يبلغ عدد العاملين في قسم الأخبار. وكم عدد الرجال وكم عدد النساء؟ ما هو معدل الأعمار التقريبي وأي من الجنسين يحظى بتقدير الإدارة أكثر من الآخر؟

* * *

عندما يتغير مالك المحطة كما حدث مؤخرا للقناة الخامسة حيث اشترتها شبكة ميترو ميديا، تحصل تغيرات كبيرة إذ يترك بعض الموظفين العمل ويفصل أو يستبدل البعض الآخر، هل يوجد الآن في القناة الخامسة صيغة معينة في التعامل فيما يتعلق بالنساء والأقليات؟

* * *

ما نوع المكتسبات أو العقبات التي يمكن أن تتوقعها المرأة العاملة في إحدى المهن التي تمارس وراء الكاميرا في محطة تلفزيونية؟ ما الذي تتوقعين أن يتحقق للنساء في المستقبل القريب؟

* * *

(جری الجزء الثاني من اللقاء والحوار مع ديبي سيني بنفس الصيغة)

إينا: نعود لتكملة "برنامج النساء المباشر" وضيفتا الثانية اليوم هي ديبي سيني معاونة مدير مبيعات القناة الخامسة في مدينة بندانم في ماسا شوستس. ديبي! يسعدني أن تكوني معي الليلة.

* * *

كونك معاونة مدير مبيعات في محطة تلفزيون كبيرة ورئيسية، هل بإمكانك إعطاء مشاهدنا فكرة عن تبعات هذا العمل وما يترتب عليك عمله؟

* * *

كم يبلغ حجم الموظفين العاملين معك؟ كم يبلغ عدد الرجال وكم يبلغ عدد النساء؟ هل أحد الجنسين أفضل من الآخر فيما يخص المبيعات هل للإناث العاملات في هذا المجال خصائص تختلف عن الذكور؟ أي من الجنسين يستجيب لتنفيذ أوامرك أكثر من الآخر كونك رئيسة عمل أنثى؟

* * *

كونك أنثى، هل تعتقدين أن هذا الأمر ساعد أم أعاق ارتقاءك السلم الوظيفي؟

* * *

كتبته وأنتجتة إينا يونغ

البرامج الموجهة للأقليات العرقية Ethnic Programs

يجب أن تعد البرامج الموجهة للأمريكان الأفارقة واللاتينيين والأمريكان الآسيويين والأمريكان الأصليين من الأقليات بكل وعي وحس مرهف. وعلى الرغم من أن تزايد عدد المحطات التي يملكها الأمريكيان السود والموجهة للسود أدى إلى ظهور برامج حوار ولقاءات وغيرها من البرامج الموجهة للأمريكان الأفارقة إلا أنه ليس للأقليات العرقية الأخرى سوى القليل جدا من المنافذ الإعلامية التي تهتم بشؤونهم وقضاياهم. فالمنافذ التقليدية نادرا ما تعد برامج خاصة بهذه الجماعات.

وفيما عدا البرامج المتنوعة التي تقدمها المحطات التي يملكها الأمريكيان الأفارقة وشبكة التلفزيون الترفيهي الوطني للسود (BET) والقناة الكابلية، فإن البرامج التي تتناول قضايا الأقليات تكون عادة برامج خاصة أو برامج وثائقية تعرض غالبيتها مشاكل سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية. وقد تم تقديم أمثلة لكتابة نصوص "البرامج الخاصة والبرامج الوثائقية" المعدة خصيصا لهذا النوع الخاص من الجمهور في الفصل السادس. وفي جميع الحالات تبقى مسألة اللغة والمصطلحات المستخدمة في هذه البرامج مهمة جدا. ومما يساعد في تحديد طريقة وأسلوب الكتابة لهذه البرامج هو معرفة الخلفية التاريخية والحاجات الآنية لكل مجموعة من هذه الجماهير العرقية.

ويختلف إعداد برنامج معين لمستمعين أو مشاهدين ينتمون إلى إحدى هذه الجماهير الخاصة عن إعداد نفس البرنامج للغالبية البيضاء من الجمهور. غالبا ما تكون المفردات والحوار الذي يشير إلى أحداث معينة أو إلى فئات معينة من المجتمع واضحين لتلك الفئة فقط الموجه إليها البرنامج.

وعلى سبيل المثال، يخرج أحد البرامج الذي تنتجه للإذاعة اللجنة الإعلامية لتأييد العمل الصيني في سان فرانسيسكو بين الأخبار والتعليقات والنقد الساخر. إن كتاب البرنامج هم من العلماء في شعب وفنون وتاريخ الأمريكيان الصينيين بالإضافة إلى المراسلين والخبراء الإعلاميين. وتعكس المواد المقدمة في البرنامج تطلعات وآراء الأمريكيان الصينيين والتي يعتمد أحد بثها وسماعها على الهواء.

وتروي منتجة البرامج (روس لو) قصة سافرة عن جامعي الضرائب أيام تدافع الناس في طلب الذهب حيث فرض هؤلاء الجباه ضريبة مقدارها 2.50 دولار شهريا على المشتغلين بالتعدين في مناجم الذهب - ولكنهم كانوا يحاولون تحصيلها من الصينيين فقط.

الافتتاحية التقليدية لبرنامج "ديبونت غاي"

برنامج الحكايات والتعليقات الساخرة

الراوي: أهلاً وسهلاً بكم أيها الأصدقاء والسياح في برنامج "ديبونت غاي" الذي يأخذكم في رحلة إذاعية إلى المنطقة الأمريكية الصينية مع جماعة "ديبونت غاي" لمدينة سان فرانسيسكو الصينية. ديبونت.

"ديبونت غاي" مشتق من الاسم الأصلي لشارع "غرانت أفينو" أي شارع ديبونت. بعد زلزال عام 1906 قرر معمرو المدينة الاستيلاء على المدينة الصينية وغيروا اسم "ديبونت غاي" إلى "غرانت أفينو". وبالطبع عندما عاد الصينيون للمطالبة ببيوتهم، استمروا بتسمية شارعهم الرئيسي "ديبونت غاي".

بهذه الروحية من الصدق والتعدي نبدأ برنامجنا الذي يقدم لكم أخبار المجتمع والتعليقات والموسيقى والشعر والحكايات الساخرة وهذه إحدى الحكايات الساخرة التي يقدمها البرنامج.

روس: و الآن نقدم لكم اختبار المعلومات الذي تقدمه شبكة "كاوبي سي" يتكون فريق اليوم من السيد "كولي فلور" من جامعة (بدنك) في مواجهة (يوفونغ) من مدرسة (كوي لاي) المتخصصة بتاريخ الأمريكان - الصينيين وقبل أن نبدأ أود أن أقدم لكم سيد (يوفونغ) أسني للتهديد الموجه إليكم بإلغاء المدرسة. أعلم أن هناك إجراءات تتخذ في بعض جامعاتنا الكبيرة لإلغاء الدراسات الأمريكية - الشرقية. ولكن دعنا نرى في مباراة اليوم لكلية (باول) ماذا تعلمت. هل أنت مستعد سيد (كولي فلور)؟

كولي: أجل، نعم بالتأكيد.

روس: يوفونغ، هل أنت مستعد؟

يوفونغ: بالتأكيد.

روس: حسناً، قل لي ما هو جواب هذا السؤال ... متى وصل أول المهاجرين الصينيين إلى الولايات المتحدة؟

برين: آه، هذا السؤال سهل جداً، الكل يعرف إنهم جاءوا بعد تدفق الناس إلى كاليفورنيا بحثاً عن الذهب في عام 1849.

روس: هذا الجواب خطأ تماماً لا يوفونغ، هل يمكنك الإجابة عليه؟

كولي: في عام 1785 كان هناك ثلاثة صينيين في مدينة بلتيمور وهم (آه سنغ) و (آه كيون) و (آه كوان) وقد أشير إلى وجودهم في المؤتمر القاري.

في عام 1796، جلب خمسة صينيين إلى فلادلفيا ليعملوا خدما عند اندرياس اينارفدس بران.

في عام 1807، وصل بنغ - هوا وينغ جونج إلى نيويورك ليقوم بتحصيل ديون والده.

في عام 1815 اعتنق (آه نام) طباطح حاكم ولاية (دوسولا) في كاليفورنيا الدين المسيحي.

في عام 1818 رافق وونغ آرس مدرسة التبشير الخارجي في (كورن وول) في ولاية كونيكيتا مع رفاقه (آه لأن) و (آه لوم) و (ليو آه سي).

في عام 1847، أبحرت السفينة الشراعية الصينية (يوكنغ) إلى ميناء نيويورك بطاقم من البحارة الصينيين بالكامل.

في عام 1947، انتمى (يونغ وينغ) و (ينغ فون) و (وونغ سنغ) إلى أكاديمية مونسون بولاية ماساشوستس. ثم التحق (يونغ وينغ) بجامعة (بال) وأصبح أول صيني يتخرج من جامعة أمريكية عام 1854. وفي عام 1852، حصل (يونغ وينغ) على الجنسية الأمريكية وأصبح مواطناً أمريكياً.

برين: لم يعلموني هذا أبداً في جامعة (بدنك).

جماعة ديونت غاي، المدينة الصينية، سان فرانسيسكو

وتتمثل عملية استثمار وسائل الإعلام كأداة توحيد في طريقة استخدامها العديد من منتجي البرامج المخصصة لتقديم برامج عن الفئات الخاصة أو حولهم. وتعتبر الدكتوراة بالما ماريتينيز - نول التي تكتب وتنتج برنامجاً لاتينياً في ديترويت أحد هؤلاء المنتجين.

ويتضمن برنامج (مندو هسبانو) لمانتينيز - نول أنواعاً مختلفة من الفقرات كالمقابلات والمعلومات الثقافية وأنواع مختلفة من الموسيقى وتقديم معلومات خاصة

للنساء وفقرات إخبارية وفقرات وثائقية وإعلانات تجارية وإعلانات الخدمة العامة - مثله مثل كل البرامج الأخرى الموجهة للأقليات العرقية. ويتضمن برنامج (مندو هسبانو) إعداد مقال أسبوعي. أشارت مارتينز - نول إلى أن المقال الرئيسي الأسبوعي - كما هو الحال بالنسبة لبقية فقرات البرنامج - يبين إن المجتمع الأمريكي - اللاتيني هو فرع من المجتمع المتحدث باللغة الإسبانية في جميع أرجاء العالم. ليس الأمر مجرد كلمة إسبانية تقال هنا وكلمة إسبانية تقال هناك بل قضية مجتمع كامل يتحدث لغة واحدة ويواجه مشكلة عامة. إنها مشكلة مجتمع كامل يعيش في دولة ويريد الاتصال بكل المجتمعات الأخرى المثلثة له والتي هي من أصل واحد والموجودة في مناطق مختلفة.

وفيما يلي نموذجاً لبداية مقال افتتاحي لأحد البرامج يوضح هذه الطريقة:

يعود أصل كل أمريكي واحد من بين عشرين أمريكياً إلى الأصل الإسباني أي يوجد حوالي 12 مليون أمريكي من أصل إسباني في الولايات المتحدة نفسها، ويشكلون ثاني أكبر مجموعة من الأقليات العرقية.

لكن الناطقين باللغة الإسبانية واجهوا صعوبات ومشاكل طويلة الأمد فيما يخص المساواة في فرص العمل، وهذه المشاكل لم تجد اهتماماً وطنياً ولم تتخذ أية إجراءات لحلها إلا مؤخراً. بالإضافة إلى ذلك، كان على السكان الناطقين باللغة الإسبانية مواجهة مشاكل الحرمان الاجتماعي والاقتصادي بالإضافة إلى مشكلاتهم الخاصة المتعلقة بحاجز اللغة.

إن العمل لمساعدة هذه الفئة من الشعب "ليس" بالسهولة التي يبدو عليها. وسبب هذه الصعوبة هو أن هذه المجموعة متباينة الخواص على الرغم من أنها تشترك في تكلمها اللغة الإسبانية. تمثل هذه الفئة في الواقع صورة مصغرة للتوع العرقي في الولايات المتحدة.

لا يتحدث الإسبانية كل من هو من أصل إسباني على الرغم من أن أغلبهم يتحدثها، ولجميعهم أجداد يتحدثون هذه اللغة. البعض من هؤلاء الناس هم من المهاجرين الجدد أو من الجيل الأول بينما انحدر بعضهم من عوائل كانت تعيش

في جنوب غرب بورتوريكو. ولكن أكبر مجموعة من الأقليات هي التي من أصل أو نسب مكسيكي. وثاني أكبر مجموعة هي تلك التي انحدرت من بورتوريكو ثم تأتي بعدها المجموعة التي انحدرت من كوبا. أما الباقون فترجع أصولهم إلى وسط أو جنوب أمريكا. وبذلك يتضح كل الوضوح أن فئات المجتمع الأمريكي المتحدثة باللغة الإسبانية تتكون من مجاميع من مناطق مختلفة تختلف في إرثها وخلفيتها الثقافية والاجتماعية لقد استتقت هذه الجماعات في أجزاء مختلفة من أمريكا. على سبيل المثال، يعيش أغلب الأمريكيين من أصل مكسيكي في الجنوب الغربي ويعيش أكثر الأمريكيين المتحدثين من بورتوريكو في مدينة نيويورك ويعيش غالبية الأمريكيين الكوبيين في فلوريدا. وبالطبع هناك تجمعات أصغر تتركز فيها هذه الأقليات المتنوعة في مدن كبرى أخرى مثل ديترويت. من مراكز التجمع في المدن الكبيرة هذه، انتقل العديد من الناطقين باللغة الإسبانية أي مناطق أخرى شديدة الازدحام إما بمحض إرادتهم أو بسبب عدم قدرتهم على توفير نفقات المعيشة أو أنهم منعوا من السكن في مكان آخر. ول سوء الحظ، تكون هذه المناطق في بعض الأحيان في أحياء فقيرة مزدحمة من المدينة أو في أطرافها القاحلة الفقيرة.

تعتبر هذه التجمعات للأقليات الناطقة باللغة الإسبانية في مناطق مختلفة من المدن إلى حد ما سببا في استمرار مشكلة عدم إتقان اللغة الإنكليزية وربما لا يمكنهم تجاوز حاجز اللغة هذا في بعض الأحيان حتى في الجيل الثاني منهم. وهناك سبب آخر هو استمرار انتقال الناس من وإلى بورتوريكو مما يزيد من مشكلة حاجز اللغة.

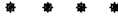
كان لكل هذه العوامل تأثير على عزل الأقليات الناطقة بالأسبانية ثقافيا عن الاتجاه العام للسكان. وبالطبع لم تشجع هذه العوامل التميز العنصري الموجود في هذه التجمعات والذي خلق حواجز إضافية في مجتمعات الأقليات الناطقة بالأسبانية.

بالإضافة إلى ذلك يفقر البالغون من الناطقين باللغة الإسبانية إلى التعليم وإلى أية معلومات حول اللغة الإنكليزية مما يؤدي إلى حرمان ذلك الشخص من حصوله على وظيفة بأجر جيد. رغم ذلك بدأ يزداد نسبيا عدد الشباب المنحدرين من أصل إسباني الحاصلين على التعليم الثانوي أو أكثر من ذلك.



لن تبقى مشاكل الأقليات الناطقة باللغة الإسبانية دون اهتمام لقد تطورت القوى العاملة والبرامج الخاصة بها لتعالج مشاكل البطالة ومستوى التشغيل المنخفض. إن الهدف من هذه البرامج هو المساعدة في تأهيل العمال الناطقين بالإسبانية لكي يحصلوا على وظائف تحتاج إلى مهارة أكبر وبذلك يحصلون على أجور أعلى وعلى وظيفة مستقرة.

لن تحقق هذه البرامج نجاحات سريعة ولكنها جزء من الجهود التي تبذل بشكل متزايد لمساعدة الناطقين بالإسبانية وكل الأقليات الأخرى.



نشر بموافقة الما مارتيث نول - منتجة برنامج "مندو هسانو"
الموجه للأقليات اللاتينية

التطبيق والمراجعة Application and Review

- 1- قم بإعداد إطار أساسي لنص لمقابلة رأي، ومقابلة شخصية، ومقابلة معلوماتية، على أن تكون كل مقابلة على شخص مختلف.
- 2- أعد نفس التمرين باستخدام نفس الشخص كموضوع في الأصناف الثلاثة للمقابلة.
- 3- قم بإعداد صحيفة إطار أساسي لبرنامج حوارى حول موضوع مثير للجدل للراديو ثم التلفزيون.
- 4- تصور نفسك كاتباً ومقهماً في برنامج حوارى. اختر كتاباً ألفه أحد الأساتذة في جامعتك، وقم بعدد ملخص لنص يتضمن مقدمة ونقلا ومخارج وأسئلة مناسبة وأسئلة للمتابعة لمقابلة مدتها 15 دقيقة مع مؤلف الكتاب. وإذا كان ممكناً قم بإنتاج المقابلة في إطار متطلبات أحد مسابقات الإنتاج أو لبثها على محطة الجامعة.
- 5- قم بإعداد صيغة لبرنامج تلفزيوني يقدم خدمة للرجل والمرأة لا تقدمها المحطات التلفزيونية الأخرى.
- 6- قم بإعداد نص لبرنامج حوارى حول موضوع مثير للجدل تناوله الصحافة المحلية.

برامج الموسيقى والمنوعات والكوميديا

Music, Variety, and Comedy

على الرغم من ازدياد نسبة البرامج الإخبارية المذاعة من الراديو على الموجة المتوسطة (AM) ومناخسة الراديو على موجة (FM)، تبقى السيادة للبرامج الموسيقية. وتعتمد محطات الإذاعة على الموسيقى المسجلة. تستلم المحطات المنتسبة إلى شبكات إذاعية كبيرة الأخبار من تلك الشبكات وتوحيدها مع ما تمتلكه من خزين إخباري موسيقي. وطور (مارتن بلوك) البرامج الإذاعية في الثلاثينات من حيث أنه جعل المذيع يقدم التسجيلات الموسيقية التي تفصل بين التعليقات الإذاعية والإعلانات التجارية إلى درجة إن المستمع كان يعتقد بأن الموسيقى كانت تعزف بصورة حية داخل الاستوديو. ومن هنا كانت الانطلاقة نحو منسق البرامج الموسيقية الاسطوانات (Disk (jokey*) والتسجيلات والإقراض المدمجة. قبل أن يبدأ التلفزيون بسحب الشخصيات الإذاعية المرموقة ويستخدمها في استوديوهاته، وكانت الإذاعة تبث البرامج الموسيقية التي تعزفها الفرق السيمفونية الكبيرة وتقدم المغنيين المشهورين وفرق موسيقى الجاز ونجوم الأوبرا والعديد من العازقين المنفردين (soloists). واختفت في الواقع هذه

(*) منسق البرامج الموسيقية (disk jokey): هو الذي يعد برنامجا إذاعيا أو تلفزيونيا مؤلفا من مجموعة من التسجيلات الموسيقية ثم يقدمها مع تعليقات غير ذات صلة بالموسيقى. (المترجم)

الأنشطة تقريبا من الراديو باستثناء بعض البرامج الموسيقية مثل برنامج (تكساكو أوبرا). وبدأت أغلب البرامج الموسيقية الإذاعية بالانتقال إلى التلفزيون، وبخاصة تلك البرامج التي تضم الكوميديا والمنوعات. وقبل ظهور التلفزيون الموسيقي الذي يعرض البرامج الموسيقية لمدة أربع وعشرين ساعة في الثمانينات، لم يكن التلفزيون قادرا على عرض البرامج الموسيقية بشكل ناجح كما كان يفعل الراديو.

وبمرور الزمن، أخذت البرامج الموسيقية التلفزيونية تلاقي النجاح الكبير، مثل البرامج التي تستضيف الموسيقيين الكبار ومجاميع الأوركسترا والبرامج التي حورت وطورت بعض البرامج الإذاعية الموسيقية عن طريق إسنادها بالوسائل المرئية. لقد تحول برنامج (دك كلارك) الموسيقي الراقص من برنامج إذاعي بعنوان (أميركا بانكساند) إلى برنامج تلفزيوني. وعلى العموم، أخذ المطربون يحققون الأرباح الكبيرة في التلفزيون عن طريق مشاركتهم في برامج المنوعات أكثر من تلك التي كانوا يحققونها في الإذاعة، وهذا أيضاً ينطبق على بعض الفرق الموسيقية التي أخذت تظهر في بعض البرامج مثل (ساتراي نايت) والبرامج التي يعدها بعض الفنانين من أمثال (جاي بينو) و(ديفد لترمان). وحققت البرامج الموسيقية المستمرة نجاحا

وحقق هذا النوع من البرامج نجاحا كبيرا عند بعض المشاهدين، وبخاصة البرامج التي تعرض الأوبرات، لكنها في الوقت نفسه لم تحقق ذلك النجاح عند فئات أخرى. ومهد ظهور التلفزيون المحوري الطريق أمام انتشار التلفزيون الموسيقي الذي يبيث البرامج الموسيقية فقط لمدة أربع وعشرين ساعة والمعروف بـ (MTV). إن واجب كاتب النص للبرنامج الموسيقي التلفزيوني هو بالأساس إعداد النص المتكامل الذي يحتوي على المقدمة والخاتمة وفترات الانتقالات، وبالتالي تقديم الخلاصة النهائية لذلك النص من أجل تقديمه على الشاشة. إن القليل جدا من مقدمي برامج الموسيقى يحضرون النصوص والملخصات أنهم غالبا ما يقدمون البرنامج ارتجالا بالاعتماد على الذاكرة. أما الفنان المحترف فإنه يحاول جهد الإمكان تجنب الأعمال الارتجالية التي تنمض عن أخطاء خطيرة. إن هذا الفنان يفكر ويثبت كل التفاصيل مقدما. إن مقدمي برامج الموسيقى الذين يقومون بالأعمال الارتجالية هم في الغالب من الهواة الذين لا يستمر بقاؤهم في الساحة الفنية

طويلاً. إن كتابة البرامج المتنوعة ذات اللمسات الكوميدية تحتاج إلى أناس موهوبين لا يحتاجون إلى أي توجيه، لذلك فإننا في هذا الكتاب لا نوجه الإرشادات لمثل هذه الفئات. إننا في هذا الكتاب نقدم بعض المبادئ الأساسية لصياغة النصائيم الأساسية لبرامج المنوعات ونقترح أيضاً بعض التقنيات لكتابة البرامج الكوميدية.

البرامج الموسيقية الإذاعية Music: Radio

يجب أن يكون للبرنامج الموسيقي سيناريو متكامل يتضمن الفقرات التالية: تصميم عام واضح وفكرة مركزية تدور فقرات البرنامج حولها ومن خلالها ينمو البرنامج ويتطور. وعلى الرغم من أن أغلب الأفكار التي يقدمها فرسان الاسطوانات في برامجهم الموسيقية هي أفكار آنية ومرجلة، إلا أن المضامين الموسيقية لتلك البرامج هي مضامين مخططة ومنظمة بدقة. إن التصميم العام للبرنامج يعكس الطبيعة العامة للمحطة التي يث منها البرنامج. إن التخصص هو عامل أساسي في نجاح البرامج. وبعض المحطات تبث برنامجاً معيناً ما هو سوى خليط من عدة برامج، مثل البرامج الإخبارية والموسيقية والمقابلات التي لا يجمعها جامع. إن المحطات التي تبث مثل هذه البرامج تسمى بالمحطات الشاملة. (Full - service stations). وعندما تذكر محطات ال (إف. إم) فإننا نذكر كمحطات تبث البرامج "الجيدة" المتعلقة بالموسيقى الكلاسيكية، ولذلك يكون جمهورها أقل من جمهور محطات ال (أي أم). اليوم أصبح أكثر هواة الموسيقى يستمعون إلى محطات ال (إف. إم) حيث تبث كل أنواع الموسيقى. وفي الحقيقة فإن تعريف عبارة (أنواع الموسيقى) هو تعريف غير ثابت ومتغير دائماً. إن عبارة "الموسيقى المعاصرة" تعني لبعض الناس ما يلي: موسيقى المؤلفين الموسيقيين الأحياء، بينما تعني شيئاً آخر بالنسبة للبعض الآخر من الناس ألا وهو: الموسيقى والأغاني الشعبية المشهورة.

ويغض النظر عن هذه التعاريف، فإن الموسيقى تعكس الواقع الثقافي العام. إن الموسيقى المعاصرة عبارة عن نوع معين من الحوار الذي يوفر قدراً من الحرية النفسية للمستمع وقدراً من الحرية الفنية للمؤلف. أما الموسيقى الشعبية فهي ظاهرة اجتماعية لأنها تعكس المرونة والنمو والتغيير الذي يحدث في المجتمع، وخاصة مجتمع الشباب. لقد غيرت موسيقى وأغاني (البيتلز) ليس سطح الموسيقى الشعبية

فقط بل حتى مواقف وسلوك الشباب. لقد شجعت موسيقى (البيتلز) على الهروب من الصيغ التقليدية. إنها لم تكن موسيقى أفكار، لم تكن فكرة هذه الموسيقى جديدة لكن تنفيذها كان جديدا. لقد جعلت الراديو حلقة وصل بين الفن الخلاق والتلقي الخلاق، وهذا لم يكن معروفا سابقا. وتمتد شركات التسجيل ومحطات الإذاعة بأن الموسيقى المسجلة لغرض البث الإذاعي هي إحدى وسائل نشر الديمقراطية بين الجماهير. أحيانا، يطرح السؤال التالي: هل هذا النوع من الديمقراطية يعني المستوى الواطن من الموسيقى؟ على كل حال، اكتشفت هذه الشركات والمحطات بأن هذه المفاهيم هي مفاهيم عامة ومطاطية وإن أي محطة لا يمكن أن تلبى رغبات كل المستمعين. من هنا جاء التوجيه نحو التخصص، أي تخصص كل محطة في بث نمط معين من الموسيقى.

اشكال البرامج الموسيقية Format Types

في نهاية الأربعينات، شعرت محطات الإذاعة بحاجة إلى طريقة جديدة في هذه الفترة، أي بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية، ازداد عدد المحطات المحلية وأخذت أرباحها تفوق الشبكات الإخبارية الكبيرة. وكان كل برنامج موسيقي في هذه المحطات يغطي مساحة زمنية تتراوح بين خمس عشرة دقيقة إلى نصف ساعة تكون مخصصة إما إلى فرقة موسيقية معينة أو مطرب معين. ولم يكن هناك تصميم ثابت لأي برنامج موسيقي بل كان لكل يوم تصميم معين يحدده المخرجون أو منسقوا الاسطوانات أو المسؤولون عن المكتبة الصوتية. وفي الحقيقة كان مسؤولو المكتبة الصوتية يهيئون المادة الموسيقية فقط، أما فرسان الاسطوانات فلم يكونوا يعرفون أي شيء عن المادة الموسيقية إلا أثناء تقديم البرنامج. ثم جاءت ظاهرة "برنامج أربعين عملا من القمة TOP-40" ليعكس التوجه نحو إشباع رغبات المستمعين عن طريق تقديم التسجيلات التي نالت شعبية كبيرة. وكانت شعبية التسجيلات تنطلق من العدد المباع لكل تسجيل. في بداية الأمر، كانت كل المحطات تبث الأعمال الأربعين نفسها، بعدئذ أخذت المحطات تختار من الأعمال ما يناسب رغبات مستمعها، فمثلا بعض المحطات تبث (الروك أند روك) والأخرى تبث الأغاني الريفية وهكذا. في نهاية الستينات، أصبحت بعض المحطات التي تبث هذا البرنامج محطات ميكانيكية جامدة، أي تبث الأشرطة دون أي تعليقات من مقدمي البرامج ودون

انتقالات سريعة من شريط إلى شريط. أحياناً، حاول البعض من تلك المحطات إعادة الحياة إلى نفسها عن طريق العودة إلى استخدام فرسان الأسطوانات. في التسعينات، أخذت بعض المحطات الموجهة للشباب يبت البرامج التوفيقية (MOR) أي البرامج الموسيقية التي تمزج بين الموسيقى الشعبية المعاصرة والموسيقى الكلاسيكية. ومن ناحية، كانت تقدم الأعمال الفنية لفرانك سيناترا وبكي لي ونات كينك كول، ومن ناحية أخرى، تقدم أغاني (رولك ستونر) و(بيوتو) و(بلي جول ولا يفوتنا) أيضاً إذاعة أعمال ترسي جايمان ومايكل جاكسون و (بي فتي تون) و(بيير جام و) (اي سي/دي سي) وماريا كيري. وظهر برنامج آخر باسم (كلاسك روك) موجه إلى الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين الخامسة عشرة إلى الثلاثين. وكان من السهولة تصنيف أنواع موسيقى الروك عندما ظهرت لأول مرة، مثل الروك الهادئة والروك اللاذعة والسريعة. أخذت بعض المحطات تبث موسيقى الروك وموسيقى الجاز في آن واحد. وفي التسعينيات أخذت بعض المحطات تعود إلى بث أغاني (البيتلز)، كما وشهدت الفترة نفسها نوعاً من التمرد الذي قام به بعض الشباب ضد أغاني الثمانينات. وأصبحت الموسيقى المعاصرة تمتاز بمضامينها السياسية، وعليه فقد امتازت بالنبرات العالية. هنا برامج تبث "الموسيقى السهلة" أو "الموسيقى الجميلة" كما كانت تسمى سابقاً، بالإضافة إلى الموسيقى الوترية لمانتوفاني وبييرسي فيث واندريه كوستيلانز والآخرين. تختار فقرات "الموسيقى السهلة" بثاً ودقة لكي تـُـبث ثم أمزجة الناس في ذلك اليوم. انتشرت الموسيقى القريبة وموسيقى الريف في السبعينات في المدن وفي الأرياف. في الثمانينات استعادت موسيقى الجاز شعبيتها. عندما نستعرض تاريخ الموسيقى فإننا نجد أن الأذواق تتغير كل سنة، لا بل كل شهر، ولذلك نجد أحياناً تغييرات وتكييفات تجري داخل نص موسيقي ليسد حاجات المحطة وحاجات المستمعين في آن واحد.

جوهر الموضوع Theme

تدور بعض البرامج الموسيقية حول موضوع مركزي مثل شخصية معينة، حادثة معينة، مكان - أو أي شيء يضاف عليها نوعاً من التماسك والوحدة. ويستطيع كاتب نص البرنامج أو ملخصه أن يستمد الأفكار لدعم ذلك الموضوع المركزي من عدة أماكن: أيام معينة، العطل الرسمية، ذكرى ولادة مؤلف موسيقي، فيلم جديد

لنجم سينمائي معروف، قضايا عامة مثل الحب والحرب والمغامرات والفساد والأدوية وهلم جرا. ويجب أن يكون هناك ترابط وتناغم واضح بين القطع الموسيقية المختارة وعلى الانتقالات غير الموسيقية أن تؤكد وتعزز ذلك الترابط. إن النموذج التالي هو سيناريو لبرنامج عن الموسيقى الكلاسيكية المسجلة والتي تدور حول موضوع رئيسي معين. لاحظ أن تثبيت التسجيلات تم حسب تسلسل الفهرست:

برنامج "موسيقاك المفضلة"

رقم 6026 كاتاليني: رقصة حوريات الماء

الفرقة السمفونية لـ (إن. بي. سي) بقيادة ارتورو توسيكاني

رقم 1913 ديليه: باليه كوبيليا: مقتطفات

الجانب الثاني كله فرقة بوسطن السمفونية بقيادة بيريه مونت

رقم 2150 سترافنسكي: أغنية العنديل

فرقة شيكاغو السمفونية بقيادة فرتز زرينيه

الجانب الثاني كله



رقم 07-0783 معزوفات على الآلات الوترية

المذيع: إن راعية هذا البرنامج هي شركة (هزماستز فويس).

البرنامج الذي ستستمعون إليه هو "موسيقاك المفضلة".

إن برنامجنا اليوم مخصص للأعمال الموسيقية التي تعالج المواضيع الخارقة.

اخترنا لكم ثلاث مقطوعات: واحدة من أوبرا والثانية من "سويت أو هو لحن أوكسترا لي مؤلف من ثلاثة ألحان أو أكثر؛ والثالثة من قصيدة سمفونية استخدمت بعدئذ في أحد الباليهات. لقد كان للقضايا الخارقة تأثير كبير على خيال الناس. لقد انشغل بعض الرواة بهذا الموضوع المجهول وغير الطبيعي منذ المراحل المبكرة في حياتهم. لم يقتصر هذا الأمر على الرواة بل تعداهم ليشمل المؤلفين الموسيقيين. إن المختارات الثلاثة التي سنقدمها لكم تعكس ثلاثة أنماط من الخوارق: المخلوقات الأسطورية التي تجلب الشر إلى الناس،

والألعاب الميكانيكية التي تشبه البشر وأخيرا الحيوانات التي تمتلك الصفات والسمات الإنسانية. نفتتح برنامجنا بمقتطفات من أوبرا (لوريلي) لكاتاليني. تدور هذه الأوبرا حول بعض النساء العوانس اللاتي يسكن الصخور في وسط نهر الراين ويشجمن البحارة على القيام بأعمال مدمرة. سنستمع إلى "رقصة حوريات الماء" بقيادة توسكانيني.

(رقم 6026، الجانب الثالث).

المذيع:

لقد افتتحنا برنامج هذا اليوم بـ "رقصة الماء" من أوبرا (لوريلي) لكاتاليني التي عزفتها فرقة (إن. بي. سي) السمفونية، بقيادة (ارتورو توسكانيني). المقطوعة الثانية التي سيقدمها لكم مأخوذة من باليه (كوبيلايا)، أو الفتاة ذات العيون المزخرفة "للموسيقار (ليودليوب). إن باليه (كوبيلايا) هي من الأعمال الموسيقية المحببة للناس. لقد قدمت أول مرة في عام 1870 في دار الأوبرا في باريس. إن بطله القصة هي (كوبيلايا) التي هي لعبة ميكانيكية ذات مظهر إنساني. يقع الشاب (فرانتز) في حبها، وهذا ما أثار شجن خطيبته (سوانهلد). تنتهي الباليه نهاية سعيدة عندما يعود الشاب (فرانتز) إلى خطيبته. إن المقاطع التي تستمعون إليها من هذا الباليه هي: "المقدمة"، "مشهد سوانهلد والتز"، "زارداس"، "مشهد اللعبة مع والتز"، "قصيدة مفناة". يؤدي هذه الباليه عازفو فرقة بوسطن مفناة السمفونية بقيادة الموسيقي القدير (بيرمونت).

(رقم 1913، الجانب الثاني)

المذيع: لقد استمعتم إلى فرقة بوسطن السمفونية بقيادة (بيرمونت) حيث عزفت مقطوعات من باليه (كوبيلايا) لـ (ليودليوب). إن الحيوانات ذات الصفات الإنسانية هي قديمة قدم (ايسوب) كتب (ايكور سترافنسكي) الفصل الأول من أوبرا (العندليب) قبل أن يؤلف باليه (الطير الناري)، إلا أنه لم يكمل أوبرا (العندليب). تدور هذه الأوبرا حول عنديوب ينقذ حياة رجل. لقد صمم (سترافنسكي) على إنهاء هذا العمل قبل أن يشرع بتأليف (الساكرة). بطبيعة الحال، ظل سترافنسكي غير مقتنع بتلك الأوبرا، وبعد ذلك حول أجزاء من (العندليب) إلى قصيدة سمفونية حيث أعطاها العنوان التالي "أنشودة

العندليب". لقد أصبحت هذه القصيدة السمفونية أساسا لباليه، كما هو الحال بالنسبة لمعظم أعماله. تدور (أنشودة العندليب) حول أحد أباطرة الصين الذي حول مشاعره من عندليب حقيقي إلى عندليب ميكانيكي قدمه له إمبراطور اليابان. بعدها مرض وأصبح على فراش الموت. عاد العندليب الحقيقي إلى سيدة، بعد أن هجره بسبب عشق الإمبراطور لعندليب ميكانيكي، وأخذ يغني له الأغاني الشجية التي استرجعت للإمبراطور عافيته. إن "أنشودة العندليب" هي قصيدة سمفونية ألفها (ايكور سترافنسكي) وعزفتها فرقة شيكاغو السمفونية (رقم 2150، الجانب الثاني)

المذيع:

عزفت فرقة شيكاغو السمفونية بقيادة (فرترزنييه) "أنشودة العندليب" "لسترافنسكي". تستمعون إلى الجانب الآخر لهذا الألبوم المتضمن معزوفة (الضابط كيجي) لبركوفيف في وقت لاحق في هذا اليوم. سيحلل لكم (مونتا) باليه "الجمال النائم" لجايكوفسكي.

(إليكم نماذج إضافية عن المواضيع الرئيسية المثبتة في المقتطفات التالية:)

المذيع:

إن ثلاثة أكبر المؤلفين الموسيقيين الكلاسيكيين هم. لدنك فون بيتهوفن وولفكانك أما داييس موتزارت وفرانز جوزيف هايدن. سنستمع هذا اليوم إلى بعض أعمال كل من هؤلاء المؤلفين العمالقة.

المذيع: سنقدم في برامجنا اليوم مقتطفات من الموسيقى الروسية في القرن التاسع عشر. نفتح برنامجنا بمعزوفة لـ (بورودين) بعنوان "على حافة وسط آسيا". يقود الأوركسترا الفنان ليوبولد ستوكوفسكي.

التنظيم والتقنية Organization and Technique

إن التوزيع هو عنصر مهم من عناصر أي برنامج موسيقي لأنه يعكس ويؤكد عناصر المتعة فيه. استهل برنامجك بشيء يجلب انتباه المستمعين ثم استرخ، بعدئذ هيئ نفسك للصعود إلى الذروة. قدم للمستمع الإيقاعات المختلفة. بعد أن يتوتر الجو

عند المستمع قدم له فترة راحة، ثم ادفعه إلى نقطة أعلى. على كتاب البرامج المعدة مقدمي البرامج الموسيقية أن يخللوا طبيعة المستمعين، كما هي الحال بالنسبة للمنتجين وكتاب الإعلانات التجارية. لما كانت أية محطة تبث البرامج الموسيقية الموجهة إلى مستمعين معينين فعليها أن تأخذ نقطتين بنظر الاعتبار، الأولى تقديم ما يتمتع هؤلاء المستمعين والثانية عدم تقديم ما يحط من قدر هؤلاء المستمعين عن طريق تقديم الأعمال الهابطة. عادة ما يقوم كاتب "مقدمي البرامج الموسيقية" بتحديد أذواق المتلقين قبل أن يختار الفقرات الموسيقية. بغض النظر عن نوع الموسيقى، قدم لهم الأفضل والأحسن. إن أسباب الاستماع تختلف من إنسان إلى آخر وأكثر هذه الأسباب شيوعاً هي: الاسترخاء، التفكير، التعليم، الرقص والتشجيع على العمل. وعلى معد البرنامج أن يقدم طابعاً موسيقياً واحد في فترة معينة، فلا يجوز أن يقدم أعمال بيتهوفن وأغاني الريف الأمريكي في فترة واحدة لأن هذا يؤدي إلى فقدانه المستمعين من ثم عليه أن يقترح تقديم الأعمال التي تناسب أذواق وشخصيات المذيعين - أعمال أوكستراالية إلى أناشيد إلى أغاني شعبية. وعلى مقدم البرنامج أن يتجنب إلقاء النكات المستهلكة أو التلاعب بالألفاظ عند الانتقال من فقرة إلى أخرى أو عند استهلاله للبرنامج لأن هذه الطريقة في التقديم لم تعد تجدي نفعا بعد أن مضى عليها الزمن، كذلك الحال بالنسبة لبعض العبارات التي أصبحت ممجوجة لكثرة استعمالها. وإذا لم تستطع أن تجد العبارات الجديدة الطازجة فيمكنك استعمال العبارات البسيطة وغير المكلفة. ويجب على توقيت البرنامج أن يكون دقيقاً، فكل فقرة يجب أن تقدم في وقتها المحدد. على مقدم البرنامج أن يتذكر بأن البرنامج يتألف من مختارات موسيقية وإعلانات تجارية في آن واحد. ويجب أن تثبت هذه الفقرات في الملخص. لكل تسجيل صوتي أو انتقاله وقت ما يثبت على الملخص، كما هو الحال بالنسبة للإعلانات التجارية. لا تنسى أن تترك الوقت الكافي للانتقالات وللجمل التي تقال في بداية البرنامج. إليكم بعض الأمثلة عن الملخصات المستخدمة في أغلب الأحيان:

برنامج "ول دوكلاس"
128 أب، 10:00 - 10:30 صباحا

- 1- "شي بوب" سندي لوبر
إعلان (ستين ثانية)
- 2- "أف دس" هوي لويس
إعلان (ثلاثين ثانية)
- 3- "كفرمي" بروس سيرنكشتاين
إعلان يثني على المحطة (خمس عشر ثانية)
- 4- "يونيون اوذي ستيك" دوران دوران
إعلان (ستين ثانية)
- 5- "مودرن نص ديفيد باو"

يمكن إعداد ملخص واسع لتغطية فقرات أمسية كاملة، وهذا الملخص يحتوي على تثبيت الوقت المحدد لكل فقرة موسيقية ولنشرات الأخبار.

4.00	"فانتا سي" / ماريا كيري	9:00
3.50	"كانكاست بارادانيس"	
4.17	"رزاواي" / جانيت جاكسون	
2.00	موجز نشرة الأخبار	
3.07	"كس فروم روز"	
3.23	"يوارنوت ألوان" / مايكل جاكسون	
3.14	"اوني وانابي وديو" / هوتي وبلوفش	
4.30	"ووتر فولد"	9:30
3.45	"اي ول بي ذير فوريو"	
4.39	"از آي لاي" / سوفي هوكنز	
4.10	يومياستك / شاكي	
2.00	موجز نشرة الأخبار	
3.08	"رن اراند"	

3.10	"هي ازمين" / فونكنستيف	
3.53	"قل يودو"	10:00
3.35	"تيل مي"	
5.04	"زول تومي" / ديل اميتري	
2.00	موجز نشرة الأخبار	
4.30	"بروكن هارتد" / براندي	
4.10	"هيد كمز تريل"	
3.02	"كلرز اوذي وند" / فانيسا وليمز	

برامج الموسيقى الشعبية The Pop Music Program

على الرغم من أن العدد القليل من برامج "الموسيقى الإذاعية" تبث انطلاقا من ملخص معين، إلا أن هذا لا يعني بأنه لم يكن هناك تحضير لتلك البرامج. ويجب أن يتضمن كل برنامج أو عرض ملخصا لكي يتم التأكد من أن هناك مكانا مخصصا للإعلانات أثناء الوقت المحدد للبرنامج. البرامج الموسيقية الشعبية تعتمد على قائمة تحدد مسار البرنامج، وهذه القائمة تتضمن أسماء الأغاني التي أذيعت في الأسبوع الماضي ولكي يتجنب مهندس الاستوديو ومسؤول المكتبة التكرار. إن قليلا من هذا النوع من البرامج يبث دون إعداد سابق. إذا اخترت الفقرات الموسيقية المسجلة مسبقا فبالتأكيد سيحقق برنامجك النجاح. بعض المذيعين يقوم بتنظيم الأفكار تنظيما رياضيا دقيقا. ومع الأسف، فإن بعض مقدمي البرامج الموسيقية يدعون بأنهم يقومون بهذه العملية التنظيمية، لكنهم في واقع الحال لا يقومون بذلك، بل يعتمدون على الارتجال. إن كل عملية ارتجالية تكون مزعجة ومكررة وأحيانا محرجة. لماذا نتطلع إلى الحصول على نصف النجاح عندما يكون في مقدورك تحقيق النجاح كله باتباع شيء من التنظيم؟ يذكر (ارولد كرين)، أحد مقدمي البرامج الموسيقية المعروفين الاستعدادات التي كان يقوم بها في برنامجه الموسيقي، من جمع المواد إلى تطويرها وتثبيتها في الملخص قبل الشروع ببث البرنامج، يذكر كل ذلك بالتفصيل على النحو التالي: "لقد ذهب ذلك اليوم الذي كان فيه المذيع محمدا بأسلوب أو قالب واحد إن الصوت الجميل والمظهر الأنيق

وسرعة البديهة للمذيع هي عوامل كافية لنجاح محطة الإذاعة. لقد جربت بعض المحطات الأساليب التالية: الحيل والأساليب السحرية المموهة ووجهات النظر والتي عرضتها بشكل أو بآخر. لقد نجح بعض هذه الأساليب، ولكن على نحو محدود. إن أخطر ما يعاني منه بعض الأفراد هو بقاؤهم خلف الكواليس مجهولين وغير معروفين، وهذا ما ينطبق أيضاً على بعض المحطات. إننا نشعر بأن المحطات التي تفرض حضورها على الجمهور هي المحطات التي لا تحدد نفسها بآل أو إطار عام واحد. إن سر نجاح بعض المحطات يكمن في كونها تقدم البرامج الغامضة والممتعة في آن واحد، سواء كانت تلك البرامج موسيقية أو إخبارية أو غير ذلك. يبدأ المذيعون عملهم صباح كل يوم وهم يحملون ملفاً ضخماً مليئاً بالقصاصات الصحفية والملاحظات الشخصية ورسائل المستمعين وتقارير الوكالات على آخر مستجدات الأخبار العامة والأخبار الرياضية. عندما يهم المذيعون بتقديم البرامج يكونون على اطلاع بكل الأخبار المهمة المتعلقة بالرياضة والمجتمع وحقوق الحياة الأخرى. لقد قضى المذيعون ما لا يقل عن ساعتين في المكتبة الموسيقية. على العموم، يأخذ التحضير للبرنامج الموسيقي نسبة خمسين في المائة من الوقت لبثه. فمثلاً، البرنامج الموسيقي الذي يستغرق أربع ساعات على الهواء يتطلب إعداداً لمدة ساعتين، هذا إذا كان معد البرنامج عارفاً بآلية العمل داخل المكتبة الموسيقية، وإلا فإنه يحتاج إلى نسبة مائة في المائة في الوقت، أو حتى أكثر. إن السبب وراء هذه الظاهرة هو أن البرنامج الموسيقي يجب أن يقدم المنوعات بطريقة متوازنة ومتكافئة، المنوعات التي تحتوي على أصوات الأولاد والبنات بطبقاتهم الصوتية المختلفة بالإضافة إلى الإنشاد الجماعي وما إلى ذلك من أنشطة موسيقية وصوتية. وعلى المذيع ألا ينسى أيضاً الأصوات الشابة الجديدة التي عليه أن يقدمها ويقدم أيضاً الأسباب التي جعلته يختارها. إن التهيئة والاستعداد لمثل هذه البرامج التي تستغرق أربع ساعات تضمن للمذيع النجاح والتألق وإلا فإنه سيعرف النتيجة السلبية خلال ساعة تقريباً وسيعرف المستمعون ما سيحدث للمذيع في اليوم التالي !! إذا غاب تحضير المواد والخلفية والاهتمام بما يدور في العالم، إذا غابت هذه الأمور عن المذيع فسيكون مستوى برنامجه متواضعاً جداً في أحسن الأحوال. أما البرامج التي تعتمد على الحيل ووسائل الترميز فإنها لن تستمر طويلاً.

إن المكتبة الموسيقية مهمة جداً. وعلى المذيع أن يعرف ما تحتويه هذه المكتبة بالتفصيل، وعليه أيضاً أن يستمع إلى الأشرطة ويتفحصها قبل أن يذيعها. إن تنظيم البرنامج ضروري أيضاً - فهرسة المواد الرئيسة والمؤدين والمؤلفين وكل مادة أخرى لها علاقة بالإطار التنظيمي للبرنامج. يتوجب على المذيع أن يعرف الثقيليات في حقل الموسيقى الشعبية. إن افتراضك بأن الموسيقى الشعبية هي موسيقى غير جادة لأنها تقع خارج نطاق الموسيقى الكلاسيكية، إن افتراضك هذا غير صحيح. يفترض بمنسق الاسطوانات أن يكون عارفاً بكل أنواع الموسيقى الشعبية من (الروك) إلى غيرها من الأنماط الموسيقية. يمكن لمقدم البرنامج أن يستمد المعلومات عن الموسيقى والأغاني الشعبية من بعض المجلات التجارية مثل "راديو اندريكوردز" و "كاش بوكس" و "بليورد" و "ريكوردولد" و "فارايتي". تقدم هذه المجلات آخر المعلومات عن الأغاني الجديدة وسوق مبيعاتها. إن المعلومات المستمدة من هذه المجلات تساعد مقدم البرنامج في تنظيم مادته الموسيقية وجعلها أكثر إثارة وتشويقاً. يقول الإذاعي المعروف والأستاذ الجامعي ومؤلف العديد من الكتب الإعلامية (مايكل ك. كيث) بات هناك ثلاث مراحل لبرنامج الموسيقى الشعبية: العبارات الاستهلاكية (Liners) والمعلومات عن المحطة (positioners) والدعاية للمحطة (promos). إن العبارات الاستهلاكية هي جمل معينة يطلقها فارس الاسطوانات عن فقرات البرنامج. تقدم هذه العبارات على نحو مختصر وسريع. عبارة "المعلومات عن المحطة" تعني كل المعلومات المتعلقة عن جغرافية المحطة من مكانها بالنسبة للمحطات الأخرى إلى ساعات بثها وغير ذلك من المعلومات. أما عبارة "الدعاية للمحطة" فهي عبارات الشاء والمديح التي يقدمها المذيع عن المحطة. ويؤكد (كيث) بأن الترشيد والاقتصاد في الوقت هو عامل مهم من كتابة سيناريوهات البرامج الموسيقية. على الكاتب أن يحسب حساب محدودات الزمن والمكان. على الكاتب أن يقدم التصريحات البسيطة، حيث كل تصريح لا يتجاوز الجملة الواحدة المباشرة والمناسبة. تسمى التصريحات المستعملة بين فقرات البرنامج بـ "الفواصل القصيرة" (drop-ins). يستطيع مقدمي البرامج الموسيقية أن يستمر بالكلام إلى حين بداية الأغنية. يؤكد (كيث) بأن البرامج المخططة بصورة دقيقة لا تتضمن أي جملة أو مادة تقدم كيفما اتفق. على منسق الاسطوانات أن يقرأ "العبارات الاستهلاكية" كما هي مكتوبة ومثبتة على الملخص وليس له الحق أن ينحرف عن ذلك. بناء على ذلك، يكون كاتب السيناريو مهماً جداً في البرامج الموسيقية الشعبية.

البرنامج الموسيقي الكلاسيكي The Classical Music Program

إن عدد البرامج الإذاعية الموسيقية التي تستخدم النصوص المعدة سلفاً هو عدد محدود، وهذه النصوص عادة ما تكون محددة بالبرامج الموسيقية الكلاسيكية. يتوقع مستمعو الموسيقى الكلاسيكية من المذيع أن يقدم لهم المعلومات الوافية عن فقرات البرنامج، وعليه فسيناريو هذه البرامج يجب أن يكون أغنى وأغزر من أي سيناريوهات برامج الموسيقى الشعبية. غالباً ما يكون المستمع ملماً بالمعزوفة أو الأغنية الكلاسيكية التي سيقدم له بعد قليل، ولذلك فإنه يتطلع إلى المزيد من المعلومات الفنية عنها وعن خلفيتها التاريخية وإلى المزيد من التعليقات النقدية والتفسيرات الجمالية عنها. يجب أن تقدم هذه المعلومات الرصينة بصورة كاملة. إن العبارات العامة والفضفاضة غير كافية، عبارات مثل: "هذا أروع مثل عن الموسيقى الحجرية التي أُلّفت في القرن العشرين". كل عبارة عامة يجب أن تسند بسبب. إن سيناريو برامج الموسيقى الكلاسيكية يجب أن يكون متخصصاً بنوع معين من الموسيقى، مثل: السمفونيات، الموسيقى الحجرية، مقاطع من الباليه. ارجع إلى المثل الذي ضربناه قبل قليل عن الباليه الذي تدور عن الخوارق.

البرامج الموسيقية التلفزيونية Music: Television

في بداية القرن الحادي والعشرين ارتفع عدد شبكات التلفزيون الموسيقية إلى عشرين وأصبحت كل شبكة تنافس الأخرى. وأخذت هذه الشبكات التلفزيونية، حالها حال نظيراتها الإذاعية، تتجه صوب التخصص من أجل الوصول إلى مشاهدين معينين في رقعة جغرافية معينة. مع ذلك ظل عدد كبير من الشبكات الموسيقية غير المتخصصة تعرض الأنشطة الموسيقية المختلفة مثل الجاز وموسيقى الهنود الحمر سريعة الإيقاع (REGGAE). واتجه البعض من الشبكات غير المتخصصة تجاه الأخبار العامة والأخبار الرياضية والصحية والأخبار الشخصية، واتجه البعض الآخر، مثل الشبكة التي تبث برامجها باللغة الإسبانية، نحو مستمعين معينين. يبدو أن اتجاه القنوات التقليدية الآن أخذ يميل نحو المزيد من الموسيقى، وبخاصة الموسيقى الكلاسيكية، وهذا ما نجده في شبكة (بي. بي. سي). وعندما لا يتضمن البرنامج

الموسيقى التلفزيوني على عنصر الحركة وشدة الانتباه، فمن الأفضل له أن يبت إبداعيا. يجب أن تحاك العناصر المرئية ضمن النسيج العام للبرنامج التلفزيوني من أجل كسب انتباه المشاهدين واهتمامهم، وهذه النقطة تتضح تماما في أشرطة الفيديو الموسيقية المليئة بالعناصر المرئية الكثيرة. إن أول الأسئلة التي يتوجب على الكاتب أن يسألها هو: "ما الشيء الذي ستضيفه الصورة إلى الصوت؟" ويجب عدم عرض الحيل التلفزيونية والزوايا الغريبة واللقطات غير المتوقعة من أجل العرض فقط بل يجب أن يكون هناك تبرير لعرضها. يجب أن تتوحد هذه اللقطات مع هيكل البرنامج الموسيقي العام. يمكنك أن تستمد الأفكار الكثيرة من الخلفية المكانية للبرنامج ومن الجو العام له ومن الأغاني العاطفية المقدمة فيه ومن التعابير المرسومة على وجوه الموسيقيين. ظلت البساطة في العرض ولعدة سنوات الأساس العام وراء هذه البرامج، البساطة في عرض ما يلي: التركيز على أعضاء الفرقة الموسيقية، الدوران حول الفرقة ككل، على وجه مفني الأوبرا... الخ، إلا أن هذه الطريقة قد لا تنجح دائما في الأعمال الموسيقية التي تستمر أكثر من ساعتين لأنها، أي الطريقة، قد تولد الملل المتأني من التكرار. نجحت تسجيلات الفيديو في التغلب على هذه النتيجة المتوقعة وذلك من خلال عرض مجموعة من الأشياء المرئية أثناء المصنف مثل المواقف الدرامية والتخطيطات واللوحات والتصاميم المعمارية ومزج الألوان والزوايا واللقطات والمشاهد التلفزيونية متعددة الألوان. يمكن استخدام أشكال فنية أخرى لتعميق الجانب المرئي من البرنامج، مثل التمثيل الصامت والرقص واللعب المتحركة والمناظر الطبيعية والأماكن والناس، كل هذه الأمور يمكن أن تعطي معاني نفسية عميقة وتعمق الجو العام المتأني من تلك الممزوجة. يقول (باترك كرونك)، المدرس ومنتج أفلام موسيقى الفيديو، بأن المخرجين ذوي الخبرة لا يحتاجون إلى التصوص أو الألواح القصصية (Storyboards) التي توجههم لأنهم يستطيعوا العمل من خلال الأفكار التي تأتيهم أثناء الانغماس في العمل الفعلي. قد يطلب من المخرجين المبتدئين أن يعمدوا على التصوص المكتوبة، مع ذلك يبقى ميدان العمل هو الأساس والمنطلق الحقيقي للإبداع. نصح المخرج (ارني فوترز) الكتاب المبتدئين بأن يعرفوا ويحددوا أولا سياسة وهدف شركة الفيديو التي يعملون فيها وقال: "إذا نجحت أغنية معينة واستمر نجاحها فلا حاجة للمخرج أن يضيف إليها لمسات جديدة. أحيانا تطلب منه الشركة أن يضيف مثل هذه اللمسات إلى أغنية معينة من أجل رواجها وشيوعها

ماديا. يؤكد (فرتز) على مسألة معينة في مجال تقنية الكتابة وهي أهمية الإصفاة، إلى الأغنية بصورة جيدة قبل الشروع بالتفكير بهندسة إخراجها، ثم يضيف قائلا: "تفهم ما تقوله الموسيقى والأنشودة، تفهم ذلك عقليا وتعيش معهم عاطفيا. أحيانا لا تجد انسجاما بين موسيقى الأغنية وكلماتها. هنا يأتي دورك في التوفيق بينهما". نقدم لكم الآن مثلا عن "المعالجة" الموسيقية ككتبه (ارني فرتز) لشركة (سكورحث ابرث برودكشن) لأغنية (القهوة) للفنانة (ايمسي لايت):

- ❶ What elements can you find in the following treatment that are mentioned in the preceding paragraphs? What additional elements can you find that were not noted?

من الواضح أننا سنتابع أحداث قصة الأغنية المصورة سينمائيا ونعرض بعضها لكم. المقطع الذي سنعرضه لكم الآن يصور (ايمسي لايت) وهي تروي القصة إلى بعض أصدقائها. ستقدم بعض الأدلة عن الحادثة التي جرت لها مثل المناديل والثوب الملطخ بالدم وغيرها من الأدلة. تبدأ اللقطة الأولى في أحد الشوارع المكتظة بالناس، بعضهم يسير مسرعا والآخر يقود السيارات والبعض الآخر يتسكع وهو يتناول المرطبات. تغطي الكاميرا هذا الشارع إلى أن تثبت على (ايمسي لايت) وهي محاطة بمجموعة من أصدقائها. تبدأ (ايمسي لايت) برواية قصتها المثيرة وفي هذا الأثناء تظهر على الشاشة بعض الخرائط التي تدل على مكان الحادث، وهي خرائط لعدة بلدان وعدة مدن، وتنتهي رحلة الخرائط هذه بخارطة واحدة تبين مكان الحادث الحقيقي. الآن يظهر رجل يحمل بندقية محاطا بمجموعة من قطاع الطرق. تطالب هذه المجموعة بالاستحواذ على جميع ما هو موجود من قهوة في ذلك المكان. تستمر (ايمسي لايت) برواية بقية القصة المدعومة بلقطات عن أصدقائها. تطير (ايمسي لايت) إلى السماء وهي مغطاة باللون الأزرق بعدئذ تبدأ بالنظر إلى المدينة تحتها. وهنا تسال نفسها: "لماذا أحتاج إلى القهوة الممزوجة بالحليب؟"

هنا نسمع دقائق ساعة للدلالة على مرور الزمن. الآن يطير أصدقاؤها ومعارفها ويلتحقون بها. يبدأ كل واحد من هؤلاء الأصدقاء بتحية (ايمسي) وهي ترد له التحية. تستيقظ (ايمسي لايت) من نومها وتبدأ بالصراخ، بعدئذ تقف أمام المرأة للتأكد من إنها لا تزال حية. الآن نرى عدة لقطات تنتقل من مكان إلى آخر لتبين كل تفاصيل الحادثة. بعدئذ تعود اللقطات لتصور (ايمسي) وهي تروي لأصدقائها لحظة القهوة على ثوبها. تظهر لمن بعض اللقطات الوثائقية التي تبين صناعة القهوة وكيفية مزجها بالحليب الفوار. تنتهي هذه اللقطات الوثائقية بـ (ايمسي) وهي جالسة وأمامها أربعمائة وثمان عشرة من أكواب القهوة الفارغة. هنا ترفع (ايمسي) راية الاستسلام. الجزء الأخير من هذا البرنامج يعرض على (كاي. روك) وموسيقيين آخرين وبعض أصدقاء (ايمسي) الذين ظهروا في المشهد الأول. كل هذه المجاميع تصبغ لأنها لا تصدق القصة التي سمعتها حالا. تهض (ايمسي لايت) وتغادر هذا المكان ونبقى وحدنا نتأمل مصداقية قصتها.

المثال التالي عن برنامج موسيقي معاصر ملئ بالمنوعات الموسيقية المختارة من مصادر متعددة. إنه شبيه ببرامج منسقي الاسطوانات، قامت بإنتاج هذا البرنامج إحدى المحطات التجارية في (نيو انكلاند) بالتعاون مع إحدى الكليات:

تاريخ العرض 14/12		12/12 العرض المسائي	
اسم البرنامج: "سهرة مع رون جل وثلاثي ماني وليامز".			
اسم الكلية: "كلية ايمرسون".			
المنتج: رتشارد بكسنبوم.			
المخرج: اسحق لافنكهاوس			
البداية	الوقت المخصص للفقرة	الجانب المسموع	الجانب المرئي
00.00	00:30	"عندما يأتي الصباح"	الصور: 1، 2، 3، 4، 5، 6
00.30			(الافتتاحية)
00.32			الصور: 7، 24
			تهيت

الوقت المخصص للفقرة	البداية	الجانب المسموع	الجانب المرئي
00.47	06.00	موسيقى	وجه (روني) أمام الكاميرا
03.00	06.48	"السؤال الرابع"	وجه (روني)
01.00	09.50	"حزن"	(روني وماني)
05.05	10.50	موسيقى	فيلم رقم (2)
00.42	15.56	"صورة فوتوغرافية"	لقطة مقربة لليانو
04.40	16.38	"المطر في الخارج"	25 طبل
03.00	30.38	"هناك"	فيلم رقم (3)
01.33	25.18	موسيقى	صور
00.09	30.0		لون أسود

سهرة مع الموسيقى

نقدم لكم نجمة أفلام هوليوود الالامعة (برناديت بيتوز) بصحبة (جون وليامز) وفرقة "بوسطن للموسيقى في برنامج "سهرة مع الموسيقى" والآن نبدا هذا البرنامج بمعزوفة خفيفة الظل لعدد محدد من العازفين هدفها التطريب والتي نسمى (دايفر يمنتو Divertimento). هذه المعزوفة من تأليف (ليونارد بيرنشتاين) وتتألف من ثمانية حركات. اختار (جون وليامز) لكم أربع حركات.

صوت خارجي: تستمعون إلى معزوفة (دايفر يمنتو) لليونارد برنشتاين بقيادة (جون وليامز). لقد سبق وأن قامت فرقة بوسطن السمفونية بعزف هذه المعزوفة بمناسبة مرور مائة عام على تأسيس الفرقة.

عبارة مشعرة: الآن ضيفنا هي (برناديت بيتوز). لقد اختارت لكم الآنسة (بيتوز) مجموعة من الألحان هي: "نحن والمال" و"الفلوس من السماء" و"لو كنت الصبي الوحيد" و"سيده أخرى" (توقف).
لنستمع الآن إلى: "نحن والمال".

صوت آخر يقطع الصوت السابق: "نحن والمال"، "الفلوس من السماء"، "لو كنت الصبي الوحيد" و "سيدة أخرى"، هذا الخليط من الألحان ستقدمه لكم (برناديت بيترز) وسيقود الفرقة (جون وليامز). اشترك مع الآنسة (بيترز) كل من عازف البيانو (مارفن ليرد) وعازف الطبل (كبي أوبرين). كان أول دور لبرناديت بيترز في الفيلم الموسيقي "سيدة البحر". حققت لها هذا الدور نجاحا كبيرا. بعدها اشتركت في أفلام أخرى مثل (جورج ايم)، (في المدينة) و (ماك ومابل)، (الباردة الأكثر طولاً)، (الفيلم الصامت) وقبل فترة قصيرة ظهرت في فيلم (آني). بعد قليل سنستمع إلى (مقدمة كانديد) ليونارد شتاين. صوت خارجي: (مقدمة كانديد) ليونارد شتاين بقيادة (جون وليامز). بعد قليل سنستمع إلى (موضوع تارا) لماكس شتاينر من فيلم (ذهب مع الريح).

صوت خارجي آخر: (تارا). "موضوع تارا" لماكس شتاينر، بقيادة (جون وليامز). والآن نستمع إلى لحن من فيلم (مهاجمو السفينة الضائعة) بقيادة (جون وليامز). والآن نختم حلقة هذا البرنامج بلحن من فيلم (اللحن الطائر) من تأليف (جون وليامز)... والآن وصلنا إلى نهاية البرنامج. كانت ضيفة هذه الحلقة (برناديت بيترز) وجاء التمويل المالي لهذا البرنامج من (محطة التلفزيون العامة). هذا محدثكم (وليام بيرس) متمنيا أن تستمعوا إلينا في الحلقة القادمة من هذا البرنامج.

برامج المنوعات والكوميديا Variety and Comedy

إن قراءة فصل من الكتاب أو قراءة عدة كتب لن يزود أي كاتب بمهارات الكتابة الكوميديّة التي نجدها عند (كديمان آس) و (كارل راينر) و (نورمان ليز) و (نيل سايمون) أو (وودي آلن). لكن الكاتب يمكن أن يتعلم بعض الطرائق الأساسية في تنظيم برامج المنوعات وفي الكتابة الكوميديّة، من ضمنها العناصر الدرامية والموسيقية والكوميديّة.

أنواع البرامج Program Type

في فترة الثمانينات اختفت برامج المنوعات التلفزيونية تقريبا. فما كان منها يتمتع بشعبية كبيرة قبل هذه الفترة، أصبح يعرض قليلا ببعض المناسبات. نستطيع الآن أن نلمس بعض عناصر برامج المنوعات في بعض البرامج الترفيهية التي تعرض في الأوقات المتأخرة من الليل مثل برنامج (ذي تونايت شو) الذي يقدمه (جاي لينو) وبرنامج (ديفيد لترمان). لا يستطيع أحد أن يتكهن فيما إذا ستكون هناك عودة إلى هذه البرامج في القريب العاجل، مع ذلك، يتوجب على الكاتب الإذاعي أن يكون مستعدا. إن مصطلح "برنامج المنوعات" يعني الخلط بين عنصرين أو أكثر من عناصر الترفيه والفن: مغني، راقص، مسرحية قصيرة ساخرة (skit)، ممثل متخصص بأعمال شكسبير، محرك الدمى المتحركة، المتكلم من بطنه (ventriloquist)، عازف بيانو، فرقة (روك). يمكن لكل هذه العناصر غير المترابطة أن توجد مع بعضها إذا ما كان مُقدم البرنامج قديرا ومتمكنا. إن أهم أنواع برامج المنوعات هي: الفودفيل^(١) ومسرح المنوعات (music hall) والبرامج الراقصة (revue) برامج استضافة الشخصيات البارزة وبرامج العزف المنفرد. على الرغم من أن عرض هذه البرامج لا يزال قائما، إلا أن شعبيتها تتفاوت من برنامج إلى آخر. إن برنامج المنوعات ليست برنامجا يقوم على خلط المواد بصورة عشوائية. يجب أن تتطرق كل الفقرات من موضوع رئيس محدد، هذا الموضوع الذي يلعب دورا كبيرا في توحيد هذه الفقرات، وهذا نجده حتى في مسرح (الفودفيل) ومسرح المنوعات. أما البرنامج الراقص فإنه ينطلق من عنصرين يساعدان على تماسكه وهما الموسيقى والرقص، وأحيانا يظهر ممثل كوميدي معلنا عن الانتقالات بين فقرة وأخرى. إن البرنامج المليء بالمواقف الكوميدية يمكن أن يتكون من ممثل كوميدي كمؤد رئيس بالإضافة إلى ضيوف مرموقين كما هو الحال في برامج (بل كوسبي) و(لي توملن) و(بوب هوب) يمكن استخدام أحد الفنانين وجعل أغانيه تتناغم مع المواقف الكوميدية ومع ما يقوله

الضيوف. على العموم، يجب أن يكون هناك موضوع رئيس يساعد في ترابط

(١) الفودفيل (vaudeville): مسرحية خفيفة هزلية تشتمل على رقص وغناء. (المترجم)

تلك الفقرات، موضوع مثل: أغاني لفنان معين، عيد وطني، حدث تاريخي، سيرة فنان كوميدي مشهور ... الخ. لقد نجحت عملية تكييف وتحويل برامج (الفودفيل) في التلفزيون الأميركي عن طريق دعوة أحد الضيوف الذي يقدم المواد ويجري المقابلات، لأن بعض البرامج تقوم على المزاج وتبادل النكات بين المضيف (بكسر الضاد) والمضيف (يفتح الضاد)، فإنها تسمى عادة ببرامج المقابلات وهذه عادة ما تعرض في الفقرات المتأخرة من الليل، كما قلنا سابقاً. بطبيعة الحال، يمكن لأي من هذه البرامج أن يعرض فقرات متعددة في آن واحد.

الطريقة والتنظيم Approach and Organization

إن أهم شيء يتوجب على كاتب برنامج المنوعات أن يتذكره هو أن يكون هناك أساس معين ينطلق منه البرنامج. ويستطيع أن يطور فكرة معينة ويحولها إلى برنامج موسيقي ذي بناء متكامل وذلك بالاعتماد على خطة منظمة. بدون هذه الخطة سيشر المشاهدون بالملل وينقلوا إلى قناة تلفزيونية أخرى. إن الموضوع الرئيس يمكن أن يركز على الشخصية المستضافة أو على نجوم الكوميديا أو الفنان. الاستثناء الوحيد هنا هو برامج (الفودفيل) ومسرح المنوعات. وهناك بعض التساؤلات التي يتوجب على الكاتب أن يتذكرها، منها: هل الفقرات الموسيقية تقليدية أم محدثة؟ هل ستكون الرقصات ذات أسلوب كلاسيكي؟ معاصرة؟ إيحائي؟ يجب أن يكتب البرنامج الكوميدي بطريقة تناسب شخصية المؤدي الكوميدي وأن يتضمن هامشاً ارتجالياً كافياً لكي يعمق تذوق الجمهور لما تقدمه الشخصية الكوميدي على نحو عفوي وتلقائي. ما نوع الكوميديا التي يجب التركيز عليها؟ الكوميديا الجيدة وسهلة الفهم؟ الكوميديا الذكية والعقلانية؟ الهجاء؟ عادة ما كان البرنامجان "لاف إن" و "ساندراي نايت" يبدآن بالهجاء والتهكم، لكنهما بعدئذ أخذاً يستعملان أشكالاً كوميدية أخرى تناسب شخصيات المؤدين. عندما تريد التخطيط لبرنامج المنوعات فعليك إدراك المعنى الحقيقي لمصطلح "منوعات". عليك أن تفرق بين كل فقرة من فقرات البرنامج. إن "التباين" مهم لكن لا تسرف في استخدامه لأن ذلك يزعج المشاهدين بل استعمله باعتدال لكي لا يولد برنامجك الشعور بالرتابة عند المشاهدين، هذا الشعور الذي قد يتحول إلى ضجر. ولا تعرض فقرة موسيقية أخرى مباشرة، وهذا ينطبق أيضاً على الفقرات الكوميدي. وعندما يكون هناك لقاء مع

مفني فقدّم بين حين آخر مختارات من بعض المسرحيات الكوميدية القصيرة وذلك من أجل التخلص من الرتابة. إن بعض البرامج الكوميدية، مثل برنامج (يستردي نايث لايف) يقدم بين فترة وأخرى مقطوعات موسيقية. تستطيع أن تقدم أحد المهرجين وهو يقوم بحركات كوميدية مضحكة، ولكن لا تتبع ذلك بمهرج آخر يقوم بحركات بهلوانية لأن هذه الأنشطة تقتل عنصر التشويق في البرنامج.

الكوميديا Comedy

هناك المئات من الكتب المحتوية على المواقف الكوميدية المضحكة، ولكن عدد الكتب التي تدرس المواقف الكوميدية وتحللها تحليلًا علميًا هو عدد قليل ومحدود. ويمكنك أن تتعلم الكتابة الكوميدية من كتاب معين. ويمكنك أن تعرف التقنيات الكوميدية عن طريقة الملاحظة والمشاهدة. وهناك بعض الكتب التي تقدم لك المبادئ الأساسية لكتابة الكوميديا التي بإمكانك استخدامها، وهذا يعتمد أيضًا على مزاجك الشخصي. يقول الكاتب الكوميدي (هول روشبيرك) في كتابه الموسوم "الاتصالات السمعية والبصرية": "من أجل أن تكتب شيئًا كوميدياً، عليك أن تفكر بصورة كوميدية". ثم يقدم بعض الأدلة والنصائح الموجزة، منها:

- 1- "افهم مشاهديك". هل سيضحك هؤلاء المشاهدون عندما يشاهدون مسرحية هابطة متسمة بالخشونة أم أنهم يفضلون المسرحيات الكوميديا عالية المستوى؟ هل مسرحية المواقف تعني شيئاً لهم؟
- 2- "اجعل الفكاهة تصدر من الشخصيات والمواقف". يجب أن يجد المشاهدون نوعاً من المصادقية في المواقف الشخصيات. هنا تستطيع أن تقدم ما هو فكاهي أو تهكمي أو غير ذلك.
- 3- "استثمر كل ما عندك من أدوات". لا تتسبى بأن الكوميديا يمكن أن تقدم بصورة مرثية ومسموعة. بالنسبة للبرامج التلفزيونية، يمكنك أن تستخدم الأفلام والكارتون والوسائل المرئية الأخرى. بالنسبة للبرنامج الإذاعي، يمكنك استخدام المؤثرات الصوتية.

- 4- "لاحظ الميزانية". يتصور بعض الكتاب المبتدئين بأن توفر الميزانية الجيدة يمكن أن يحقق برامج كوميديا ناجحة. إن برنامج (ساتردي نايت) ذا الميزانية المحدودة وذا الإمكانية المادية المحدودة يوضح كيف يمكن للموهبة الخلاقة أن تقدم كل ما هو مبدع ومؤثر. إذن، المال وحده غير كافٍ.
- 5- "اجعل نكاتك نظيفة ومحترمة". بعض المواقف تتطلب نوعا من الضحك الكئيب، لكنك عند الشروع بكتابة مواقف كوميدية للتلفزيون يجب أن تكون حذرا وذكيا. إن أغلب مقدمي الأنشطة الكوميدية في الملاهي الليلية يصيبهم الغرور ويتصورون أنفسهم بمستوى (اليني بروس) و (ادي ميرفن). تقوم هذه الشخصيات الكوميدية بالفعال غير اللائقة من أجل إثارة ضحك المشاهدين دون أن يقدموا لهم فكرة مفيدة من خلال الضحك.
- 6- "لا تكرر نكتة واحدة عدة مرات". لا تكرر أي نكتة حتى ولو كانت جيدة جدا.
- 7- "أخلط النكات مع بعضها". استعمل طرق متنوعة للإضحاك. أدهش المشاهدين.
- 8- "استمر في الإضحاك". في بعض المواقف، يرغب المشاهدون رؤية الجانب المشرق من الحياة أن تقدم الضحك المتشائم قد لا ينجح في البرامج الإذاعية والتلفزيونية. هذا لا يعني أن الضحك الموجه والعميق لا ينجح - خذ (مارك توين) و (ول روجرز) كأمثلة على أن للضحك الموجه جمهوره. لقد نجح (بارك رسل) في تقديم برنامج مليء بالهزاء السياسي، كما ونجح (جيري شايفلد) في برنامجه التلفزيوني المليء بالضحك الهادئ من أجل انتقاد بعض المظاهر السلوكية السلبية.
- 9- "جربها مع نفسك". قبل أن تقدم الضحك إلى الوكيل أو المشتري، اقرأ النص أمام أصدقائك وأمام الغريباء وأمام كل من تتوقع منه نوعا من ردود الفعل، بعدئذ اكتبه بالصيغة النهائية.
- 10- "لا تتوقع أن تكون محبوباً". إن الناس الذين تباع لهم نصك الكوميدي قد يكونوا شكوكيين. لا تستعجل سماع التصفيق من المشاهدين إلا بعد أن يعرض البرنامج.

11- "اقرأ قليلاً". إن كتابتك للبرامج الكوميدية يتطلب منك متابعة ما يحدث هنا وفي العالم. تابع البرامج التي يكتبها الآخرون.

12- "هل نجحت في تبليغ المشاهدين بما تطمح إليه؟" ما هو هدف نكاتك؟ هل هناك هدف آخر غير الإضحاك؟

إن المثال التالي عبارة عن مقطع من برنامج (ساترداي نايت) بعنوان "محكمة الناس" الذي يتهمك من بعض البرامج التلفزيونية وبعض المحاكمات وولع أميركا بالمرافعات القضائية والتوجهات المادية وغير ذلك من الأمور الفلسفية والأخلاقية. إنه عبارة عن صدى للأنشطة الكوميدية التي كانت تقدم سابقاً من مسرح المنوعات. في بداية الصفحة تقرأ الملاحظة التالية: "سيعدل ويعاد النظر في بعض فقراته في يوم السبت الساعة الثانية عشرة والنصف بعد الظهر". في الحقيقة هناك عدة ملاحظات مثبتة على هذا النص متعلقة بأوقات عرض البرنامج، إلا أننا حذفناها لأسباب طباعية. وهناك فقرات ارتجالية أخرى غير مثبتة هنا بطبيعة الحال. يستطيع الكاتب أن يستمر بالإضافة والحذف إلى لحظة عرض البرنامج. إن برنامج "ساترداي نايت" هو برنامج يعرض على الهواء مباشرة، على العكس من البرامج الأخرى. لقد تأخر بث أول حلقة من هذا البرنامج بسبب تزامن هذا البرنامج مع برنامج رياضي عالمي، وعليه فقد سجل وعرض في وقت لاحق لأول مرة. لقد أضيفت إليه بعض الفقرات مثل (الشاشة المقسمة). كتب هذا البرنامج وأخرجه (جيمز داووني).

محكمة الناس - روزانا، جون، فل، كيفن، جان، حاجب المحكمة
سيعدل البرنامج ويعاد النظر في بعض فقراته في يوم السبت الساعة الثانية
والنصف بعد الظهر.
الافتتاح: انتقال الكاميرا إلى روزانا ثم جان الذي يسير خلفها. يدخلان قاعة
المحكمة.
(موسيقى)

كيفن: هذه هي المدعية (فوندا بريثويت). لقد باعت (فوندا) روحها إلى الشيطان على شرط أن يوفر لها الشيطان النجاح في عملها كحلاقة للنساء، إلا أنها تدعي الآن بأن الشيطان خدعها. أنها تريد ابطال العقد بينها وبين الشيطان وتعويضها عما أصابها من اضرار.

تتجمع حروف كبيرة على الشاشة لتكون العبارة التالية:

فوندا بريثويت

المدعية

تطالب بإبطال العقد وتعويضاً عما أصابها من أضرار

(أصوات منبثة من آلة الطابعة). تفتح الأبواب

(مؤثرات صوتية).

(نفثات دخان سكاثر).

يدخل (جون) الشيطان. (موسيقى). منظر المحكمة.

كيفن: هذا هو الشيطان. إنه يدعي بأنه التزم بعقد المساومة وأن المدعية تحاول أن تتصل عن الالتزام بذلك العقد. إنه يطالب بالروح إضافة مبالغ أخرى.

تتجمع حروف كبيرة على الشاشة لتكون العبارة التالية:

المدعى عليه

يطالب باسترجاع الروح إضافة إلى مبالغ أخرى

(أصوات منبثة من آلة طابعة).

(انتقال الكاميرا إلى (جون) و(روسانا) وهما واقفان في قفص الاتهام).

كيفن (مستمراً): إن القضية التي تشاهدونها الآن هي قضية حقيقية. إن هؤلاء الناس أمامكم ليسوا ممثلين. إنهم خصوم وأطراف في دعوى تقوم محكمة كاليفورنيا بالنظر فيها. كلهم اتفقوا على أن تحل قضيتهم في محكمتنا. (انتقال الكاميرا إلى إظهار عنوان البرنامج من جديد وهو "محكمة الناس".

كيفن (مستمرًا): سيظهر القاضي (فل) بعد قليل لينظر في هذه المسألة. الآن وصل القاضي. (يقف الحضور احترامًا للقاضي. يجلس القاضي على كرسيه الخاص).

(فل): تفضلوا بالجلوس. لقد قرأت كل التصريحات. الآن، يا آنسة (بريثويت) إنك تملكين محلاً لتجميل السيدات اسمه "شؤون الشعر"، أليس كذلك؟ روزانا: نعم يا حضرة القاضي.

(فل): قبل عدة أشهر ظهر المدعى عليه بشكل كلب كبير...

روزانا: نعم حضرة القاضي.

(فل): ووافقت أن تبيعه روحك الخالدة على شرط أن يحقق لك النجاح في أعمالك التجميلية. هل هذا صحيح؟

روزانا: نعم يا حضرة القاضي.

(فل): أيها الشيطان؟

(جون): نعم حضرة القاضي

(فل): أمامي الآن نسخة من العقد. (ينظر القاضي بشيء من الامتعاض إلى ورقة كبيرة). يبدو أن العقد مكتوب بالدم. إن صياغة العقد غير واضحة تمامًا. إلى أي مدى ساعدت الآنسة بريثويت في أعمالها؟

(جون): حضرة القاضي، بالإضافة إلى النصائح العملية التي كنت أقدمها لها يوميًا بخصوص الضرائب وغيرها من الأمور التجارية، قدمت لها أيضًا مبلغ ألفين وسبعمائة دولار (يفتش حقيبتها). هذه ثلاث وصولات بمبلغ تسعمائة دولار والثاني بمبلغ ألف ومائتي دولار و... (يقاطعه (فل))

(فل): اعطني هذه الوصولات رجاءً.

(يسلم جون الوصولات بسرور إلى (فل) ويأخذ الأخير بفحصها)

(جون): وهذه قائمة بالحسابات مرسلة من شركة (اونيدا باربر) تتضمن شراء ثلاث قبعات لتجفيف الشعر بالإضافة إلى وصل...

(فل): شكراً، سأدرس هذه المستمسكات. آنسة (بيثويت)، هل هذا توقيعك على هذا الصك؟

(روزانا): (تسعر بالآلم). نعم يا حضرة القاضي

(جان): هل تسمح لي أن أقول شيئاً آخر؟

(فل): عفوا... هل أنت إحدى قريبات المدعية؟

(جان): نعم، أنا أمها.

(فل): وما هو عملك؟

(جان): إنني زيرة حانات وثملة ليل نهار

(فل): هل أفهم من كلامك أنك تتسكعين في البارات وأنت تقتشين عن

الرجال الذين يدفعون شن ما تشربينه من مسكرات؟

(جان): هذا صحيح يا حضرة القاضي.

(فل): استمري.

(جان): لا أعتقد أن هذه الفتاة كانت عارفة بالزوايا الغامضة لهذا العقد. إنها

لم تتجاوز الثامنة عشر من العمر. لا أتصور أنها تفهم مضامين بعض الكلمات مثل "الروح" و "الخلود".

(روزانا): (تسعر بالإهانة) إنني أفهم هذه الأشياء. (تنظر جان إليها نظرة

غضب)

(جان): اسكتي إنني أحاول أن أساعدك.

(فل): شكرا. سوف أخذ ذلك بنظر الاعتبار. الآن، يا آنسة (بيثويت)، قلت في

شهادتك بأن عملك بدأ يجلب لك الخسارة بعد توقيعك الاتفاقية مع الشيطان.

وأنت أبها الشيطان، هل تسمي هذه الخسارة ربحا؟

(جون): حسنا، هذه يا حضرة القاضي، نوع من الحيل. لقد وعدتها بأنني

سأجعل عملها في تجميل شعر السيدات يزدهر عندما كانت ترتب شعر أحد

السيدات، فلن تعود إليها تلك السيدة ثانية لأن ذلك الترتيب الجيد سيكون

خالدا ولن ترجع تلك السيدة إلى المحل ثانية.

(فل): هذا يعني أن عملها سيتوقف.

(جون): بالتأكيد. عادة ما أقوم بخداع الناس بهذه الطريقة، عن طريق جعلهم يركزون على نص الاتفاقية ويهملون روحها. مثلاً، عندما أعد أحدهم بأنني سأمنحه الشباب الدائم، فإنني فعلاً سأجعله يرتكب جريمة معينة يحكم عليه بسببها بالسجن مدى الحياة، هذه هي الأعمال التي أقوم بها!! (توقف). هذا هو أسلوبني في التعامل مع الناس. (توقف طويل) إنني شيطان !!

التطبيق والمراجعة Application and Review

- 1- قم بإعداد إطار عام لبرنامج موسيقية محلية أو بإتباع صيغة متنوعة.
- 2- قم بكتابة النص الكامل لبرنامج محلي للموسيقى الكلاسيكية مدته نصف ساعة ليتم توزيعه على المستوى الوطني.
- 3- قم بإعداد نص لبرنامج حوارى لمدة ساعة تستضيف فيه شخصية أو نجماً موسيقياً أو مطرباً.
- 4- قم بإعداد معالجة لفيديو كليب موسيقي مدته 5 دقائق.

برامج الشركات والبرامج الثقافية وبرامج الأطفال

Corporate, Educational, and Children's Programs

تعد سوق الأفلام الثقافية وبرامج الشركات التي تتضمن الإعلانات التجارية وبرامج المعلومات والتدريب السوق الأكثر رواجاً وازدهاراً من سوق الأفلام التي تنتجها هوليوود وفق مفهوم سوق الكتاب - وكثيراً ما يطلق على هذه البرامج لحد الآن البرامج الصناعية وتشمل فعلياً كل أنواع البرامج التي تناولها هذا الكتاب لحد الآن.

وتشمل البرامج الإعلامية الصناعية على سبيل المثال لا الحصر برامج "الحوار" التي تقدم مدراء مؤسسات أو خبراء في مواضيع معينة ليناقشوا أحدث طرق البيع ومعالجة المواد صناعياً والتغيرات في الخطط التنظيمية ومواضيع أخرى. وتقدم برامج مناقشات عن بعد حيث يتم عقد اجتماعات كبيرة أو صغيرة من موقعين مختلفين أو أكثر عن طريق التلفزيون. ويمكن عبر هذه البرامج أن يوجه أحد المدراء حديثاً إلى مرؤوسيه أو إلى عامة الناس، أو أن يتم إجراء لقاء مع مدير إحدى الشركات لمناقشة التوزيع الداخلي والخارجي للمبيعات وبرامج التدريب والتثقيف الرسمية.

تقدم البرامج الخاصة والبرامج الوثائقية معلومات تاريخية وعلمية وتنفيذية وخدمات عامة أو أية معلومات أخرى عن إحدى الشركات مما يعزز صورتها أمام الجماهير. أما البرامج الإخبارية فتقدم معلومات عن الشركة وإنجازاتها خلال فترة زمنية محددة أو تقدم نشرة يومية عنها في بعض الأحيان.

وتوظف جميع شركات الإعلانات التجارية والإعلانات العامة لخدمة أغراضها. لقد اندمجت الإعلانات التجارية والبرامج الخاصة والإخبارية في نوع جديد من البرامج بدأ يظهر كثيرا في السنوات الأخيرة يسمى (برامج المعلومات التجارية) وهذه البرامج تتراوح ما بين فقرات قصيرة من الإعلانات التجارية، تكون مدتها 30 ثانية عادة - تمتزج بين تقديم معلومات عن خدمات عامة مثل بيانات المستهلك وبين الإعلان التجاري - وبين برامج مدتها ما بين 15-30 دقيقة يكون هدفها ترويج السلع أو الخدمات.

لقد توحدت البرامج الوثائقية والخاصة والإعلانات التجارية في برامج العلاقات العامة. على سبيل المثال، إذا أرادت إحدى الشركات التوسع على أرض مخصصة لمشروع إسكان ذوي الدخل المحدود، يقوم البرنامج التجاري الخاص بتوضيح فوائد هذا التوسع حيث سيوفر فرص عمل للعوائل ذوي الدخل المحدود وتقدم قروض للعمال بسعر فائدة دون الأسعار السائدة في السوق من أجل حصولهم على دور سكنية وتوفر موقع آخر مناسب لمشروع الإسكان يمكن أن يخفف من حدة المعارضة الموجهة ضد توسيع الشركة وأن يساعد في حصول الشركة ومنتجاتها على دعم ومساندة أكبر.

وربما تكون برامج التدريب والتثقيف من البرامج التي تخدم هدفا موحدا على نطاق واسع. وتقوم العديد من الشركات بإنتاج برامج تدريب تلفزيونية داخل الشركة. وتمتلك بعض الشركات مراكز إنتاج متطورة جدا ومجموعة من الكتاب والمنتجين (يكون الكتاب والمنتج شخصا واحدا عادة - وهذا أمر مهم يجب أن يضعه الطلاب الذين يدرسون الإنتاج ويهملون دراسة الكتابة في اعتبارهم) وتنتج برامج التدريب التلفزيونية لتخدم جميع الأهداف حيث تتضمن جميع أنواع البرامج الصناعية بكل مستوياتها. وتعرض هذه البرامج سلسلة كاملة من المشاهد تبدأ بعرض المواقع والأجزاء التي سيعمل فيها الموظفون الجدد وإجراءات أكثر تعقيدا

مثل طريقة تشغيل آلة معينة للإنتاج بالجملة ثم تقدم معلومات على مستوى أعلى من ذلك مثل عرض عملية تطوير منتج جديد للشركة اعتماداً على آخر ما توصل إليه العلم من أساليب المعالجة.

ويمكن أن تقوم هذه البرامج التلفزيونية بتعليم السكرتيرات الجدد قواعد الكتابة والمهارات الأساسية وتعليم مساعدي المدراء أو من ينوب عنهم كيفية التحدث إلى مرؤوسيهـم. وتهدف هذه البرامج أيضاً إلى تقديم المنتجات الجديدة والأساليب التقنية الحديثة لبيع المنتجات القديمة والتعريف بنظم التشغيل الجديدة والطرق الحديثة في كتابة التقارير أو وضع الميزانية أو تنفيذ الإجراءات المالية لأعداد قليلة نسبياً أو لمئات من العاملين في موقع واحد أو لآلاف العاملين في الشركات التي لها فروع في العديد من الدول في مختلف أرجاء العالم.

والنوع الآخر من البرامج الصناعية هو دليل الشراء التلفزيوني والهدف من هذا البرنامج إرشاد المتلقي إلى منافذ البيع بالتجزئة حيث يصمم البرنامج ليؤثر على قرارات المستهلكين المترددين في شراء سلعة معينة. وعلى الرغم من أن المخازن الصغيرة التي تحتوي على أنواع مختلفة من المنتجات لا يمكن أن تعرض سلعتها بشكل مؤثر وفعال، فإن المخازن التي تحتوي على سلعة واحدة أو عدد قليل من السلع الرئيسية يمكنها ذلك، كما في المخازن التي فيها أقسام متخصصة بنوع واحد من السلع. على الرغم من أن العديد من هذه البرامج هي إعلانات مباشرة لترويج السلع، إلا أن البعض الآخر منها يتضمن خليطاً من أنماط مختلفة من الفقرات تكون بمجموعها برنامجاً للمعلومات التجارية التي تتضمن فقرات ترفيهية.

ويوجه الكاتب هذه الإعلانات التلفزيونية بشكل أساسي للمستهلك، ولكن تستفيد بعض المخازن فائدة أخرى من هذه البرامج ومنها: إطلاع الموظفين على السلع وتدريبهم على استخدام أساليب أكثر فعالية وتأثيراً في بيعها. وهذا يعني أن على الكاتب أن يمزج بشكل خلاق بين هذين الهدفين: الإعلان والتدريب.

وعلى الرغم من أن صيغة الكتابة لوسائل الإعلام المختلفة هي نفسها من حيث القواعد الأساسية، تذكر أن الهدف الأساسي للبرامج الإعلامية الصناعية قد لا يكون له علاقة مباشرة بترويج وبيع المنتج. فقد يختلف هدف الشركة باختلاف

الوسائل المستخدمة كالبرامج التلفزيونية أو عروض الصور الفوتوغرافية أو الأشرطة السمعية اختلافا كبيرا، فقد يكون هدفها: رفع مستويات ومؤهلات الموظفين أو تكوين علاقات عامة جيدة أو بيع المنتجات أو التدريب أو التثقيف. ويجب أن يحدد الكاتب بدقة الهدف الذي تنشده الشركة من إعداد برنامج إعلامي صناعي معين.

ولا تقتصر كتابة البرامج الإعلامية الصناعية على الصناعة فقط على الرغم من استخدامها في هذا المجال على نطاق واسع. البرامج الإعلامية الصناعية تشير أيضاً، بالإضافة إلى ما تقدم ذكره، إلى استخدام الدوائر الحكومية والأنظمة والمؤسسات الثقافية والمنظمات والجمعيات المهنية والاجتماعية لوسائل الإعلام لخدمة أغراضها - بمعنى آخر يمكن أن تستخدم وسائل الإعلام أية جهة ترغب بإعلام أو إقناع أو تثقيف جهة أخرى داخليا وخارجيا.

إنتاج البرامج الصناعية Corporate Programs Procedure

الأهداف Objectives

من أجل تكوين فكرة أولية لإعداد أي برنامج، يجب أن يعرف الكاتب أولا ما هي أهداف ذلك البرنامج؛ ويوجد عادة هدفان رئيسيان: الهدف الذي يريده الزبون أو الإدارة وهدف الجمهور الموجه إليه البرنامج. وعلى العموم فإن من السهل تحديد أهداف البرامج المنتجة داخل الشركة لأن الإدارة في هذه الحالة تكون محددة ودقيقة فيما يخص ما تريد أن يحققه لها البرنامج.

ويجب كذلك أن يحدد الكاتب أهداف الجمهور. فإذا كان برنامجا للبرامج التدريبية موجها إلى موظفي إحدى الشركات كما هو حال معظم البرامج الإعلامية الصناعية، فكيف سيتم حث الجمهور المعني على مشاهدة ومتابعة البرنامج باهتمام وعلى التعلم فعليا مما يقدم فيه وتحقيق أهداف الشركة المتوخاة من هذا البرنامج.

وتعتبر دراسة طبيعية وأهواء المشاهدين الموجه إليهم البرنامج دراسة شاملة أمر مهم جدا للسببين رئيسيين. السبب الأول وقد يكون الأكثر وضوحا هو نفس السبب الذي تكتب على أساسه الإعلانات التجارية وهو تحديد أنواع المواد المعروضة في

البرنامج مما يروق للمشاهدين والمستمعين ويجذب انتباههم ويمتصهم طوال البرنامج ويقنعهم بفعل ما تريده الإدارة منهم. والسبب الثاني يتعلق بالدافع المحفز: تحديد السبب الذي يجعل المشاهد أو المستمع يهتم بالبرنامج جدياً. كل فرد من الجمهور يجب أن يدرك فائدة ما يقدم في البرنامج من مواد بالنسبة له أولها. هل سيساعد تعلم تقنيات الإنتاج الحديثة واستخدامها بشكل ناجح في الحصول على ترقية أو زيادة في الراتب؟ هل أن استخدام أنظمة الحاسوب الحديث أمر ضروري للمحافظة على وظيفة ثابتة؟ هل ستؤدي زيادة مبيعات المنتج الجديد في زيادة عموالات البيع؟ هل أن إتقان إلقاء الخطب لزيادة المشاركة في الشؤون الاجتماعية سيساعد في الحصول على علاوات إضافية؟ إذا كان البرنامج برنامجاً خاصاً عن إحدى المؤسسات أو برنامج معلومات وإعلانات تجارية، فيجب أن يستفيد الكاتب من الدراسة الإحصائية الشاملة للجمهور الموجه إليه البرنامج.

وإذا أردنا أن نورد مثالا جيدا لبرنامج يمزج بين أهداف الإدارة وبين تحفيز الجمهور على مشاهدته والتعلم منه فهو نص برنامج "قائدة نظام هانتل" الذي سنورده في هذا الفصل. لقد عرف فرانك ر. كنغ منتج وكاتب البرنامج ما الذي تريده الإدارة ألا وهو زيادة الإنتاجية من خلال تبادل الآراء والمعلومات بشكل أسرع داخل الشركة. لقد أجبر العاملون الذين وضع لهم جدول لمشاهدة الفيديو في اجتماعات محلية على استقطاع وقت من ساعات عملهم وكسبهم لحضور هذه الاجتماعات والاستيقاظ مبكراً في اليوم التالي لمشاهدة البرنامج في التلفزيون.

واستخدم كنغ في النص الذي كتبه حافزين أساسيين لمتابعة البرنامج. الأول هو محاولته إقناع الموظفين بأنه في حال استخدامهم نظام هانتل الجديد للحاسوب سيوفر الوقت في إنجاز أي معاملة لأي زبون وتحقيق ربح أكبر وبذلك يوفر لهم المزيد من الوقت أسبوعياً لتحقيق مبيعات وأرباح أكبر أو لقضاء هذا الوقت في الراحة والاستجمام. والحافز الثاني، ومن أجل أن لا يتجاهل العاملون مشاهدة الفيديو كونهم متعبون وساخطون في نفس الوقت من اضطرابهم للاستيقاظ في وقت مبكر لمشاهدته، فقد أدخل في البرنامج فقرات فكاهية وهزلية في محاولة منه لخلق شعور بالفرح والرغبة لديهم لمشاهدة البرنامج ولتابعة العمل فيما بعد. لقد أصبح الترفيه جزءاً مكملاً لتشجيع التعلم وجعله ممتعا.

وعندما عمل روجر سوليفان مديرا للتعليم في شركات التأمين التجاري المتحدة قدم النصيحة التالية لكتابة نصوص مؤثرة وفعالة للبرامج الصناعية. من المهم أن يفهم كتاب البرامج التلفزيونية الخاصة بالأعمال والتجارة أهداف البرنامج الخاص الذي يتم إنتاجه. على سبيل المثال، عندما نريد تطوير برنامج موجه لجماعة من العاملين المثقفين البالغين فسيكون لدينا في الواقع نوعان من الجمهور، وهما المؤسسة التي طلبت إعداد البرنامج بحيث يوفر للعاملين المعلومات والمهارات العملية التي يحتاجونها لأداء وإنجاز أعمالهم الوظيفية بنجاح، والموظف الذي يسعى لتطوير إمكانياته وقدراته الشخصية لتنفيذ واجباته الوظيفية والعملية بكل ثقة وكفاءة قدر الإمكان. وكلا النوعان من الجمهور يريد إنجاز التعلم بأقصر وقت ممكن وبكلفة معقولة. ويبدأ إنتاج البرامج الخاصة بالأعمال والتجارة بالاتفاق على الأهداف بشكل

تفصيلي وما يتوقع أن يظهره الموظف أو المستخدم من أداء جيد للعمل نتيجة لما تعلمه في البرنامج. السيناريو الكامل للبرنامج هو عبارة عن سلسلة مترابطة من وحدات قياس المهارات أو المعلومات التي تؤدي بالنتيجة إلى بلورة الإمكانيات والقدرات العملية وفق ما هو مرسوم لها. لقد تم تطوير وسائل الإيضاح الخاصة بكل وحدة من وحدات التعليم لتكون أكثر تأثيرا وفعالية ويكون التأكيد على الناحية العملية أي على التدريب العملي وتأتي الناحية النظرية بالدرجة الثانية. وما إن يتم تحديد الأهداف والجمهور الموجه إليه البرنامج تحديدا دقيقا وتجميع وحدات التعليم ووحدات قياسه عندها يمكن تنفيذ السيناريو.

اجتماعات الإدارة والزبون Client / Management Conferences

إن كنت كاتباً مستقلاً من خارج الشركة أو المؤسسة أو إن كنت كاتباً ومنتمياً في آن واحد، فنتجاً إلى وقت أطول في تحديد أهداف الإدارة وطبيعة ورغبات الجمهور الموجه إليه البرنامج. وعلى الرغم من أن الاعتماد على الممارسة والتجربة العملية لا ينجح في كل الحالات، فإن العديد من مؤسسات الإنتاج المستقلة تخصص ثلثي خطة الإنتاج الإجمالية لكتابة النص والثلث الآخر للإنتاج والتفويض الفعلي. وكلما كان الإعداد والتحضير كاملاً ودقيقاً بضمضمه إنجاز كتابة النص، كلما

كان الوقت الذي يستغرقه التصوير أقصر. إذا أنجز العمل بالكامل داخل الشركة فإن الوقت المحدد لإنجاز كل فقرة لا يتغير عموماً ولكن الوقت الإجمالي لإنجاز المشروع يكون أقصر بكثير.

وغالباً ما تسمى الإدارة أن العمل الإبداعي يستغرق وقتاً طويلاً وتتوقع أن تكون سرعة إنتاج وحدة السمعيات والمرئيات التابعة لها بنفس سرعة إعداد محاسبها لأرقام مبيعات الأسبوع الماضي.

وسواء كان المطلوب إنجاز العمل في وقت قصير أو طويل فعلى الكاتب أن يقابل الإدارة والجمهور الموجه إليه العمل من العاملين والموظفين. وكثيراً ما يتم تنفيذ البرنامج داخل الشركة ولكن كاتب النص يكون كاتباً مستقلاً يعمل لحسابه. وفي مثل هذه الحالة يتوجب على الكاتب أن يستشير منتج الشركة وكذلك عدداً من الشخصيات المسؤولة في الشركة ممن قد يؤثر عليهم بشكل من الأشكال مضمون وهدف البرنامج. ويجب التوصل إلى اتفاق واضح ونهائي حول صيغة وأهداف البرنامج خلال الاجتماعات الأولية بين الكاتب والزيون (أو بين الكاتب والإدارة إذا كان الكاتب من موظفي الشركة).

ميزانية البرنامج وموارده Budget and Resources

يجب إخبار الكاتب بوضوح وبأسرع وقت ممكن بحدود الميزانية المخصصة للعمل. إذا كان الكاتب هو المنتج في نفس الوقت، وكما يحصل في كثير من الحالات، فيجب تحديد الميزانية مع الزيون الذي هو إدارة الشركة في الاجتماع الأول، فقد يكون لدى الزيون تصوراً معيناً للبرنامج يحتاج تنفيذه من وجهة نظر الكاتب - المنتج الخبير ميزانية تقدر بـ 150,000 دولار في حين يكون الزيون قد خصص مبلغ 50,000 دولار لذلك البرنامج. ويجب توضيح شكل البرنامج الذي يمكن تنفيذه بهذه الميزانية فوراً لتجنب إضاعة الوقت والموارد وسوء الفهم وتبادل الاتهامات الذي يمكن أن يحصل في حالة عدم الاتفاق والتفاهم بوضوح.

وعند إجراء المناقشات الأولية للمشروع، يجب أن يحدد الكاتب فيما إذا كان بالإمكان تحقيق الأهداف المرجوة في برنامج واحد، وإن كان كذلك يمكننا فيجب أن يحدد أقصى مدة يمكن أن يستغرقها البرنامج وإن كان هنالك حاجة

لإنتاج عدة برامج أو سلسلة طويلة من البرامج. إن الأهداف والميزانية والموارد لها أيضاً دور في تحديد شكل الوسيلة الإعلامية التي تنفذ بها البرنامج. هل يفضل أن يكون شريط فيديو أو فيلم أو عرض صور فونوغرافية على الشاشة مع تعليق صوتي على الصور أو تسجيل صوتي فقط؟

إن كنت كاتباً من ضمن موظفي الشركة أو من موظفي شركة إنتاج مستقلة، فإنك على علم بموارد الشركة أساساً. أما إن كنت كاتباً تعمل لحسابك وطلب منك كتابة نص البرنامج فيجب أن تحدد إمكانيات الشركة الإنتاجية أو إمكانيات المؤسسة الإنتاجية الخارجية التي ستستخدمها الشركة قبل إعداد المخطط التمهيدي للبرنامج.

المخطط التمهيدي للبرنامج Treatment or Outline

تعتبر طريقة المعالجة الخطوة التالية المهمة لتعزيز الاتفاق بين الكاتب والزبون أي إدارة الشركة خلال فترة الإعداد والإنتاج. فقد تكلف الكاتب الكثير من الوقت والجهد بل وحتى قد تكلفه عمله نفسه إن نظر الزبون (إدارة الشركة) إلى النص بعد عدة أسابيع من بدء العمل واعترض قائلاً أن هذا البرنامج لا يرقى إلى ما كانت تطمح إليه الشركة أو ما تصورته أو توقعته. لذلك يجب أن يعد الكاتب مخططاً تمهيدياً بأسرع ما يمكن بعد الاجتماعات الأولية ويقدمه للزبون (إدارة الشركة) ليحصل على موافقتها قبل أن يبدأ بالمعالجة التفصيلية والتي تحتاج أيضاً إلى المصادقة عليها قبل كتابة النص الأولي والذي يجب أن يصادق عليه هو أيضاً قبل إعداد وكتابة النص النهائي. وبعبارة أخرى يجب أن يتأكد الكاتب أو الكاتبة بأن نصه أو نصها يحقق الهدف المنشود في كل مرحلة من مراحل المشروع.

ولكن هنالك بعض الاستثناءات. يوجد البعض من كتاب الشركة أو الكتاب المستقلين ممن لهم خبرة طويلة وسبق لهم أن عملوا مدة طويلة وبنجاح مع الشركة بحيث أصبحت الشركة تثق بحكمهم وقراراتهم وكفاءتهم. وقد يبلغ هؤلاء الكتاب بهدف المشروع في الاجتماع الأولي ويطلب منهم أن يعودوا بعد إنجاز النص بالكامل ضمن فترة زمنية محددة. غالباً ما يكون هذا هو الحال بالنسبة للكتاب المتمرسين مثل رالف دي يونغ الذي استخدمنا نصه كمثال لكتابة

النصوص الجيدة في مكان لاحق من هذا الفصل. وكما تلاحظ من قراءتك لنصيحة دي يونغ للكتاب الجدد أنه على الرغم من تفوقه وتميزه بالكتابة إلا أنه يتخذ الخطوات اللازمة والضرورية للتأكد من اتفاه مع الزبون على كل شيء وعلى طول الخط مسبقاً.

الباحث Research

يستغرق البحث وقتاً طويلاً في جميع الأحوال إلا إذا صادف أن كان الكاتب خبيراً في الموضوع الذي يكتبه. وعلى الرغم من أن البرنامج يجب أن يتضمن فقرات ترفيحية بالإضافة إلى الفقرات التعليمية إلا أنه ليس برنامج تسليية وإنما برنامج يهدف إلى تقديم معلومات وأفكار محددة والتي يجب أن تكون دقيقة وصحيحة جملة وتفصيلاً. ولكي يكون البرنامج ممتعا يجب أن يتعرف الكاتب جيداً على كل جوانب الموضوع سواء كان تاريخ الشركة أو العمليات التقنية للمعالجة العلمية. وعندها فقط يستطيع الكاتب أن يحصل على مادة كافية ليختار منها ما يحقق له نصاً جيداً ومؤثراً بأفضل صورة ممكنة. يقوم الكاتب بالبحث والتحقيق في المكتبة وعلى شبكة الإنترنت استناداً إلى الموضوع الذي يريد الكتابة عنه ويأخذ من أفكار الخبراء في ذلك المجال، ويتحدث إلى العاملين الموجه إليهم البرنامج وإلى مسؤولي الإدارة الذين حددوا أهداف البرنامج. روجر سوليفان نصح الكاتب بأن "يعمل مع الخبراء بالموضوع المعني ويعتمد على اقتراحاتهم وتعليقاتهم بالإضافة إلى الاعتماد على خياله وتصوراتة الخاصة".

وإن أمكن فليبحث الكاتب عن تجارب حياتية حقيقية لها علاقة بالموضوع مثل أن يعمل فعلياً مع وكيل إحدى شركات التأمين ويطبق الأسلوب الجديد الذي ابتكره وشجعه البرنامج أو أن يعمل على خط تجميع إحدى المكين الجديدة في أحد المصانع أو مرافقته معاوني المدراء الذين يحاولون تحسين وتميز صورة الشركة بحضور الاجتماعات التي تهتم بالشؤون الاجتماعية.

الإنتاج Production

عندما يتم إعداد النص والمصادقة عليه، يبدأ الإنتاج والتفويض. ولا ينتهي دور

الكاتب عادةً عند إنجاز كتابة النص وإنما قد يستمر خلال عملية إعداده للتصوير وخلال عملية التصوير ذاتها بالنسبة للبرامج الصناعية على غير ما هو متعارف عليه في العديد من برامج الإذاعة والتلفزيون والكابلية الأخرى. وقد يحدث أن يشاهد رئيس الشركة البرنامج الأول مرة ويطلب إجراء بعض التغييرات عليه قبل استخدامه بعد أن كان قد سبق وصادق على كل مرحلة من مراحل مجموعة من نائبيه ومساعديه.

تقويم البرنامج Evaluation

آخر مرحلة بعد استخدام البرنامج هو التقويم. هل كان البرنامج مؤثراً وفعالاً؟ هل حقق الأهداف التي ترمي إليها الإدارة؟ هل لبي حاجات الجمهور. يجب أن يشارك الكاتب في تحديد التأثير الذي أحدثه البرنامج ويتم ذلك عادة باستخدام الوسائل التعليمية التقليدية للاختبار والتقويم وإجراء اللقاءات والمقابلات لمعرفة كيف يكتب البرنامج أو سلسلة البرامج القادمة أو النسخة الجديدة من البرنامج بشكل أكثر فعالية وتأثيراً. لقد لخص دي يونغ هذه الإجراءات نتيجة لخبرته الطويلة في كتابة وإنتاج البرامج للحكومة والمصانع وغالباً ما تحصل برامجهم على التكرم. تمنح البرامج الصناعية الكاتب فرصة وضع واحدة أو أكثر من تقنيات وطرق كتابة القصة التقليدية العديدة موضع التنفيذ.

ولكن على غير ما يحدث في برامج التسلية والترفيه النموذجية، يجب أن يكون الكاتب في برامج الشركات على اطلاع كبير ووثيق بالعلاقات بين الأشخاص وبإجراءات ومعالجات ومعدات وأهداف وفلسفة الشركة:

تكون برامج الشركات عادة قصيرة نسبياً، إذ يكون زمن عرضها ما بين 30-10 دقيقة، ومتوسط زمن العرض 15 دقيقة. وبما أن هذا النوع من البرامج يُعد ويُنتج برعاية إحدى الشركات، وحسب طلبها فيجب أن يحدد الكاتب بدقة أهداف الزبون والغرض المراد تحقيقه من البرامج ثم يجري بحثاً شاملاً ووافياً عن الموضوع لكي يؤدي البرنامج رسالته بدقة متناهية وبمصادقية وأمانة. بالإضافة إلى ضوابط تحديد مدة العرض، تكون ميزانية برامج الشركات محدودة وفترة إنجاز العمل طويلة. وبما أن الكاتب هو أول من يشرك ويعلم بمشروع الفيلم أو البرنامج فمن

الأمر الأساسي والضروري أن يتعرف الكاتب بشكل جيد وشامل على تقنيات الإنتاج لأنواع صيغ الإنتاج السمعي والمرئي الرئيسية الثلاث: الفيلم، والفيديو والصور الفوتوغرافية التي تعرض على شاشة بمصاحبة الصوت. وعندما يتسلق الكاتب بهذه المعرفة والمعلومات يمكنه استخدام الجوانب والإمكانيات المختلفة لهذه الصيغ الثلاث لكتابة عمل يمكن إنتاجه وإنجازه ضمن الميزانية والوقت المحدد له وفي نفس الوقت يحقق أهدافه بأسلوب ممتع وترفيهي وتعليمي في آن واحد. وفي حين يوجه الفيلم الترفيهي إلى جمهور عام، فإن معظم أفلام الشركات تصمم لنوع خاص من الجمهور. ومن أجل ضمان تحقيق أهداف البرنامج، يجب أن يحدد الكاتب الجمهور الموجه إليه البرنامج وأن يضع ملخصاً لاهتماماته ورغباته ومدى معرفته بالموضوع المطروح في البرنامج أو الفيلم وبذلك يمكن أن يلبي الفيلم أو البرنامج حاجات الجمهور والزبون في آن واحد.

تقنيات الكتابة Writing Techniques

لاحظ دونالدس سكال باعتباره "منتجاً ومخرجاً تلفزيونياً يعمل لحساب شركة" سيطرة البيانات لخدمات الاتصالات التلفزيونية فيما يتعلق بالبرامج التلفزيونية الصناعية والتعليمية أنه "عندما تصبح متمكناً من كتابة نصوص البرامج التلفزيونية الصناعية، قد يكون من الأفضل في أكثر الأحيان أن تعيد النظر في كل تصوراتك السابقة وما تعلمته عن تقنيات الكتابة الدرامية الخلاقة". ويتذكر سكال أن محاولاته الأولى لنقل ما تعلمه من دروس نظرية إلى التلفزيون فشلت وأن "عدم إلمامه بآلية عمل التلفزيون أدى إلى إنتاج برنامج ينقصه الكثير مما يجب أن يتوفر فيه إذ كان ينقصه التنظيم والتواصل والترابط بين الفقرات والمشاهد وسلسلة الانتقالات وفي الكثير من الأحيان كان ينقصه الكثير من التفاصيل التي لها صلة بالموضوع... بما أننا نعتقد أن ما يسمى بأفلام "التدريب" التلفزيونية يجب أن تعزز المادة التعليمية الأكاديمية ولا تموض عنها، فقد أدركنا سريعاً بأننا قد نكسب القليل ولكن قد نخسر كل شيء إذا اعتمدنا فقط على شرح المدرس النظري وعلى أن نفعل مثلاً فعل هو في قاعة الدرس... يجب أن يوفر الفيلم التلفزيوني الذي يحتاجه كوسيلة إيضاح لطلاب أشياء لا يمكن أن يوفرها هو بمفرده لطلاب بالشكل الصحيح."

الحل الذي وجده سكال للمشكلة هو استخدام اختصاصيين ليقوموا بالتعليق الصوتي في الفيلم لوصف المعدات أو الأجهزة الإلكترونية أو الإلكترونيات الميكانيكية. ولكنه وجد أن هذا الحل أدى إلى ظهور مشكلة جديدة وهي أن الأستاذ الذي يعرف تفاصيل الجهاز جيداً لا يعرف عادة كيف يعرضه على شاشة التلفزيون بشكل فعال ومؤثر، وأن الاختصاصي الذي يمكن أن يعرض الجهاز بشكل جيد لا يعرف الكثير عنه عادة. ويقول سكال بأن الحل الأمثل للمشكلة هو "أن يبدو الاختصاصي وكأنه هو الذي اخترع كل جزء من الجهاز أو الماكينة وأنه بذل أقصى الجهد في صنعها بيده من الذهب الخالص ومن أجل تحقيق هذا التأثير على المشاهد يجب أن يستخدم أسلوباً جديداً آخر وأن يطلق عليه اسم نص "الظل".

إن نص "الظل" - وفق ما يصفه سكال - هو نسخة لما يطرحه الأستاذ في قاعة الدرس من معلومات حول موضوع معين يعاد كتابته بشكل مبسط ليكون تتابع المعلومات سلساً ويركب صوت الأستاذ المختص الذي يقوم بالشرح على الفيلم. ومع هذا واجه سكال مشكلتين بارزتين بسبب تمادي الأستاذ في إظهار طريقة التدريس الصفية وهما: الافتقار إلى الاختصار ووضوح التواصل والتتابع في الشرح، والحذف غير المقصود لبعض المواد المهمة والأساسية. ولذلك اضطر سكال إلى إعادة تقييم أسلوبه هذا.

والآن عندما يأتي أحد الأساتذة إلينا طالباً إنتاج فيلم له يكون قد أعد على الأقل مخططاً تمهيدياً مفصلاً عن الموضوع، واضعاً في اعتباره آلية عمل التلفزيون. وفي الكثير من الحالات، يُعطى نصاً أولياً مفصلاً ليقرأ منه من أجل تثبيت النص الذي سيقراً (ذلك الجزء من الفيلم الخاص للتسجيل الصوتي). ويقوم بإعداد هذه النصوص أو المخططات التمهيدية واضعوا المناهج الدراسية التي تلزم الأستاذ بتقديم وصف كامل ومنظم للجهاز... لو أننا استمرينا في إعداد نصوص منهجية الشكل بأسلوب الكتابة التقني (الذي يمكن أن يكون الأسلوب الأمثل في هذه الحالة) ولم نعر اهتماماً للأستاذ وأخبرناه بأنه غير مناسب للظهور في التلفزيون واعتذرنا عن مساعدته ورفضنا التعاون مع معدي المنهاج الدراسي لأنهم لم يفكروا بلغة التلفزيون منذ البداية فإننا لن نكون بذلك قد رفضنا التعاون مع العديد من الناس فقط وإنما فقدنا الثقة كذلك في قدرتنا على إنتاج فيلم مفيد تماماً.

يفترض أدبيا من وجهة نظري الخاصة أن يعد البرنامج التلفزيوني الصناعي ليلي ما هو مطلوب منه. لقد تحدثت عن جانب واحد من جوانب كتابة النصوص الصناعية ووصف تفاصيل إحدى المكنات أو الأجهزة لتدريب الناس على استخدامها وصيانتها ومن المهم المحافظة على مصداقية الشخص الذي يعرف تفاصيل الجهاز أكثر من غيره حتى وإن لم يظهر صوته في النسخة النهائية من الفيلم.

ولهذا السبب، أطلب إعادة كتابة النص لإزالة أية أخطاء نحوية وتوضيح الوصف الغامض أو الذي لم تتم صياغة عباراته بشكل جيد. ولا أقوم بأية محاولات لإعادة التصوير لسبب واحد رئيسي وهو أن المشاهد تكون قد سجلت على الفيلم. وأن وجدت مشاكل بالنسبة لتسلسل وتتابع الفقرات فإني أوجه انتباه واضعي المنهج المختصين ليتخذوا القرارات المناسبة. وأحاول أن أجعل أسلوب الكلام شبيها بالحدث الاعتيادي

قدر الإمكان دون الرجوع إلى الأسلوب الدرامي الإبداعي. ويجب أن تكون هذه النصوص مباشرة وطبيعية وتتضمن حدا أدنى من الكلام الدارج. ولا تتضمن أية عبارات جارحة للذوق العام، مع تجنب استخدام العبارات المنمقة أو العبارات التي تستخدم بكثرة.

وتستخدم الكثير من نصوص البرامج الصناعية سواء أكان فيلماً أو شريطاً فيديو صيغة وأسلوب الأعمال الدرامية حيث تخلق حالة من التوتر الذي يجذب انتباه المشاهدين والصراع الذي يحقق حله هدف البرنامج أو العرض. ريتشارد برونر كاتب ومخرج لأفلام الشركات والذي استخدم الحوار والحدث الدرامي بدلا من استخدام أسلوب الراوي الذي لا يظهر على الشاشة سوى صوته أو أسلوب الحوار الذي يشبه إلقاء المحاضرة الذي يسود العديد من أفلام الفيديو الخاصة بالشركات قدم بعض النصائح في مقال كتبه توماس سي هنتر لمجلة الاتصالات السمعية والرئية. أوضح برونر أنه عندما يكون هدف البرنامج ببساطة تقديم معلومات توضيحية يمكن أن يفي استخدام أسلوب الراوي بالعرض. ولكنه نصح باستخدام أسلوب الأعمال الدرامية "في الفيلم الذي يفترض أن يكون له تأثير درامي" ويجب أن يشعر الجمهور أن هناك أمرا مهما يحدث. ويجب أن يحصل البطل على جائزة في نهاية الصراع.

ورغم ذلك، حذر برونر من عدم ارتياح بعض الزبائن لاستخدام الأسلوب الدرامي "لأنه إن كان هنالك صراع فلن يكون كل شيء جميلاً وزاهياً". ويجب أن يتذكر الكاتب أن الزبون بطبعه يميل إلى المحافظة. وهذا الموقف المحافظ ينطبق على العناصر الفنية وعلى مضمون الفيلم في آن واحد. وحتى لو استخدمت طريقة إبداعية أخرى مختلفة بعض الشيء، فقد تعطي انطباعاً بأنك متردد وغير قادر على اتخاذ قرار حاسم. ويجب أن يستطيع الكاتب إقناع الزبون بأنه بدون استخدام العناصر الإبداعية الضرورية لجعل النص ممتعاً بالقدر الكافي لجذب الجمهور لمتابعته وسماعه، فقد يصبح البرنامج مملاً ورتيباً ولا يحقق أهداف الشركة. وعلى الرغم من ذلك حذر برونر من المبالاة باستخدام العناصر الفنية الإبداعية دون الاهتمام بالمضمون وأن يتجنب الكاتب استخدام المؤثرات الخاصة "والمواد الهزلية المرححة بكثرة".

إن أسلوب استخدام "معلق رئيسي" على الأحداث أو "السرد القصصي المباشر" في تشجيع المبيعات "نادراً ما ينجح في البرامج التدريبية الخاصة بالشركات، ويجب تجنبه تماماً في أكثر الحالات. فكيف يتسنى للكاتب إذن أن ينقل النظام أو المبدأ والأسلوب والإجراءات والأفكار التي تحقق تعليماً وتدريباً فعالاً وحقيقياً؟ تعتمد نصوص برامج التدريب الخاصة بالشركات على طريقتين رئيسيتين هما: إظهار الأسلوب الصحيح والأسلوب الخاطئ من جهة وعرض الخطوات التدريبية تدريجياً خطوة خطوة من جهة أخرى.

وباتباع طريقة إظهار الأسلوب الصحيح والأسلوب الخاطئ، تظهر إحدى الشخصيات وهي تستخدم النظام أو الماكينة بشكل خاطئ مع إظهار النتائج السيئة وغير المرضية لهذا العمل. ثم يلي ذلك ظهور شخصية أخرى وهي تقوم بنفس العمل بالشكل الصحيح. ويمكن إظهار العمل تدريجياً خطوة خطوة لتكون كل مرحلة من المراحل واضحة تماماً. على سبيل المثال، قد تتعاقب سلسلة من المطاعم المعروفة على إنتاج فيلم فيديو يعلم المستخدمين الجدد كيف يقدموا المشروب. فتظهر الشخصية المؤدية لدور المستخدم الجديد في أحد المشاهد فاشلة في أداء أي عمل إذ تدفع بسدادة القنينة إلى داخل القنينة وتضع قنينة الشراب الأحمر في إناء الثلج وتصب الشراب دون إظهار العلامة الدالة على نوعه وتعطي سدادة القنينة لشم رائحتها أو تسمح بتذوق المشروب أولاً وتملا الكأس حتى آخرها بالشراب وأخيراً

طبعا تسكب الشراب على غطاء المائدة وملابس الزبائن. ويعالج المشهد بأسلوب فكاهي يعقبه مشهد آخر يظهر كيفية تقديم الشراب بالأسلوب الصحيح. فتظهر المشاهد المتعاقبة الإجراءات الصحيحة والأخطاء الشائعة التي يجب تجنبها.

استخدام الأسلوب الفكاهي في العرض أسلوب مؤثر وفعال في معظم أنواع وصيغ نصوص البرامج المختلفة ولكن استخدامه في أفلام وبرامج الشركات فيه نوع من المجازفة. لقد وجد العديد من الكتاب أن البيانات الإدارية للشركات لا تقدر ولا تحب استخدام الحس الفكاهي في العمل إذ يبدو أنها تعتبره استخفافا أو إقلاقا من شأن منتوجها أو خدماتها. بالإضافة إلى ذلك فإن الكتابة الكوميديّة صعبة للغاية. ويعتقد الكثير من الكتاب أنهم كوميديون مسلون ولكنهم غالبا ما يهتمون بكتابة الكوميديا الخرقاء التافهة. ويقول منتجوا برامج الشركات انه نادرا ما ينجح الأسلوب الكوميدي الهزلي في نصوص برامج وأفلام الشركات.

الطريقة الرئيسية الثانية المتبعة لتحقيق تعلم فعال من خلال البرامج التدريبية هي إظهار خطوات العمل تدريجيا خطوة بخطوة. إذ يمكن أن يوضح الخبير أو مدير الدائرة أو رئيس وحدة الإنتاج مراحل تنفيذ عمل معين خطوة بخطوة. ويمكن تعزيز ذلك التوضيح والشرح باستخدام الحركة البطيئة واللقطات القريبة الكبيرة وتكرار المشاهد عدة مرات وتوجيه أسئلة أساسية وموضوعية حول الموضوع يعدها كاتب النص وتطرحها الشخصيات التي تؤدي أدوار العاملين المتدربين والمتعلمين في المشهد. عندما ينتهي الشرح والتوضيح، يمكن عندها أن يطلب من الشخص الذي يؤدي دور المتدرب أن يعيد خطوات العمل خطوة بخطوة.

إن التكرار والإعادة وزيادة التأكيد على الشرح والتوضيح مهم جدا. وعليك أن تخبر المشاهدين مرارا وتكرارا بما ستفعله وأعد ذلك قدر ما تستطيع ولخص ما شرحتة بعد كل مرحلة، ثم لخص كل ما قدمته من معلومات في نهاية البرنامج. ويجب تكرار العمليات المعقدة ببطء شديد لتوضيح كل جانب من جوانب الموضوع تماما. ومن الأمور التي تساعد في التوضيح هي التعليق الصوتي مع الإجراءات العملية المصورة لتنفيذ العمل واستخدام المؤثرات الصوتية والموسيقى والكلمات المكتوبة - بأحرف كبيرة عادة - والمخططات التوضيحية - على أن تكون واضحة ودقيقة وبالألوان إن أمكن ذلك.

ونظرا لكون نصوص البرامج الصناعية رسمية أكثر من البرامج الترفيهية، فيجدر الاهتمام عند كتابتها بتطبيق مبادئ أسلوب الكتابة المذكورة في الفصل الثالث. وفيما يلي بعض النقاط الأساسية والمهمة التي يجب مراعاتها عند كتابة نصوص البرامج الصناعية:

- 1- استعمل صيغة الكلام المباشر بدلا من صيغة الكلام غير المباشر كلما كان ذلك ممكنا. يميل الكثير من الكتاب إلى استخدام كلمة "يوجد" المبنية للمجهول بدلا من ذكر الحقائق وطرح الآراء بشكل مباشر، مثلا تكتب الجملة "يوجد أحد عشر فصلا في هذا الكتاب" بدلا من "هذا الكتاب يتضمن أحد عشر فصلا".
- 2- استخدم لغة بسيطة دارجة تتناسب مع مستوى الجمهور. إنك لا تكتب عملا أدبيا وإنما نصا لبرنامج سمعي ومرئي يقدم معلومات وشروحات مبسطة. ويجب أن يكون هنالك توافق وتناغم بين اللغة المستخدمة في النص وبين نوع البرنامج وموضوعه وتوجهاته، لتكن الجمل قصيرة خاصة عند شرح وتوضيح شيء ما. ولا تحاول طرح عدد كبير من الآراء والأفكار في فترة زمنية قصيرة. من السلبات الرئيسية للنصوص التي يكتبها مؤلفون جدد، الكم الهائل من المعلومات المطروحة يجعل من الصعب على الجمهور متابعة واستيعاب كل ما يقدم أو حتى تذكره على الأقل.
- 3- كن محددا وواضعا. يجب أن لا يكون لدى الجمهور أي شك فيما يقال أو يعرض من معلومات أو فيما يجب أن يتعلمه من خلال هذه البرامج. لا تفترض أن كل فرد من الجمهور يمكنه أن يفهم التعابير التقنية لمجرد إنهم مجموعة من العاملين في المصانع. حاول أن تشرح وتوضح كل التعابير التقنية. ومن جهة أخرى، يجب أن تكون على علم بالمصطلحات والكلمات التقنية المتخصصة المعروفة والشائعة لدى ذلك الجمهور لتستفيد منها في خلق حالة الترابط العاطفي بينك وبين الجمهور وكذلك لتستخدمها كبديل عن المصطلحات الرسمية المعقدة التي قد تحتاج إلى الكثير من التوضيح كلما كان ذلك ممكنا.
- 4- استخدم الكلمة المناسبة واكتبها بالشكل الصحيح تماما كما تكتب في

كل مجالات الكتابة الأخرى وفي جميع الأحوال، ولا تتردد باستخدام القاموس أو الموسوعة، وإن كنت تستخدم الكمبيوتر أو معالج الكلمات في عملك فإن معظم برامج الحاسوب الخاصة بالكتابة تتضمن موسوعات أو مدقق كلمات.

5- يجب أن تكون برامج التدريب مباشرة، فمثلا عندما تريد إرشاد الجمهور إلى كيفية استخدام نوع معين من المكائن، لا تجعل الشخص الذي يقوم بالشرح يقول "بعد ذلك، يجب أن تترك الآلة تعمل ومن ثم يجب أن تدورها بسرعة". وإنما دعه يقول ببساطة: "أترك الآلة تعمل ودورها بسرعة".

6- يجب أن تفكر وتكتب وتدقق المادة واضعا في اعتبارك ونسب عينيك أن هذا العمل سوف يصور ويعرض للمشاهدين وأكثر نصوص برامج الشركات التي تعد للتصوير إما على فيلم أو شريط فيديو أو على صور فوتوغرافية تعرض على الشاشة. وطريقة تفكير أكثر المؤلفين تميل إلى التأليف التعليمي كالمطبوعات لأنهم اعتادوا على هذا النوع من التعليم الذي يتم عن طريق الكتب الدراسية المنهجية.

7- لتكن كتاباتك أنيقة ومرتبعة لأن الترتيب مهم ولكي تعطي انطباعا جيدا عن المادة التي تكتبها. إذا لم يكن النص مرتبا ومتقنا فقد يعتقد الأشخاص المسؤولون عن تكليفك بالعمل أن عملك كله غير متقن وغير مرتب بشكل عام. فعالم الشركات والأعمال لا يحتمل تصرفات الفنانين البوهيمية.

التطبيق: التدريب الداخلي باستخدام الفيديو

Application: Video-Internal Training

لقد طلب من فرانك ر. كينغ عندما كان مخرجا لأفلام تدريب فيديو لصالح شركة جون هانكوك للتأمين المتبادل على الحياة أن ينتج برنامجا فيديو لاطلاع وكلاء الشركة المتوزعين في 430 منطقة مختلفة في طول البلاد وعرضها على نظام الكمبيوتر الجديد للشركة وفروعها ألا وهو نظام هانكوك للاتصالات عن بعد. يبدأ البرنامج بعقد اجتماعات طويلة جدا لتعريف الوكلاء بنظام هانكوك للحسابات

وفوائده. إن أهداف البرنامج هي: 1- بدء كل اجتماع محلي بتعزيز مشاعر الثقة لدى المتلقي. 2- إقناع المدراء بأنه إذا لم يستخدموا نظام الحاسوب الجديد فلن تستطيع الشركة جمع المال اللازم لنصب النظام. 3- توضيح الفوائد الشخصية التي سيوفرها النظام لكل مدير ووكيل.

لقد اختار كينغ صيغة درامية لكتابة النص لأن إمكانية استخدام الكوميديا في هذا النوع من صيغ الكتابة أسهل بكثير مما لو استخدمت صيغ أخرى كالأسلوب القصصي أو أسلوب الحوار والمناقشات. كان عليه أن يجذب الجمهور لمتابعة البرنامج في وقت مبكر من الصباح ويرغبه بالمتابعة وتقبل المادة المقدمة. لقد لخص كينغ الأهداف التعليمية المحددة أو الأهداف المعلوماتية بأربعة أهداف توضح وتخبر المدراء الأسباب الموجبة لاستخدام نظام هانتل وكيفية استخدامه وهذه الأهداف هي: 1- تدريب الوكلاء 2- تسهيل عمليات البيع 3- لخلق نظام أكثر فعالية وكفاءة لعروض البيع 4- لزيادة قدرة الأعمال والمعالجات الإدارية. ووضع عبارة "فائدة نظام هانتل" كعنوان للبرنامج. وبما أن كينغ يعمل منتجا وكاتبا في آن واحد فقد

استخدم بعض المواهب المحترفة للتمثيل لأداء الأدوار الأولى واختار عددا من موظفي شركة جون هانكوك لأداء الأدوار الثانوية.

وحين تقرا بإمعان النصف الأول من النص النهائي لبرنامج "فائدة نظام هانتل" الذي سنورده فيما يلي، لاحظ كيف تتضح فيه بعض التقنيات التي تناولناها سابقا ومن ضمنها طريقة إظهار الأسلوب الصحيح للأداء والأسلوب الخاطئ وذلك عن طريق المقارنة بين شركة تأمين خيالية ابتدعها الكاتب لا تستخدم الكمبيوتر في أعمالها وبين شركة جون هانكوك التي تستخدم نظام هانتل الحديث. يستخدم كينغ الأسلوب الدرامي على طول الخط مع التركيز على الحوار المشجع والمحفز بدلا من الشرح التوضيحي الذي يؤديه شخص واحد. ويبالغ الكاتب إلى حد كبير في هذه المقارنة بين الأسلوب القديم والأسلوب الحديث في العمل لإضفاء شي من المتعة والفكاهة على العمل.

فائدة نظام هانتل	
الصوت	الصورة
	إظهار اللافتة الخاصة بشركة جون هانكوك
	ظهور عنوان البرنامج الاستهلاكي تدريجياً "فائدة نظام هانتل" تعميم العنوان
صوت الراوي: (صوت الموسيقى أوطا) تقع أحداث قصتنا في مدينة صغيرة وكما في أي مدينة أمريكية أخرى، يوجد في هذه المدينة عددا من الشركات والأعمال ومن ضمنها شركتنا تأمين على الحياة	ظهور لقطة طويلة كاملة للمشهد، تصوير من الجو لمدينة صغيرة، تقرب صورة المدينة ببطء
يعتقد أغلب الناس الآن أن جميع شركات التأمين على الحياة تتشابه ما عدا وجود شخص واحد فقط يفهم الأمور بشكل أفضل من غيره ذلك هو بوب شيلدرز. يعمل شقيق بوب شخصيا كوكيل تأمين والآن قرر بوب أن يصبح وكيل تأمين أيضاً وأن يتعرف على أسلوب عمل شركتي التأمين الموجودتين في المدينة. (تقطع الموسيقى)	تبهيت الصورة وظهور مناظر خارجية لشركة "العصر القديم للتأمين" وشركة "جون هانكوك للتأمين" مع ظهور لافتتي الشركتين، لافتة الشركة الأولى قديمة وبالية، ولافتة شركة جون هانكوك نظيفة وحديثة.
	انتقال فوري تدور الكاميرا وتتابع شخصا يسير على قدميه ويدخل وسط جمع من الناس وهو يردد نغمة معينة ويرتدي ملابس راقية ويدل شخصه على أنه في نهاية العشرينات. إنه بوب شيلدرز.

	يدخل بوب إلى موقع شركة "العصر القديم للتأمين"
بوب: عفوا	تقترب الكاميرا من المشهد حيث تبدو استعلامات الشركة
أيتها الأنسة	وموظفة الاستعلامات نائمة في كرسياها.
مرحبا ... ١١ ٩	إنها تغط في نومها
	يحاول بوب إيقاظها ويرفع صوته أكثر وأكثر وأخيرا ينجح في إيقاظها بصيحة عالية.
موظفة الاستعلامات: (تستيقظ فجأة) نعم! ماذا؟ ماذا حدث؟ (تنظر حولها بقلق) (تري بوب فتسأله منزعجة:) أنت؟ ماذا تريد؟	
بوب: أرجو معذرتك، أنسة. اسمي بوب شيلدز، و ... موظفة الاستعلامات: (مقاطعة) حسنا، بوب شيلدز، هل من عادتلك الصراخ في وجه الناس هكذا دائما؟ ألا تري أنه مكان عمل؟	
	بوب يلقي نظره من ورائها إلى قاعة عمل الموظفين، فيشاهد عددا من الموظفين النائمين في مقاعدهم.
بوب: أنا حقا آسف جدا: لدي موعد مع السيد هندتيرغ عند الساعة العاشرة. موظفة الاستعلامات: حسنا، استرح هناك وسيقابلك السيد هندتيرغ بعد قليل.	
	يجلس بوب في المكان المخصص للانتظار. يتلفت حوله باحثا عن شيء

	يقراء. يجد نسخة من مجلة "الحرية" أو مجلة قديمة أخرى يعود تاريخها إلى الحرب العالمية الثانية. يبدأ القراءة تدخل امرأة ضعيفة البنية في حوالي الأربعين من عمرها وتذهب إلى وظيفة الاستعلامات وأخذ بوب بمراقبة المشهد
موظفة الاستعلامات: (بصوت أجش) نعم! المرأة: (تتردد قليلا) نعم.. كيف حالك؟ أتساءل فيما إذا كان بإمكانك أحدكم أن يساعدني؟ موظفة الاستعلامات: ربما يمكن ذلك. ما هي مشكلتك، عزيزتي؟ المرأة: حسنا، لقد انتقلنا أنا وزوجي من ولاية مينيسوتا إلى هنا قبل أسابيع قليلة. وقد كانت تكاليف الانتقال أكثر مما توقعناه بقليل ونأمل أن يكون بإمكاننا الحصول على القليل من المال من بوليصة تأمين قديمة اشتراها زوجي عام 1979؟ موظفة الاستعلامات: حسنا، ليس الأمر بهذه السهولة كما تعلمين. لا يمكن أن نفعل ذلك هنا يجب أولا أن تملئي استمارات تغيير العنوان هذه (تضع رزمة من الأوراق على المنضدة) ثم تتجزي استمارات "تحديد قيمة الأرباح المتراكمة" (رزمة أخرى من الأوراق). وبعد ذلك، توجد هذه الاستثمارات	

تقديم بيان عن الوضع المالي المتوقع خلال الخمس والثلاثين سنة القادمة (وقدمت لها المزيد من الأوراق) وإذا زاد المبلغ الذي تطلبينه عن 15 دولار فيجب أن تأخذ بصمات أصابعك، ومعلومات عن جواز سفرك وسجلك لدى الشرطة والمدرسة الثانوية على هذه الاستمارات (وقدمت لها الرزمة الأخيرة من الأوراق)	من الجانب الذي تجلس فيه موظفة الاستعلامات: لم يعد يظهر من المرأة سوى أعلى رأسها بسبب تكديس رزم الأوراق الهائلة التي تكديسها أمامها.
المرأة: شكرا لك. متى سيمكنني الحصول على النقود؟ موظفة الاستعلامات: ربما في شهر تشرين الثاني. تقديم الصورة واختفاؤها. (موسيقى تصويرية)	عندما حاولت المرأة جاهدة أن تأخذ الأوراق من فوق المنضدة، سقط الكثير منها وتبعثر الأرض.
	العنوان: ذلك اليوم بعد الظهر مشهد جديد: بوب يدخل مكتب شركة جون هانكوك وينهب إلى موظفة الاستعلامات المكتب نظيف ومرتب وزاهي وموظفة الاستعلامات شابة جذابة.
(توقف الموسيقى) موظفة الاستعلامات: أهلا وسهلا. ما الخدمة التي يمكن أن أقدمها لك بوب: نعم، أشكرك. اسمي بوب شيلدز. لدي موعد مع السيد ديفس عند الساعة الثانية. موظفة الاستعلامات: أجل بالتأكيد السيد شيلدز، السيد ديفس ينتظرك. لو تفضلت بالجلوس قليلا ريثما أعلمه بوصولك.	

	يجلس بوب ويلاحظ وجود ملاحظة صغيرة على الحائط تقول: أسألنا عن فائدة نظام هانتل تدخل المكتب نفس المرأة وتذهب إلى موظفة الاستعلامات. يبدو عليها الإرهاق مما لاقته ذلك الصباح من متاعب.
موظفة الاستعلامات: نعم سيدتي. كيف يمكنني أن أخدمك؟ المرأة: أمل أن تستطيعي مساعدتي. إن الأمر يتعلق بوثيقة تأمين حصل عليها زوجي من شركة جون هانكوك للتأمين. أود أن أحصل على قرض من خلال هذه الوثيقة ... إن لم يكن طلبتي متجاوزا للحدود؟ موظفة الاستعلامات: أنا متأكدة من إمكانية مساعدتك. دعيني احضر أحد مندوبينا ليتولى أمرك.	
ديفس: السيد شيلدز؟ شيلدز: نعم. ديفس: أنا هيرب ديفس. إنني سعيد لتمكّتك من الحضور اليوم. شيلدز: يسعدني لقاءك، سيد ديفس. انني ممتن لك لتخصيصك بعض الوقت لي. ديفس: إنها سعادة لي. شيلدز: لدي الكثير من الأسئلة - ولكن قبل كل شيء، أخبرني - ما المقصود بهذا (مشيراً إلى الملاحظة)	يدخل السيد ديفس غرفة الانتظار ويسير نحو السيد بوب.

فائدة نظام هانتل؟ ديفس: حسنا ، قبل أن نتحدث عن اختبار الجدارة الذي تجريه أو أي شيء آخر - هذا مدخل جيد للحديث ، لأن نظام هانتل أصبح أساس ومجور عمل وكالتنا. لو تفضلت معي ، اعتقد أن بإمكانني أن أوضح لك ما هو نظام هانتل.	
	يدخل بوب وديفس إلى غرفة أحد مندوبي الشركة ويجد أن المرأة جالسة مع الوكيل.
مندوب الشركة: سيدة بنفهام ، هل تعرفين رقم الوثيقة؟ المرأة: كلا ، وأخشى إنني لا اعرفه - ولكن أعتقد أن لدي آخر قائمة أرسلتها شركة جون هانكوك ، هل تفيدك بشي؟ (تبحث في محفظتها) مندوب الشركة: نعم ، سأحصل منها على ما أريده. المرأة: (تعطي القائمة للوكيل) مندوب الشركة: (يكتب رقم الوثيقة) حسنا ، أول شي يجب أن نفعله الآن هو التأكد من تسجيل العنوان الجديد. المرأة: أجل ، نعم. العنوان الجديد هو 506 شارع وايتمان. مندوب الشركة: جيد (يكتب): أرجو أن تنتظريني هنا لبرهة من الوقت فقط وسأعود حالا.	

	يخرج مندوب الشركة في الوقت الذي يراقبه كل من ديفس وبوب.
ديفس: انظر بوب، يقوم نظام هانتل بالاتصالات وتبادل المعلومات عن بعد لشركة هانكوك. في هذا المكتب بالضبط، لدينا اتصال مباشر مع نظام الحاسوب الموجود في مكتبتنا الرئيسي في المدينة بوسطن. إنه حقاً أسلوب جديد تماماً في إنجاز المعاملات في مجال التأمين.	
ديفس: (صوته فقط): على سبيل المثال، بوب، يستطيع مندوبنا استخدام نظام هانتل أن يحصلوا على قدر كبير من المعلومات التي تضمها ملايين وثائق التأمين الخاصة بشركة جون هانكوك بأقصى سرعة. نستطيع الآن أن ننجز الكثير من الأعمال في ثواني معدودة بعد أن كانت في السابق تستغرق أياماً بسبب انتظار وصول المعلومات عن طريق البريد. ونستطيع أن تجري التغييرات الضرورية في المعلومات التي تتضمنها الوثيقة. ونستطيع كذلك أن نقدر آخر سعر وصلت إليه قيمة وثيقة التأمين الآن.	يصل المندوب إلى شبك قاعة الموظفين. يسلم طلبه والمعلومات إلى الشخص المختص بالعمل على نظام هانتل الذي يقوم بتغيير العنوان السابق إلى العنوان الجديد: 506 شارع وايتمان. يستحضر صحيفة تقييم الوثائق ويسجل القيمة النقدية للوثيقة وقيمة الأرباح المتراكمة ويقدمها لمدير الشركة. لقطعة قريبة لقيام مدير الشركة بكتابة الصك.
ديفس: الآلات مفيدة جداً وشيء رائع ولكن أفضل خدمة حصل عليها زبائننا هو نظام هانتل وفوائده العظيمة - إنه يسهل عمل الوكلاء ويساعدهم في عمليات البيع.	

مندوب الشركة: حسنا، سيدة بنغهام، هذه هي النقود التي طلبتها (يسلمها صكا بالمبلغ). لقد اقتطعناها من أرباحك. وما زال لديك الكثير لتدخره. المرأة: أبهذه السرعة؟ هذا شيء رائع! أشكرك الشكر الجزيل. مندوب الشركة: لا شكر على واجب. يسعدنا أن نخدمكم. وما دمت هنا سيدة بنغهام، ماذا عن بيتك الجديد. هل اتخذت أنت أو زوجك أية خطوات لدعم الرهن؟ المرأة: كلا، لا أعتقد أننا فعلنا أي شيء إزاء ذلك. مندوب الشركة: أكبر استثمار فردي يقوم به أغلب الناس هو استثمار المنزل. ألا تتفقين معي؟ المرأة: نعم، بالتأكيد.	ديفيس وبوب في مكتب مندوب الشركة الذي يعود إلى مكتبه.
مندوب الشركة: (صوته فقط) بيتك مهم بالنسبة لك ولزوجتك. أرجو أن يتسنى لي الوقت لا تحدث إليكما سوى للتأكد من احتفاظكما بحقكما بطلب تنفيذ عقد ضمن المدة المحددة وحقكما باختيار طريقة دفع الأموال المستحقة بموجب سند التأمين.	لقطة قريبة لبوب على وجهه علامات الإعجاب والتقدير لما يراه.
(تعيم الصورة) الانتقال إلى: (مشهد سريع الحركة) هندبرغ: شيلدز؟	غرفة الانتظار في شركة "العصر القديم للتأمين" بوب يقرأ مجلة. يدخل هندبرغ في حوالي الخامسة والأربعين من عمره، قصير، بدين يدخل

بوب: أجل - نعم هندبرغ: اسمي هاري هندبرغ - التامين لعبتي ! كيف حالك ! بوب: في أحسن حال، شكرا هندبرغ: (يضرب بوب على ظهره مما يجعله يترنح) عظيم، يسعدني سماع ذلك ! تريد أن تعمل مندوبا لشركة، أليس كذلك ! بوب: حسنا، أود أن أعمل مندوبا نعم، ولكن لم أقرر بعد لحد الآن الشركة التي سوف أعمل بها. هندبرغ: (ينفخ دخان السكائر في وجه بوب وهو يتحدث) آه، تريد أن تجري مقارنة، أليس كذلك؟ هذا ذكاء منك. احب أسلوبك هذا. بوب: (يسعل) شكرا. من أين تحب أن تبدأ؟ هندبرغ: حسنا (يفكر وفجأة يمسك بكتف بوب مما يجعله يجفل) تعال معي. لقد حصلنا على آخر المبتكرات في مجال الاتصالات يمكن أن تعتبره من المبتكرات الفنية، أنت تعلم ما الذي أقصده؟ جوزفين ! أيمكنك إرسال المعاملة التي أعطيتك إياها الآن إلى مركز الشركة الرئيسية؟ جوزفين: بالتأكيد سيد هندبرغ.	السيكار ويرتدي ملابس كلاسيكية محافظة حيث يرتدي الحزام وحمالات السراويل، ويسرح شعره على الطريقة القديمة بفرقه من الوسط وتسريحه للخلف. أما شاربه فيشبه الطراز الشائع في أواخر القرن التاسع عشر الذي يشبه مقود الدراجة. تأخذ جوزفين المعاملة من على مكتبها وتطويها على شكل مربع صغير ثم تفتح جرارا في أسفل مكتبها وتخرج حمالة من الحمام المستعمل لنقل الرسائل وتربط الرسالة في قدمها وتطلقها من النافذة.
---	--

هندبرغ (مخاطبا بوب): شركتنا لا
تستخدم غير أسرع أنواع الطيور.
بوب: أوه، وأين يقع مركز الشركة
الرئيسية؟
هندبرغ: في أوتاها.
بوب: وكم يستغرق وصول الرد
إليكم؟
هندبرغ: يستغرق عادة شهران، ولكن
هذا الموسم هو موسم الإخصاب لدى
الطيور ولذلك ربما يستغرق وقتا أطول.
انتقال المشهد إلى: أنت تعلم بأننا نحاول
تنظيم مكتبنا لكي نحقق شيئين:
مساعدة مندوبينا على بيع وثائق التأمين
 وإنجاز معاملات زبائننا بأسرع والطف
طريقة ممكنة. صدقتي لقد جعل نظام
هانتل تحقيق هذه الأمور أسهل بكثير
- مثل الاتصال بالشركة الرئيسية
بسرعة. كنا في السابق إما ننتظر
وصول البريد إلى بوسطن وعودته أو
نحاول الاتصال بالهاتف. أما الآن - انظر
... (مخاطبا المسؤول عن نظام هانتل)
كاتي، أيمكنك إرسال هذه الرسالة،
رجاء؟ (يأخذ الرسالة من حافظة الأوراق
ويسلمها إياها)

غرفة الموظفين في شركة جون
هانكوك بوب وديفس يتحدثان. ديفس
يمسك بيده حافظة أوراق.

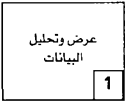
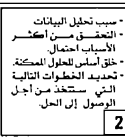
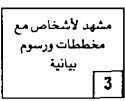
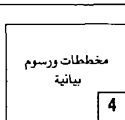
مشغلة الحاسوب: ترسل رسالة: (لقطة
قريبة لنظام هانتل) إلى قسم التسويق
والثقيف، رجاء أرسلوا خمس نسخ
مما يلي: "كيفية المباشرة بالعمل" و
"تعليمات العمل" تحتاجها في الرابع

	والمشترين من هذا الشهر. نرجو أن ترسلوا الرد
(صوت ديفس فقط) يمكن القول أننا نمتلك نظاما برقيا خاصا بنا بوجود واستخدام نظام هانتل ولكنه أقل تكلفة. يمكننا الاتصال حتى بفروع شركة هانكوك المنتشرة في طول البلاد وعرضها. (توقف) هذا هو الرد لقد سمعوني في بوسطن ! إنه لأمر مضحك - يصعب القضاء على العادات القديمة. مازلت أرغب في أن احتفظ بنسخة من رسائلي. رجاء كاتي إذا لم يكن لديك مانع، اعطني نسخة	بوب وديفس
	مشغلة الحاسوب تسلمه نسخة مطبوعة من رسالته
إن سارت الأمور طبيعية كالعادة فسأحصل على رد لرسالتي هذه في وقت متأخر من هذا اليوم أو غدا صباحا. بوب: هذا فعلا شيء مميز!	ديفس يمزق الرسالة
	(في نهاية البرنامج يتم شرح وتوضيح طريقة عمل نظام هانتل فيما يتعلق بعمليات وإجراءات التأمين بشكل خاص)

التطبيق: التدريب الداخلي باستخدام الصور الفوتوغرافية (السلايدات) والتعليق الصوتي Application: Slides and Audio-Internal Training

على الرغم من عدم استخدام الصور الفوتوغرافية (السلايدات) في الوقت الحاضر في الكتابة والإنتاج للتلفزيون بعد تطور الطرق الآلية لكتابة الحروف على الشاشة في خلفية الصورة والطرق الحديثة الأخرى المشابهة، إلا الصور الفوتوغرافية ظلت وسيلة من الوسائل الأساسية المستخدمة في برامج التدريب والتعليم لعدة أسباب: أولاً أن إنتاج البرامج باستخدام الصور الفوتوغرافية يكون أرخص من إنتاجها باستخدام الأفلام. والسبب الثاني هو أن استخدام الصور المتحركة في مراحل معينة من مراحل التعليم لا يكون ضرورياً بل إن الصور الثابتة تكون أكثر فعالية. ويوضح النص التالي الذي يتضمن صوراً فوتوغرافية مع أنواع تعليق صوتي عن طريقة تحقيق ذلك باستخدام حكاية يرويها الراوي. وهدف البرنامج هو تعليم المستخدمين سبب وكيفية استخدام المخططات والرسوم البيانية - التي تعتبر هي أيضاً نوعاً من الصور الثابتة - في إعطاء المعلومات مناسباً جداً في هذه الحالة بشكل خاص.

لقد صيغ النص الذي سنورده لاحقاً وهو "عرض وتحليل البيانات" الذي كتبه برانديت لتستخدمه أنظمة افكو للتدريب الصناعي على غرار صياغة النصوص الاعتيادية حيث تكون المعلومات المرتبة إلى اليسار والمسموعة إلى اليمين. ويتضمن النص التالي أيضاً "خطة التعليم" أو ما يسمى بأهداف الوحدة التعليمية حيث يوضح درجة التعلم. حلل النص التالي قياساً على هذه الدرجات مع ملاحظة وحدات قياس التعلم فيما يتعلق بعرض المادة والتأكيد على المعلومات بواسطة الإعادة والتكرار والتبسيط والوضوح. ما هي العناصر التي تعتبرها العامل المحفز للمتعلم على تعلم المادة المقدمة؟

البرنامج عرض البيانات			
الصفحة الأولى			
الوقت	الصورة	التعليق الصوتي	هدف الوحدة التعليمية
0.00		موسيقى في الخلفية الراوي ستتعلم في هذا الدرس سبب قيامنا بتحليل البيانات وكيفية استخدام المخططات والرسوم البيانية.	توجيه وتهية المتعلم
0.17		إننا نقوم بتحليل البيانات للتحقق من أكثر الأسباب احتمالاً وخلق أساس أو قاعدة للحلول الممكنة التي قد تظهر بشكل مفاجئ. ولتحديد الخطوات القادمة التي ستعتمد للوصول إلى الحل.	
0.30		تساعد المخططات والرسوم البيانية على إظهار البيانات بشكل فعال وإيصال ما تريد إيصاله من معلومات بوضوح. ولكن يجب أن تفهم أولاً سبب استخدامنا للمخططات والرسوم البيانية.	
0.41		تبين المخططات والرسوم البيانية المعلومات لكي يكون تحليلك للبيانات والاستنتاجات التي تتوصل إليها نتيجة للتحليل أسهل. يحصل في بعض الحالات عدم ملاحظة البيانات التي تتضمن معلومات مهمة أن لم تعرض بشكل صحيح.	طرح الفكرة وعرضها

0.55	مشهد لعرض دائري مع مخططات ورسوم بيانية 5	تعتبر المخططات والرسوم البيانية مفيدة أيضاً لأنها تسهل عملية نقل المعلومة بشكل سريع وواضح. المشكلة العامة التي تواجهنا عند عرض البيانات هي أن الجمهور لا يستطيع فهم المعلومات المقدمة بسهولة ولذلك قد يغير البرنامج. فعندما تستخدم المخططات والرسوم بشكل صحيح تحتفي هذه المشكلة.	
------	--	---	--

البرنامج عرض البيانات			
الصفحة الثانية			
الوقت	الصورة	التعليق الصوتي	هدف الوحدة التعليمية
1.13	مشهد لأشخاص يتابعون العرض 6	إذا لم يستطيع الجمهور فهم المعلومات التي تقدمها لدعم خطتك أو توصياتك فلن يكونوا عادلين في تقييمهم لها.	
1.23	الخط 7	أنواع المخططات والرسوم البيانية الثلاثة الأكثر شيوعاً هي: الخط مثل الرسوم البيانية المنظمة.	
1.30	المستطيلات 8	المستطيلات مثل الرسم البياني التسيجي الذي يتألف من سلسلة من المستطيلات.	

1.35	الدائرة 9	الرسوم البيانية الدائرية	
1.38	رسوم وأشكال بيانية 10	سيستخدم اتخاذ القرار حول نوع المخطط أو الرسم البياني الذي ستستخدمه على مدى وضوح وسهولة وفعالية عرضه لبياناتك وكذلك يجب أن تأخذ بنظر الاعتبار مدى قدرته على مساعدة المتعلمين على فهم أهمية البيانات التي تجمعها.	
1.46	القواعد الأساسية الرئيسية لرسم المخططات والرسوم 11	سيحتاج عليك أن تتعلم كيف ترسم أنواع المخططات والرسوم البيانية المختلفة ، وعلى أية حال هنالك بعض القواعد الأساسية التي يمكن أن تساعد في رسمها.	توفير خوافز خارجية
1.55	يجب أن يكون المخطط كبيراً لكي يمكن مشاهدته بوضوح 13	القاعدة الأولى: ليكن الرسم كبيراً بحيث يمكن للجمهور مشاهدته بسهولة لأنهم إن لم يتمكنوا من مشاهدة المخطط أو الرسم البياني بوضوح لن يستطيعوا فهمه.	توفير خوافز خارجية (دليل المتعلم)

البرنامج عرض البيانات			
الصفحة الثالثة			
الوقت	الصورة	التعليق الصوتي	هدف الوحدة التعليمية
2.06	أن تكون قراءته سهلة 13	القاعدة الثانية: ليكن الخط واضحاً لتسهيل قراءته. استخدم خطوطاً غامقة وعريضة وحسوراً واضحة وشرحاً بسيطاً. يجب أن يكون الجمهور قادراً على قراءة وفهم البيانات بسرعة وسهولة.	
2.16	أن يعبر عن نفسه ذاتياً دون شرح 14	القاعدة الثالثة: أن يعبر المخطط أو الرسم البياني عن نفسه ذاتياً دون الحاجة إلى شرح فليس هنالك شيء أكثر إرباطاً للمتعلم من مشاهدة شيء لا يمكنه فهمه أو معرفة كنهه.	
2.21	توضيح الرسوم استخدام أقل قدر من الكلمات 15	القاعدة الرابعة: استخدم أقل قدر ممكن من الكلمات. كلما كان الكلام والشرح أقل كلما كان ذلك أفضل.	
2.37	وصف دقيق 16	القاعدة الخامسة: حاول أن تستخدم وصفاً دقيقاً بسيطاً لتوضح وتعرف الرموز الموجودة في المخطط وتطلع جمهورك على مصدر معلوماتك وتاريخ تسجيلها. ويجب أن تضع عنواناً واضحاً للمخطط أو الرسم البياني. لا تدع الجمهور يخمن الموضوع.	

2.47	الموضوع: الراديو في مواقع العمل البيانات المناسبة 17	القاعدة السادسة: يجب أن تكون متأكدا من صلاحية بياناتك وملاءمتها للموضوع الذي تطرحه. فإن عرضك لبيانات لا علاقة لها بالموضوع لن تفيد بشيء سوى تشويش فكر المتعلمين.
------	--	--

البرنامج عرض البيانات

الصفحة الرابعة

الوقت	الصورة	التعليق الصوتي	هدف الوحدة التعليمية
3.08	تكرار الصورة رقم 10 18	الملاحظة الأخيرة التي يجب الالتزام بها عند إعداد أي نوع من أنواع المخططات والرسوم البيانية. احذر من تشتيت فكر المتعلمين وتضليلهم، قد يسبب حجم وشكل مخططاتك ورسومك البيانية سوء فهم عند المتلقي. تقدم هذه المخططات الثلاثة نفس المعلومات ولكن كل واحدة منها تترك تأثيرا مختلفا.	
3.21	تكرار الصورة رقم 2 19	إننا نحلل البيانات للتحقق من أكثر الأسباب احتمالا. وخلق أساس أو قاعدة للحلول الممكنة التي قد تظهر بشكل مفاجئ. ولتحديد الخطوات القادمة التي ستخذ من أجل الوصول إلى الحل.	تكرار لتعيد مرة أخرى.

3.28	تكرار الصورة رقم 3 20	تعرض المخططات والرسوم البيانية البيانات ليسهل تحليلها والحصول على الاستنتاجات منها.	
3.36	تكرار الصورة رقم 6 21	تستخدم المخططات والرسوم البيانية كذلك لتقديم المعلومات للمتلقي لكي يستطيع فهمها بسرعة وسهولة.	
3.42	تكرار الصورة رقم 7 22	أنواع المخططات والرسوم البيانية الثلاثة الأكثر استخداما هي: الخط مثل الرسوم البيانية المنظمة.	
3.47	تكرار الصورة رقم 8 23	المستطيلات مثل الرسم البياني النسيجي الذي يتألف من سلسلة من المستطيلات.	

البرنامج عرض البيانات الصفحة الخامسة			
الوقت	الصورة	التعليق الصوتي	هدف الوحدة التعليمية
3.51	تكرار الصورة رقم 9 24	الرسوم البيانية الدائرية.	

3.56	تكرار الصورة رقم 10 25	هذه هي مزايا المخطط أو الرسم البياني الجيد: أن يكون كبيراً بحيث يمكن مشاهدته.	تقديم نموذج للأداء المتوقع
4.01	تكرار الصورة رقم 13 26	أن تكون قراءته سهلة.	
4.05	تكرار الصورة رقم 14 27	أن يكون الرسم واضحاً لا يحتاج إلى شرح.	
4.09	تكرار الصورة رقم 15 28	استخدام أقل ما يمكن من الكلمات.	
4.13	تكرار الصورة رقم 16 29	استخدام وصف بسيط ودقيق لتوضيح الرموز.	
4.18	تكرار الصورة رقم 17 30	تقديم المعلومات المناسبة والتي لا تضلل الجمهور وتشتت فكره. صوت الموسيقى أو طما من التعليق.	
4.38	مشهد لدائرة تتضمن مخططات ورسوم بيانية 30	تسهل تقنيات عرض البيانات الجيدة تحليل بياناتك وتساعدك في تقديم تقرير دقيق وواضح وفعال للإدارة.	تقدير المكتسبات
5.08		يرتفع صوت الموسيقى حتى ينتهي العرض.	

التطبيق: أفلام عن بعض الاختصاصات المهنية

Application: Video and Film-External Professional

لقد صمم النص التالي الذي كتبه رالف دي يونغ ليحقق غرضين، الأول هو اطلاع وتعليم اختصاصي الأشعة الصدرية والأوعية الدموية بالابتكار الطبي الجديد والثاني الإعلان عن هذا الابتكار. ولم يكن الغرض منه تدريب موظفي الشركة المصنعة لهذا الإنتاج الجديد ولا عرضه على عامة المشاهدين. ومن الواضح أن دي يونغ قد أجرى أبحاثا كثيرة وحصل على المساعدة من العديد من الخبراء توخيا للدقة في تناول مثل هذا الموضوع المتخصص الدقيق. ويميل العديد من المؤلفين الذين يتناولون مثل هذه المواضيع الموجهة إلى مجموعة معينة من المشاهدين إلى استخدام الطريقة المباشرة في عرض الموضوع. لقد جعل دي يونغ البرنامج أكثر إمتاعا وجذبا للمشاهدين باستخدامه عناصر برامج الحوار والمناقشات والمقابلات والبرامج الخاصة والبرامج الدرامية كلها في كتابة نص هذا البرنامج.

ما هي عناصر التشابه والاختلاف في أسلوب كتابة هذا النص ونصي جون هانكوك وأنظمة افكرو؟ صرح الكاتب المنتج دي يونغ مرة قائلا، "كانت لدي فكرة أن أدخل فقرة مدتها ثلاث دقائق بحيث يمكن حذفها كليا ووضعها في فيلم مترابط يمكن عرضه على شاشة في صالة عرض اعتيادية".

هل تجد أن هذا الفيلم متكامل بحد ذاته؟ هل يحافظ على سيناريو النص الأصلي؟ على الرغم من أن هذا النص لم يعد لمخزن بيع مواد بالتجزئة ولكنه يؤدي نفس الخدمة التي تؤديها البرامج التي تهدف إلى إقناع المشتريين بالاطلاع على البضاعة في حوانيت البيع التقليدية المتخصصة وطلب شرائها.

تطبيق طريقة البالون المصغر في معالجة انسداد الأنف	الصوت
الصورة	
فقرة تدخل ضمن البرنامج لجذب انتباه الجمهور وإمتاعه. مختبرات القسطرة والأشعة الصدرية: مستشفى جونز هوبكنز في بالتيمور.	
لقطة عامة: أشخاص يدخلون ويخرجون من باب مزدوج. مرضى يدفعون على عربات إلى داخل أو إلى خارج المختبرات. ويوضع مصعد في منتصف المكان. تفتح أبواب المصعد ويخرج العديد من الأشخاص بينهم رجل وامرأة (يدخل أحد المرضى والذي يريد إجراء عملية دوالي الحبل المنوي باستخدام طريقة البالون المصغر) يخطو الرجل والمرأة عدة خطوات ليصبحوا بمواجهة دكتور روبرت وايت الذي دخل المشهد من خلف الكاميرا من جهة اليسار وهو يرتدي رداء الجراحين الأبيض ويلق كمامة الفم في رقبته. انه في طريقه إلى مختبر القسطرة. المريض والمرأة يبتعدون ويختفون من أمام الكاميرا. دكتور وايت يتجه نحو مختبرات القسطرة والكاميرا تتبعه وهو يمر عبر مدخل قسم المختبرات. ينضم دكتور وايت إلى عدد من الأطباء الممارسين الآخرين الذين يتفحصون عددا من صور الأشعة. التي تبين وجود تشوهات	(مؤثرات صوتية: أصوات في كل أرجاء المكان) (مؤثرات صوتية: دكتور وايت، والمريض والمرأة يتبادلون التحايا وبعض الكلمات. دكتور وايت يسأل المريض عن حالته، ويخبره بأنه سيراه بعد قليل).

في تجاويف الشرايين والأوردة الرئوية أو حالات مرضية أخرى يمكن معالجتها باستخدام طريقة البالون المصغر. تقترب الكاميرا ببطء من مجموعة الأطباء.	(مؤثرات صوتية: يسمع الحوار الذي يجري بين مجموعة من الأطباء للحظات قصيرة حيث يناقشون مشكلة طبية تظهر في الأشعة ثم يخفت الصوت عندما يبدأ المعلق بالحديث.
تستمر الكاميرا بالاقتراب (Zoon- in) مركزة على صورة الأشعة التي تبين على ضوء المصباح وجود تشوهات في تجاويف الشرايين والأوردة الرئوية. تبدأ سلسلة من اللقطات للحالات المرضية المشخصة في الأشعة بما يتماشى مع صوت المعلق.	المعلق: (صوت فقط بلا صورة) هؤلاء الأطباء المختصون بالأشعة يناقشون تقنية حديثة لعلاج انسداد الأوعية الدموية دون تدخل جراحي - ويمكن إجراء هذه العملية باستخدام التخدير الموضعي - وبشكل عام يكون الخطر الذي يتعرض له المريض باستخدام هذه الطريقة أقل من الخطر الذي قد يتعرض له عند حقنه بالعقاقير الخاصة بانسداد الأوعية الدموية. هذه التقنية على وشك تطبيقها على هذا المريض ويمكن استخدامها أيضا كعلاج بديل لحالات مرضية أخرى في الأوعية الدموية المنتشرة في أجزاء أخرى من الجسم.
تشوهات في الشريان السباتي.	تشوهات في الشريان السباتي ...
تشوهات في الشريان الرئوي الشعبي.	تشوهات في الشريان الرئوي الشعبي ...
النزف الدموي.	النزف الدموي ...
تعدد الأوعية الدموية الكلوية.	تعدد الأوعية الدموية الكلوية ...
دوالي الحبل المنوي.	دوالي الحبل المنوي ...

تظهر حالتين أو ثلاث حالات أخرى يمكن علاجها بطريقة البالون المصفر مثل: ورم الأوعية الدموية التي تقع في الرأس والرقبة، الشريان الكبيدي الفرعي وتمدد الأوعية الدموية الفرعية غير الرئيسية والعمليات الجراحية الميدانية. يجب أن تكون اللقطات محكمة وطويلة بالقدر الكافي ليستطيع الشخص الذي لديه خبرة قليلة من تشخيص المشكلة. يمكن الاستفادة من صور الأشعة التشخيصية الأخيرة كأساس ثابت يمكن تحويله إلى فيلم سينمائي متحرك يبين سير عملية البالون المصفر أثناء إجراءاتها حيث يتم حقن نوع من الصيغة مما يؤدي إلى ظهور عملية القسطرة باستخدام البالون على الشاشة - لتحديد الموقع.	وحالات أخرى (لا تعليق) (مؤثرات صوتية: ارتفاع صوت الموسيقى ثم خفوتها لتصبح أوطأ من صوت المعلق)
(بداية الجزء الرئيسي من الفيلم) يستمر عرض الفيلم: يمكن مشاهدة البالون المصفر وهو يعكس ويثبت في مكانه وينفخ ويفصل في الوقت الذي يبدأ	المعلق (صوته فقط) ما تشاهدونه الآن هو علاج انسداد الأوعية الدموية باستخدام البالون - وهي تقنية معتمدة لعلاج انسداد الأوعية الدموية. وتركز العملية التي ترونها على استخدام طريقة البالون القابل للفصل - ويمكن بهذه الطريقة السيطرة على البالون وتوجيهه وإمكانية عكس اتجاهه ووضعها في مكان الانسداد المطلوب بكل دقة

فيه ظهور عنوان البرنامج بالتدريج.
العنوان الرئيسي

طريقة البالون المصغر في علاج انسداد
الأوعية الدموية يقدمه بكتن ديكنسون
وشركاه يستمر عرض الفيلم لفترة قصيرة
بعد ظهور العناوين ثم تبث الصورة لتظهر
لقطة ارتجاعية بزاوية معتدلة الاتساع
ومرتفعة قليلا ليظهر الفيلم السابق
معروضا على شاشة المعارضة المحمولة. (في
مكتبة الأشعة) يظهر أخصائيو الأشعة
وهم جالسون أمام المعارضة وينظرون إلى
الشاشة. تستمر اللقطة الارتجاعية ليظهر
أخصائي الأشعة مع المعلق في المكتبة.

أثناء تراجع الكاميرا إلى الوراء يظهر
المعلق وفي يده جريدة طبية وهو يسير ما بين
رفوف المكتبة والمعارضة المحمولة وينظر
إلى الشاشة ثم يتحدث في مواجهة
الكاميرا (يرتدي المعلق ملابس اعتيادية:
سترة من قماش التويد وربطة عنق)

(مؤثرات صوتية: تعميم شامل ليظهر
مشهد كامل لمكتبة الأشعة)

المعلق (أمام الكاميرا)

حتى العقد الثالث من القرن العشرين
لم تكن هناك تقنية لعلاج الانسدادات
الحاصلة في الأوعية الدموية سوى
بإجراء عملية جراحية لقطع الجزء
الذي يقع فيه الانسداد وربط الأوعية
الدموية مع بعضها، في عام 1930، تم
زرع جزء صغير جدا من نسيج عضلي
عن طريق الجلد لعلاج الحالات غير
طبيعية، في الشريان السباتي.

لقطة متوسطة

لقطة متوسطة القرب

	بينما كانت هذه العمليات تجري بنجاح، لم يسهل التقدم الحاصل في التقنيات الطبية إجراء الدراسات والأبحاث المعمقة حول تقنيات علاج انسدادات الأوعية الدموية عبر تلك الأوعية.
تتابع الكاميرا انتقال المعلق إلى منضدة المكتبة.	منذ ذلك الحين، جرت عمليات إدخال مواد دقيقة جداً أو وسائل ميكانيكية بالغة الدقة - عن طريق القسطرة - لإزالة الانسدادات في الأوعية الدموية.
تحول اللقطة إلى لقطة قريبة مع دوران الكاميرا يمينا ويسارا. انسداد مشخص في الأوعية الدموية ومواد ووسائل لمعالجة الانسداد ثم تنتهي اللقطة بإظهار طريقة البالون المصغر لمعالجة الانسداد.	(لا تعليق أثناء دوران الكاميرا)
انتقال المشهد إلى لقطة متوسطة من أعلى المنضدة. المعلق جالس في خلفية المشهد على رأس منضدة المكتبة.	تستخدم اليوم كل من هذه التقنيات لعلاج انسداد الأوعية الدموية عبر تلك الأوعية. أما عن كيفية استخدامها ومتى تستخدم فيعتمد ذلك على نوع الحالة المريضة وحالة المريض ومهارة الطبيب المعالج.
أدوات معالجة انسداد الأوعية أمام الكاميرا. طريقة البالون المصغر أقرب إلى المعلق الذي يؤشر إلى المواد المستخدمة في العلاج أثناء تعليقه.	ومن بين كل هذه التقنيات، هناك واحدة فقط توفر لك انسداداً دائماً في الوعاء الدموي في أي مكان تريد ومتى ما ترغب في ذلك.
انتقال اللقطة إلى: يد المعلق وهي تحمل أدوات إجراء القسطرة باستخدام البالون المصغر.	(المعلق يتحدث أمام الكاميرا)

اقتراب الكاميرا ببطء Zoon- in من البالون المصغر، ثم ابتعادها عنه Zoon- out وتبهيت الصورة،	هذه هي طريقة البالون المصغر المنفصل. عندما يدخل البالون المصغر في الوعاء الدموي عن طريق عملية القسطرة يصبح منسابا مع مجرى الدم.
الكاميرا تصور: للبالون المصغر خاصية الانسيابية.	(مؤثرات الصوتية: تعقيم أصوات المكتبة كلها إلى السكون التام).
الكاميرا تصور: وضع البالون المصغر في الوعاء الدموي.	بما أن للبالون المصغر مدى محدد، لذلك يمكن السيطرة عليه بسهولة - إذ يمكن توجيهه إلى الأمام أو إلى الخلف بحيث يمكن وضعه في المكان المحدد من وجود الانسداد بكل دقة.
الكاميرا تصور: يتم نفخ البالون وتركه في مجرى الدم.	ما إن يوضع البالون المصغر في مكانه فإنه ينتفخ ويترك في مجرى الدم.
الكاميرا تصور: تركيز الكاميرا لحظات على البالون المطلق في مجرى الوعاء الدموي.	
(نهاية الجزء الرئيسي من الفيلم)	(مؤثرات صوتية: ترتفع الأصوات في محيط منطقة المختبرات).
تظهر الممرات خارج مختبرات القسطرة. ثم تنتقل الكاميرا إلى لقطة متوسطة ثم إلى لقطة متوسطة القرب للدكتور وايت ويظهر طبيبان آخران إلى اليسار يتفحصان صور أشعة لحالة من حالات دوالي الحبل المنوي.	الدكتور وايت وزملاؤه (يظهر صوت الدكتور وايت وزملاؤه وهم يناقشون حالة دوالي الحبل المنوي الظاهرة في الأشعة. تتركز التعليقات حول الحالة المرضية وما يمكن اتخاذه من إجراءات إزاء هذه الحالة)
لقطة قريبة جدا: تظهر الحقنة في اليد حيث تزرق بلطف.	الدكتور وايت ما إن يتم سحب الدم ويحكم إغلاقها بحيث يمنع تسرب الهواء نهائيا نقوم بحقنها بلطف وهدوء حتى يصل البالون

	إلى المكان المحدد الذي تريد إبعثه إليه.
تهيئ المشهد إلى اللقطة التي تظهر عملية إدخال البالون. ملاحظة: من هذه النقطة، تندمج الصور مع العرض الحي للإجراءات والفلم السينمائي. ويتضمن العرض: وضع البالون في موضعه وأنسيابه في مجرى الدم وإمكانية عكس اتجاهه ونفخه وإفراغه من الهواء لتغيير موضعه ثم إعادة نفخه من جديد ووضعه في مكانه النهائي ثم فصله وتركه وسحب أنابيب القسطرة.	(توقف)
آخر سلسلة من اللقطات لمختبرات القسطرة يظهر الفيلم عرضا حيا لإجراء العملية حيث يظهر البالون وقد وضع في مكانه. وتتوسع اللقطة تدريجيا وببطء حتى تملأ الشاشة ثم يتم تهيئتها إلى لقطة قريبة	(ملاحظة: تتضمن ملاحظات الدكتور وايت من الآن فصاعدا إجراءات عمليات البالون بكفاءة وبراعة وأنسياب البالون في اتجاه مجرى الدم وإمكانية عكس اتجاهه ونفخه وإفراغه من الهواء لتغيير موضعه ثم إعادة نفخه من جديد ووضعه في مكانه النهائي ثم فصله وتركه في مجرى الدم وسحب أنابيب القسطرة ويتضمن كذلك تجربة إدخاله لمعرفة الأوعية أو الأجزاء التي يمر عبرها قسطرة البالون)
	الدكتور وايت بعد إعطاء الملاحظات الأخيرة حول هذه (العملية، يتحدث باختصار عن تجربته الشخصية في إجراء عملية قسطرة البالون المصغر (بشكل مباشر

تظهر الدكتور وايت وهو يسحب أنابيب القسطرة ببطء حتى تظهر لقطة متوسطة الطول لنهاية العملية، يظهر الدكتور وايت والتقنيين والمريض. ثم يدفع المريض على عربة إلى خارج المختبر. ثم يجري حوار بين الدكتور وايت والتقنيين ثم يخلدوا للراحة.	ويدون تعقيد) وتقنيات إجرائها وبعض اقتراحاته حول الحالات الطبية التي يمكن البدء بتطبيق هذه التقنية في علاجها والحالات الأخرى التي يجب العمل للتوصل إلى إمكانية علاجها بهذه الطريقة ثم ينتقل للحديث مع المريض حديثاً مقتضباً ورد المريض عليه) (يرتفع صوت الحوار مع التقنيين للحظات ثم تتيم ببطء وانخفاض صوت الموسيقى حتى تصبح أوطأ من صوت التعليق حيث يتكرر التعليق على صورة الأشعة)
لقطة متوسطة: الدكتور وايت والتقنيون يتحدثون أما المريض فيسحب على عربة إلى خارج مختبر القسطرة. انتقال إلى المشهد: تكرار المشهد الأول لتشخيص صور الأشعة.	المعلق: (صوته فقط) ما تشاهدونه الآن هو علاج انسداد الأوعية الدموية بتقنية البالون المصغر الذي يمر عبر الأوعية ودون تداخل جراحي وهي تقنية معتمدة لعلاج حالات كثيرة من الحالات المرضية التي تصيب الأوعية الدموية ...
تهيت المشهد السابق ليظهر مشاهد حية متسلسلة لإجراء العملية.	وتركز العملية التي ترونها على استخدام طريقة البالون القابل للفصل - ويمكن بهذه الطريقة السيطرة على البالون وتوجيهه وإمكانية عكسه ووضعه في مكان الانسداد المطلوب بكل دقة.
تهيت الصورة لتظهر قائمة بأسماء العاملين في الفيلم بشكل تدريجي.	(مؤثرات صوتية: يرتفع صوت الموسيقى ثم يتم تعتيمة حتى يختفي)

Application: Video-Training and Information Series

ليسلي أوفليرتي تعمل مدرسة وكاتبة ومنتجة لإعلام الشركات. وقد لخصت طريقتها في كتابة نصوص برامج الشركات ووصفت تطبيق تقنيات الكتابة في سلسلة أفلام خاصة قامت بتأليفها قالت فيها:

إن عملية كتابة نص برامج الشركات شبيهة بعملية الكتابة للبرامج الخاصة التي تتناول موضوعا خاصا أو ظاهرة محددة. يستطيع الكاتب أن يستخدم تقنية الراوي أو المعلق ذاتها لتعليم أو توضيح عملية الكتابة لفئة معينة كالكتابة لفرض الترفيه أو لتحفيز جمهور عام حول قضية ما. تبدأ جميع القصص بشخصية معينة من القصة وهي في موقف معين. ثم تنتقل الشخصية عبر مواقف أخرى تتعرض لها إلى مرحلة أخرى. وعلى مدى هذه المسيرة، يجب أن يحدد الكاتب المواقع ويرسم الشخصية ويخلق الصراع وتواصل الأحداث ويحرك أحداث القصة دراميا حتى تصل إلى نهاية منطقية.

يبدأ نص برامج الشركات بطلب الزبون ورغبته في إيضاح قضية معينة. وتكون نقطة البداية بالتركيز على مجموعة معينة من الأشخاص الذين لهم صلة بالموضوع. حدد هذه الأمور وعندها يستطيع الكاتب أن يولف القصة. ويمكن تقديم القصة بأسلوب درامي بدلا من الأسلوب الجامد الذي لا حركة فيه.

وفي هذه الحالة الخاصة، استأجرتني الشركة أنا وزميلي الكاتب الآخر لكتابة سلسلة نصوص لأربعة أفلام. وهذه السلسلة موجهة إلى الاختصاصيين الاستشاريين في الإدمان على الكحول والمخدرات الذين يعملون في مجال الصحة العقلية. أرادت الشركة تحديد وتوضيح المشاكل الصحية العقلية لمرضاها المدمنين لكي يستطيع الاستشاريون تحويلهم إلى المتخصصين الذين يستطيعون تقديم المزيد من العون والمساعدة لهم.

كان التحدي الذي واجهنا هو كيفية تقديم هذه المشاكل الصحية بشكل درامي. لقد قدموا لنا شخصيات المرضى وحالة كل واحد منهم ومشكلته الخاصة وكذلك شخصيات الاستشاريين الذين يتابعون حالة كل مريض من هؤلاء المرضى.

بالإضافة إلى ذلك، يجب أن يتضمن البرنامج كذلك الأطباء النفسانيين الذين يقومون بتعليم وتدريب الاستشاريين.

لقد اتخذنا خطوات محددة لكل واحدة من هذه المعطيات. فمن أجل توضيح الحالات الصحية العقلية للمرضى، ارتأينا أن نظهر الظروف البيئية التي تسببت في نشوء هذه المشاكل الصحية. على سبيل المثال نجد أن آن سميث المدمنة على المخدرات تعاني من مشاكل عائلية مع زوجها فرانك. إذ يُعتقد أن زوجها كان يسئ معاملتها ويضربها. جاءت قصتها في آخر نص ولكننا أردنا أن نطرح قضيتها في بداية المسلسل لكي يطلع الاستشاريون على نوع هذه القضية ودقتها. لقد رسمنا الموقف بقيام فرانك برفض دمية أطفال بعنف إلى أعلى ثم تترد وتسقط من أعلى الخزانة قرب رأس آن. ولا يتفوه أي منهما بكلمة. في الوقت الذي يلي فيه هذا المشهد رغبة وطلب الزبون بالتركيز على المشكلة الصحية العقلية الخاصة، فإن طرح القضية بهذا الشكل يخدم غرضين. الأول هو تقديم الشخصيات في أول المسلسل لتعريف الجمهور بأنهم سيظهروا ثانية. والغرض الثاني هو خلق حالة تعاطف مع آن والكراهة والنفور من فرانك. وقد تم تحقيق الغرضين دون التفوه بكلمة واحدة إذ تكمن قوة الحدث في الفعل الدرامي.

ويعتبر وجود مجموعة من الاستشاريين طريقة مناسبة لكتابة السيناريو. وحضر ثلاثة منهم وهم جانيس وسوسان وبيل حلقة دراسية يديرها الطبيب النفسي سايمون بودمان الذي يقوم بالتعليم. بالإضافة إلى ذلك يكون هؤلاء الأربعة حاضرين في كل مشهد تدريبي جماعي. لذلك اعتاد الجمهور مشاهدة نفس المجموعة على مدى حلقات المسلسل - وبهذه الطريقة لا يخصص وقت طويل من كل نص لتقديم شخصية جديدة وكذلك يتوفر وقت أطول لتطور الشخصيات الموجودة أصلاً وللتركيز على القضية المطروحة للدراسة والتحليل. ومن أجل تقديم شخصيات الاستشاريين، ابتكرنا حادث سقوط إحدى السيارات في بركة في الشارع بشكل مبالغ فيه من أجل حصول التفاعل بين الشخصيات حيث تمر سوزان بهم وتقلهم جميعاً ليحضرُوا الحلقة الدراسية معاً. ويحاولون طوال الطريق معالجة مشكلة بيل وعدم قدرتها على ترك التدخين. وبهذا يتعرف جمهور المشاهد على الاستشاريين كأشخاص عاديين قبل تعرفهم عليهم في مجال العمل. إن خلق التعاطف بين الجمهور والشخصيات هو

العامل الأساسي لشد انتباه الجمهور وجذبهم لمتابعة العمل.

ومن أجل إعطاء خلفية عن الأحداث واختصار الوقت اللازم لعرضها، خلقنا نوعاً من العلاقة الوثيقة بين آن ومستشارتها جانيس. لقد استطاعت جانيس من تخليص آن من الإدمان على المخدرات نهائياً قبل ستة أشهر. وعند عودة آن للحصول على المزيد من العون والإرشاد ركزنا على كشف سوء المعاملة الزوجية التي تعرضت لها. لم نضطر لتخصيص وقت من أجل تطور العلاقة. وكان لزاماً علينا أيضاً أن نظهر اعتداء الزوج على آن دون الركون إلى تصوير العنف الجسدي. إن الإيذاء العاطفي يمكن أن يأخذ أشكالاً مختلفة. لقد أظهرنا خوف آن وكان علينا أن نظهر المدى الذي وصل إليه خوفها. لقد رسمنا موقفاً بين آن وزوجها يوضح تزايد حدة العنف الذي يولد الرعب. ثم عدنا إلى مشهد السيارة وبذلك حصلنا على مشهد درامي وحيوي إلى حد كبير.

وأخيراً واجهنا تحدياً في خلق الترابط بين عناصر النص المختلفة: جلسات التدريب ولسات الاستشارة. كيف يمكننا الانتقال بمرونة فيما بينها؟ لقد وجدنا وسيلة معروفة ومريحة للجميع. بما أن جلسات الاستشارة مسجلة على أشرطة، استخدمنا الموجه للدخول أو الخروج من جلسات الاستشارة كوسيلة لخلق حالة من الانتقال المرن بين المشاهد والمواقع المختلفة.

وقد كانت الحميلة النهائية مرضية للجميع. لقد أوفت النصوص بمطالب الزبون التعليمية وكان الممثلون ممتنين لإعطائهم أدواراً ذات أبعاد وعمق والمخرج نفذ لقطات مؤثرة في مواقع رائعة. ويمكننا نحن كمؤلفين أن نفخر بالقصص التي ابتكرناها وكتبناها. لاحظ أن النص التالي مكتوب بالصيغة السينمائية.

النص الرابع - أنظمة تدريب مبتكرة - العائلة أسماء الشخصيات في النص	
آن سميث	في الثلاثين من عمرها وقد عولجت وشفيت مؤخرًا من الإدمان على المخدرات.
فرانك سميث	زوج آن وهو أيضًا في الثلاثين من عمره. عدائي الطبع ومؤذي.
ماكس سميث	ابن فرانك وآن وعمره سنتان فقط.
جانيس بيترز	أمريكية - إفريقية في الثلاثينات من عمرها. تعمل إخصائية استشارية في مركز إيستليك للصحة العقلية.
سايمون بودمان دكتوراه بالطب النفسي	طبيب نفسي يقوم بإلقاء محاضرات في حلقة دراسية عن تغير نموذج بروكاسكا.
سوزان أوليفر	استشارية متمرسة تعمل في مركز إيستليك للصحة العقلية في الخمسين من عمرها. وقد شفيت من الإدمان على الكحول.
بيل روبر	استشارية متمرسة في الاعتداء والإيذاء الجسدي والعاطفي وتعمل في مركز إيستليك للصحة العقلية وهي مدخنة.
جيم كراودك	استشاري في حالات الاعتداء الفعلي ويعمل في مركز إيستليك للصحة العقلية. يحضر الحلقة الدراسية لبودمان.
بيني تريسي	استشارية لحالات الاعتداء الفعلي وتعمل في مركز إيستليك للصحة العقلية. تحضر الحلقة الدراسية لبودمان.
ميمي كيتانو	أمريكية يابانية الأصل تعمل في مركز إيستليك للصحة العقلية كاستشارية لحالات الاعتداء الفعلي. تحضر الحلقة الدراسية لبودمان.
الكومبارس	عدد من سائقي السيارات والمارة في ساعة الذروة.

المشهد الأول	غرفة الانتظار في مركز استليك للصحة العقلية.
المشهد الثاني	مكتب جانيس بيترز في مركز استليك للصحة العقلية.
المشهد الثالث	شارع في مدينة. سيارة آن سميث
المشهد الرابع	مبنى الدائرة
المشهد الخامس	سيارة آن
المشهد السادس	مبنى الدائرة
المشهد السابع	سيارة آن
المشهد الثامن	سيارة آن
المشهد التاسع	شارع في مدينة
المشهد العاشر	سيارة آن
المشهد 11	شارع في مدينة
المشهد 12	سيارة آن
المشهد 13	غرفة الاجتماعات في مركز استليك للصحة العقلية
المشهد 14	مكتب جانيس بيترز في مركز استليك للصحة العقلية
المشهد 15	غرفة الاجتماعات في مركز استليك للصحة العقلية

1- مشهد داخل غرفة الانتظار في مركز استليك للصحة العقلية بعد الحلقة الدراسية. تجلس آن بعزدها في غرفة الانتظار بعد استدعاء المرضى الآخرين إلى مكاتب الاستشاريين. تدخل جانيس إلى الغرفة قادمة من مكتبها.

جانيس: آن؟

آن: نعم؟

تهب واقفة على قدميها بسرعة.

جانيس: لا تسرع. إننا ملتزمون بموعدها. تقضلي بالدخول.

آن: حسنا.

تدخل الإمرأتان إلى مكتب جانيس.

2- مشهد داخلي في مكتب جانيس في مركز استليك للصحة العقلية في نفس اليوم. تجلس كل من أن وجانيس في مقعدين متقابلين في مكتبها وتشير جانيس إلى ملف أن الموضوع على مكتبها.

جانيس: حسنا، يسعدني رؤيتك ثانية.

أن: يسعدني ذلك أيضا.

جانيس: لنرى ما لدينا ... لقد مضى ثلاثة أشهر منذ أن رأيتك لآخر مرة. كيف حالك؟ وكيف تسير الأمور معك؟

أن: آه، بشكل جيد، كما اعتقد.

جانيس: هل مازلت نظيفة من الإدمان على المخدرات ولديك إرادة قوية للابتعاد عنها وعدم تعاطيها ثانية؟

أن: نعم، لقد مضت ثلاثة أشهر الآن على شفائي منها.

جانيس: تهانئ القلبية. هذا وقت طويل.

أن: هل تقولين لي.....

جانيس: هل تجددين صعوبة في ذلك؟ اقصد عدم تعاطيك تلك الأقراص؟

أن: ليس هذا..... اعتقد..... لا أدري، اعتقد أنه شيء صعب.

جانيس: ما هو وجه الصعوبة؟

أن: آه لا أدري ... ليس هذا هو الحال الذي كنت أتوقع أن أكون عليه حين أتخلص من الإدمان.

جانيس: حسنا، لا يمكن أن تتوقعين أن يكون الأمر سهلا منذ أول وهلة.

هنالك الكثير من الأمور التي يجب أن تأخذ مجراها. عدم تعاطيك للمخدرات بحد ذاته يحتاج لبذل الكثير من الجهد والتركيز. إنه تغيير كبير بالنسبة لك.

أن: يمكنك أن تقولي ذلك مرة أخرى. إنني منهكة.

جانيس: هل تحضرين الاجتماعات؟

أن: حسنا، لقد حضرت تسعين اجتماعا في تسعين يوما وأفعل كما يقولون.

جانيس: ألم يساعدك ذلك في شيء؟

آن: لقد أصبح الأمر أكثر صعوبة رغم ذلك. لقد فاتني أحد الاجتماعات الخاصة في إحدى الليالي وهو من أمتع الاجتماعات بالنسبة لي.
جانيس: ماذا حدث؟

آن: حسنا لقد خطط زوجي للخروج ذلك اليوم ولم أجد جليسة أطفال. لذلك اضطررت للبقاء مع ماكس.

جانيس: لماذا لم تجدي جليسة أطفال؟

آن: لم أتذكر أنه أخبرني أنه سيخرج. هو يقول أنه قد أخبرني ولكنني لا أتذكر.

جانيس: في بعض الأحيان، يحدث الكثير من عدم التركيز وتشتت الفكر في الفترة الأولى من الشفاء من الإدمان.
آن: هذا صحيح ...

جانيس: إذن كان عليك البقاء في المنزل مع ماكس، كم عمره؟

آن: لقد أكمل الثانية من عمره الشهر الماضي.

جانيس: أوه، كم هي متعبة هذه المرحلة من العمر.

آن: أجل.....

جانيس: ألم يكن بإمكانك أخذه معك إلى الاجتماع؟

آن: يصعب ملاحظته ومراقبته والاستفادة من الاجتماع في آن واحد بالإضافة إلى أن فرانك لا يرغب في أن أخذه إلى الاجتماع.

جانيس: يجب أن تنتهي لنفسك الآن وتركزي أكثر ولا تكوني متشتتة

الفكر. كذلك يجب أن تحضري الكثير من الاجتماعات خاصة اجتماعاتك الخاصة. لماذا لم يأخذ فرانك ماكس معه؟

آن: لقد خرج مع فريق دائرته الكروي إلى الحانة.

جانيس: ربما تعقد اجتماعات هنا مع توفير الرعاية للأطفال طوال النهار يجب أن تحاولي حضور هذه الاجتماعات.

آن: أجل، حسنا.....

جانيس: لقد حان الوقت لتهتمى بنفسك أكثر. يجب أن تحافظي على تخلصك من الإدمان وشفائك.

آن: حسنا لقد قام فرانك برعاية ماكس قرابة ثلاثة أشهر. اعتقد أنه ضجر من هذا الأمر ولكنني اشعر أنه لا يريدني أن أحضر المزيد من الاجتماعات هذه الأيام.

جانيس: ليس مهما ما يريده فرانك. ركزي على شفائك فقط الآن.

آن: إنه أمر صعب جدا

جانيس: إنه أمر صعب لأي شخص في الفترة الأولى من شفائه من الإدمان.

آن: اعتقد.....

جانيس: يجب أن تبذلي أقصى ما لديك من إمكانيات لتحافظي على شفائك.

آن: إن الشيء الوحيد الذي يزعجني هو استمرار هذا الأمر فترة طويلة.

جانيس: وكذلك الحال بالنسبة لفرانك وماكس.....

آن: لا اعتقد أنك فهمت قصدي.

جانيس: اعتقد أنني فهمت. يصعب عليك الذهاب إلى الاجتماعات. ويصعب

عليك الاهتمام بنفسك. ولم يعد زوجك يحتمل البقاء في المنزل مع ماكس

طوال الوقت.

آن: ليس هذا فقط ... فرانك.....

جانيس: ليحاول فرانك أن يشفى هو أيضاً. الإدمان مرض عائلي. شجعيه على

الذهاب إلى اجتماعاته الخاصة. وبهذه الطريقة سيتمكن كل منكما من

الاهتمام بشؤونه ونفسه.

آن: حسنا ... إذا كان هذا ما تريه فيجب أن أفعل.....

جانيس: إنها فترة صعبة.

آن: إن ما يزعجني فقط هو أن ما حصل ليس كما توقعت أن يكون عليه

الحال.

جانيس: كيف كنت تتوقعين أن يكون؟

آن: اعتقدت أن الأمور ستكون أسهل. ولكنها ليست كذلك.

جانيس: أية أشياء؟

آن: كل شيء.....

جانيس: هل يمكنك توضيح ذلك؟

آن: آه، أقصد الحياة ... الزواج ... رعاية ابني - كل شيء.

جانيس: لا يمكنك معالجة كل الأمور في آن واحد. يجب أن تعالجي مشاكلك على مراحل. وأول ما يجب أن تهتمي به هو خلاصك من الإدمان نهائياً. هذا أهم شيء في الوقت الحاضر.
آن: اعتقد.....

3- مشهد داخل سيارة آن: في وقت لاحق من ذلك اليوم تجلس آن في سيارتها ويجلس ماكس بهدوء في المقعد المخصص للأطفال في المقعد الخلفي.

4- مشهد خارجي / مبنى دائرة

تتوقف آن أمام المبنى لتأخذ فرانك الذي كان ينتظر بجانب الباب الأمامي. يفتح فرانك الباب من جهة السائق ويحاول الجلوس في مقعد السائق.

فرانك: انتقلي إلى هناك، سأتولى أنا القيادة.

مشهد داخلي في سيارة آن

تحاول آن الانتقال إلى مقعد الركاب في الجانب الآخر.

آن: حسنا، انتظر لحظة.

يلتفت فرانك إلى ماكس في المقعد الخلفي. ويندمج مع ابنه في الحديث

ويتجاهل زوجته تماماً. تنظر آن من النافذة إلى الخارج.

فرانك: كيف حال ولدي؟ كيف هو حال أفضل رفاقي؟

ماكس: جاء أبي !! أبي !

فرانك: أراهن أنك تريد أن تأكل، أليس كذلك؟ نحن الرجال فقط، ما

رأيك؟ لا تريد فتيات مغفلات كبيرات السن. هل أنت مستعد لمشاهدة فريق

(الجوالة الأقوياء).

ماكس: أجل ! أشاهد مورفن (شخصية كارتونية).

عندها بدأت آن بالضحك.

آن: لقد انتقلت إليه بكل تأكيد عدوى تشجيع فريق (الجوالة الأقوياء).

فرانك: حسنا، لا يمكنني الانتظار حتى تكبر كفاية وتستطيع اللعب،

أليس كذلك يا صاحبي؟

ماكس: أجل !

آن: حسنا، لتكمل هذا العرض ونحن نسير، موافق؟ لدي اجتماع عند الساعة 6:30.

فرانك: لا تعكري علينا، مفهوم؟

6- مشهد خارجي / مبنى الدرة
يقود فرانك السيارة ويدخل في زحمة المرور.

7- مشهد داخلي / في سيارة آن

آن: إذن، كيف كان يومك؟

فرانك: ذلك اللعين جورج اوبرايان. إنني أعمل في مكان رائع وكل العاملين فيه رائعون فيما عدا ذلك الأحق.

آن: أليس هو ذلك الشخص الذي ألقى مشروع الهاتف ذاك في حجرك العام الماضي؟

فرانك: نعم، ذلك الأحق، ولكنني لم أسكت عن إهانته تلك رغم كل شيء.....

8- مشهد خارج سيارة آن

يستدير فرانك إلى اليمين، تخرج أن يدها مُشيرَة.

آن: فرانك! انتظر ... ما كان يجب أن تستدير إلى اليسار هناك.

فرانك: كلا، لقد استدرت إلى اليمين.

آن: أنا متأكدة تماما أنك استدرت إلى اليسار.

فرانك: أنت ذاهبة إلى الاجتماع الذي يعقد في كنيسة يونيتاريان، أليس كذلك؟ إنها إلى اليمين على مسافة من الشارع الرئيسي.

آن: كلا، في الحقيقة إنه الاجتماع الأولي الذي سيعقد في مبنى في شارع الم.

فرانك: اللغة عليك يا آن! أنت تقعين هذا دائما، لماذا لم تخبريني ذلك من قبل.

آن: لقد أخبرتك ! وهذا هو سبب مجيئي لأخذك من الدائرة.

فرانك: هذا شيء لا يطاق. لا تحاولي أن تلقي اللوم عليّ. كما تفعلين كل مرة.
آن: إنني فقط.....

فرانك: يا بني، ستكون أحمقا بحق إن حاولت أن تهمل تفكيرك ولو لمرة واحدة. في هذه اللحظة يقرر ماكس أن يغني أغنيته المفضلة. إنها أغنية مزعجة، تثير الأعصاب.
تحاول أن تهدئته.

آن: عزيزي ماكس، اهدأ الآن، مفهوم؟ اهدأ، عزيزي ... يلتفت فرانك ويصيح بابنه الجالس في المقعد الخلفي بحدة.

فرانك: ماكس! اسكت ...

يصمت ماكس. ويزداد التوتر. يوقف فرانك السيارة في منتصف الطريق.
فرانك: حسنا

آن: إنني لا أسير في الطريق الصحيح الآن وجميع الطرق الثلاثة القادمة ذات اتجاه واحد. شغلي فكرك ولو لمرة واحدة وقولي لي ماذا يمكنني أن أفعل.
فرانك (يستدير نحو آن)

ماذا يمكن أن أفعل، أخبريني؟ هل فكرت.

آن: (أصبحت الآن خائفة جدا)

فرانك! إنك تعيق السير.

فرانك: هيا - أخبريني ماذا أفعل. أسرع، آن. أجيبيني.

آن: أرجوك لا.....

9- مشهد خارجي: الشارع الذي خلف سيارة آن، ازدحام السير في ساعة الذروة
أخذت السيارات تتجمع وأصبح سائقوها منزعجين جدا من هذا التأخير.
فأخذوا يطلقون أبواق سياراتهم في الوقت الذي بدا فيه ماكس بالبكاء.

10- مشهد داخلي في سيارة آن

ينفجر فرانك غاضبا، بدا بتحطيم عجلة القيادة ولوحة أجهزة القياس التي امامه وفي ذات الوقت أخذ يرغبى ويزيد ويتوعد.

آن: لا تفعل هذا، أرجوك.....

يهب فرانك خارجاً من السيارة، ويفلق باب السيارة بعنف ويأخذ برفس السيارة بقدمه بشدة. ويبعد عنها.

فرانك: لقد نفذ صبري معك. ليس لدينا ما يشغلنا إلا أنت ومشاكلك؟ حسناً، لم أعد أحتل أكثر من ذلك. عودي إلى تعايطي أقراصك، أيتها المدمنة.
آن: فرانك! انتظر.....

فرانك: لا أريدك حتى أن تتحدثي إلي، أيتها الساقطة. أنا ذاهب إلى المنزل. يسير فرانك في الشارع متشنجاً. تلفت آن إلى ماكس محاولة تهدئته. يعود فرانك إلى السيارة فتقفز آن إلى الخلف مبتعدة عنه قدر ما تستطيع.
فرانك: استدعي أحد أصدقائك الذين تعرفت بهم في تلك الاجتماعات ليساعدك في الخروج من هنا. لا تعتقدي أنني لا أعرف شيئاً عن علاقاتك، مفهوم؟

لم تستطع آن حتى أن ترد عليه.

11- مشهد خارجي في الشارع خارج السيارة.

يرفس فرانك السيارة مرة أخرى عدة مرات ثم يذهب مبتعداً. لقد شاهد سائقوا السيارات القريبة من سيارته ما حدث بالكامل فرفعوا زجاج نوافذهم بسرعة وهبوا وأوقفوا إطلاق أبواق سياراتهم ما عدا أحد سائقي تلك السيارات الذي استدار فرانك نحوه وصاح به.
فرانك: اخرس! وتوقف عن إطلاق هذا البوق اللعين!

12- مشهد داخلي في سيارة آن.

تجمدت آن في مقعدها وأخذت دموعها تنهمر على وجهها محتملة صراخ ماكس الذي كان الصوت الوحيد المسموع في الشارع.

13- مركز استليك للصحة العقلية / غرفة الاجتماعات / جلسة إشراف يستمع كل من سوزان وبيل وجيم وميمي وييني وسي إلى جانيس وهي تعرض قضية آن.

ميمي: لا بد أن تكون العلاقة الزوجية العامل الأساسي لهذه المشكلة.

سوزان: ربما، ولكنها يجب أن تركز على شفائها تماما. يبدو انها تمر في وقت عصيب في هذه المرحلة.

جانيس: إذن، أين دور الزوج؟

سايمون: كيف يمكننا أن نعرف إن كانت المشاكل الزوجية موجودة سابقا أم أن القضية تتعلق بالاعتداء الفعلي عليها جسديا؟
ميمي: يبدو أنها تحاول أن تطرح هاتين القضيتين.

جيمي: إنها تواصل الحديث عن فرانك ومدى الصعوبة التي تواجهها في التعامل مع كل شأن من شؤونها. لا بد أن يعني ذلك شيئا.

جانيس: حسنا، غالبا ما تحدث المشاكل الزوجية في الفترة الأولى من الشفاء من الإدمان.

بيل (توجه الحديث لجانيس): أتساءل كيف كانت علاقتهما قبل أن تترك المخدرات؟

سايمون: هذا سؤال وجيه.

يستمر سايمون في تقديم إيضاحات أكثر عن تقنيات تحديد مدى خطورة المشاكل الزوجية والاعتداء والإيذاء الجسدي الفعلي.

سايمون: (إلى جانيس)

كيف كانت حالتها قبل المرض؟

جانيس: لم تتطرق كثيرا إلى ذلك. ولكنني اعرف أن زوجها هو الذي جاء بها إلى هنا في البداية.

سايمون: حاولي أن تعرفي كيف كانت تسير الأمور بينهما قبل أن تدمن على المخدرات. وهل كان عدائيا ومؤذيا دائما.

جيم: أتساءل فيما إذا كان هو مدمن على الكحول أو المخدرات؟

جانيس: لا اعرف. يا إلهي، هذا أمر محرج بعض الشيء، ...

ميمي: لقد ساعدتها على الخلاص من الإدمان قبل ثلاثة أشهر.

سوزان: أجل، لقد فعلت ذلك. ليس هناك ما يدعو للحرج.

جانيس: ولكنها عادت ثانية لتناقش أمرا ما.

سايمون: ولكن الأسلوب الذي طرحت به مشكلتها لم يكن واضحاً. كيف تتعاملين مع قضية أو مشكلة غامضة؟
جيمي: حاولي أن تجدي طريقة لتوضيحها.
ميمي: حاولي أن تجعلي كل شي محدداً ومشخصاً.
سايمون: حاولي أن تعرّفي ما مشكلته وما اعتراضه حول شفائها من الإدمان؟
سوزان: وحاولي أن تعرّفي إن كان هو أيضاً يتعاطى المخدرات.
جانيس: أجل، فهمت !
انتقال إلى مشهد آخر:

14- مشهد داخلي / مركز إيسليك للصحة العقلية / مكتب جانيس الأسبوع التالي تسير الأمور بشكل جيد في الجلسة بين آن وجانيس. أن تجيب على الأسئلة على أحسن وجه ولكنها لم تكن هادئة ومستقرة.
آن: كلا، فرانك ليس مدمناً على الكحول أو المخدرات. ولهذا السبب كان منزعاً من إدماني على ما اعتقد.
جانيس: من أي ناحية أزعه تعاطيك المخدرات؟
آن: لا أعرف بالتحديد ما الذي أزعه.
جانيس: لقد جئت إليّ في المرة السابقة لتطلبي المساعدة فيما يخص الأقراص. وقد مرت الآن ثلاثة شهور على تخلصك من الإدمان.
آن: لا أعرف. اعتقد من الأفضل أن أعود إلى تعاطي المخدرات. أعرف أن هذا العمل خاطئ.
جانيس: لماذا تعتقدين أن تعاطي المخدرات أفضل لك.
آن: كنت أتدبر أموري بشكل أفضل. كنت أؤدي التزاماتي وواجباتي بشكل أسهل وأفضل.
جانيس: ما الذي كنت تجدينه أسهل؟ هل يمكنك إعطائي مثالا على ذلك؟
آن: كانت رعاية ماكس أسهل على سبيل المثال.
جانيس: لم يكن ماكس قد بلغ الثانية من عمره حينذاك
آن: هذا صحيح.

جانييس: وماذا بعد؟

آن: لم أكن أشعر بالوحدة كما أشعر بها الآن. لا أستطيع حضور العديد من الاجتماعات الصباحية لأنني لا أستطيع الحصول على جلسة أطفال.

جانييس: وماذا عن علاقتكما أنت وفرانك؟ هل كان تعاملك معه أسهل؟
آن: كانت علاقتنا مختلفة.

جانييس: كيف؟

آن: لم يكن كثير التذمر وصعب الإرضاء في كل شي.

جانييس: ما الذي جعله كثير التذمر هكذا؟

آن: لا اعرف ... يبدو أنني لا أستطيع القيام بأي شي بالشكل الصحيح.

جانييس: ويبدو أنه لم يكن راض عن هذا الحال قبل تعاملك المخدرات؟

آن: لا اعرف ... لا اعرف إن كان الخطأ خطئي أم خطوه.

جانييس: كيف كانت علاقتكما قبل تعاملك المخدرات؟

آن: اعتقد أنه كان حاد الطبع وكثير الانفعال ولكنه لم يكن يفقد السيطرة على نفسه كثيرا كما يحصل الآن.

جانييس: هل كان يضربك؟

آن: كلا.

جانييس: هل حدث أن ضربك؟

آن: لم يحدث

جانييس: هل تخشين أن يقوم بضربك في المستقبل؟

آن: نعم.

انتقال إلى مشهد آخر:

15- مشهد داخلي / مركز استليك للصحة العقلية / جلسة استشارة.

يقفل سايمون جهاز المراقب. وتعبّر كل من جانييس وبيل وسوزان وجيم وبيني وميمي عن رأيها عن حالة آن.

سايمون: جانييس ما الخطوة التي ستتخذونها بعد الآن؟

ميمي: هل ستحاولين عرض الحالة على الاستشاريين المختصين بالمشاكل الزوجية؟

جانيس: ربما هي غير مستعدة في الوقت الحاضر لتقبل هذا الأمر. إنها بحاجة لمكان آمن تستقر فيه لفترة.

بيني: ماذا لو جعلناه يحضر الاجتماعات؟

سوزان: وماذا نفعل لو رفض الحضور؟

سايمون: يبدو أن لديه حسا وإدراكا للأمور.

يستمر سايمون في توضيح بعض النقاط التعليمية التي تخص قضايا الأسرة. ويختم كذلك الحلقة الدراسية التدريبية. بعد أن يختتم سايمون الحلقة الدراسية، يبدأ الاستشاريون بجمع متعلقاتهم ويغادروا المكان.

سوزان: بيل !مالك تمصين هذه الأقلام كثيرا هذا اليوم. كيف حالك؟

بيل: لم ادخن سيكارة واحدة منذ يومين.

جيم: اعتقد أن رائحتك أفضل الآن.

بيل: اعتقد ذلك. وأشعر أنني بدأت أشعر بتحسّن حالتي الصحية كذلك.

سايمون: أنت في كامل نشاطك الآن.

يضحك الجميع ويفغز سايمون للكاميرا.

ثم يتم تعقيم المشهد.

التطبيق: أفلام عن المعلومات الخارجية والعلاقات العامة

Application: Video-External Information and Public Relations

(الوعي الجيد) مسلسل كتبه وأنتجته وأخرجته باربارا إلين لحساب "Memorial Hospital" في نيويورك في ولاية بنسلفانيا. ويث بشكل خاص على الكايل ولهذا المسلسل عدة أهداف: إعلام الجمهور بالمشاكل الطبية الشائعة، وتعليم الجمهور كيفية التعامل مع هذه المشاكل - في بعض الحالات عن طريق العلاج الطبيعي والتعارين والحماية وطرق أخرى مشابهة لا تحتاج إلى إشراف طبي وفي حالات أخرى عن طريق استشارة طبيب مختص - ولخلق مشاعر إيجابية تجاه "Memorial Hospital" عن طريق هذا البرنامج الذي يقدم خدمة عامة.

ونظرا لعمل ألين سابقا ككاتبة ومنتجة وثائقية للبرامج التلفزيونية الخاصة والعامة، فقد دمجت عدة تقنيات واستخدمتها في آن واحد كتقنيات برامج المقابلات والبرامج الخاصة والبرامج التي تقوم بالشرح والإيضاح عن طريق الاستعانة بالعديد من الأمثلة. على الرغم من أن هذا البرنامج تعليمي وإرشادي إلا أن أسلوبه أخف من أسلوب البرامج التدريبية. وبما أنه موجه لعامة المشاهدين فيجب أن يتضمن فقرات مسلية بالإضافة إلى الفقرات الإرشادية لجذب المشاهدين وحملهم على المتابعة. لقد أعدت ألين هذا الوصف والتحليل لعملها ككاتبة لهذا المسلسل من أجل نشره في هذا الكتاب بالتحديد.

ما هي المعلومات التي يجب أن يحصل عليها الكاتب إن أراد أن يكون مخرجا أو مشاركا للمقدم الأصلي في تقديم أحد البرامج أو أن يكون في بعض الأحيان محررا؟ هذه هي الطريقة التي أبدا بها عملي.

لقد اقتضت الضرورة أن يتم تنفيذ وإنتاج البرنامج (الوعي الجيد) بأكمله في المستشفى. المستشفى غير مجهز باستوديو للتصوير التلفزيوني. وقد تم تأجير أخصائي لضبط الصوت. ومصور. وعامل استوديو متخصصين. وقام مدير المستشفى والمنتج المنفذ لبرنامج (الوعي الجيد) شيريل راندل بمشاركة مقدم البرنامج في تقديمه. وكانت ميزانية البرنامج متواضعة جدا وفترة التصوير محددة بيوم ونصف إلى يومين. من المهم أن يكون الكاتب مدركا لكل هذه العوامل إدراكا كاملا لكي:

1- يحدد مواقع التصوير لتلائم الميزانية والجدول الزمني المحدد، في الوقت الذي يبعث عن أكثر خلفيات المشاهد تنوعا ضمن كل موقع. إن ما يمكن إنجازه بمواقع التصوير القليلة هذه وباستخدام بعض المواد الهلامية الملونة وزوايا تصوير مختلفة وبعض الملصقات الجدارية المختارة بدقة وعناية يثير العجب. وفي كل موقع يجب حمل ونقل الإثارة والمعدات الأخرى حيث يستغرق نصبها حوالي نصف ساعة ويحتاج تفكيكها إلى نصف ساعة أخرى بالإضافة إلى الوقت اللازم للتنقل.

2- يجب أن تكون مستعدا للانتقال إلى موقع تصوير داخلي مهيا ومعد مسبقا تحسبا لاضطرارك إلى إلغاء التصوير الخارجي بسبب هطول المطر والثلج.

ومن أجل إنجاز كل هذا، يجب أن يكون الكاتب مُلمّاً إماماً كاملاً بتقنيات الإنتاج. ومن المفيد جداً في عملك هذا أن تكون صبوراً ومروناً جداً وتمتلك درجة عالية من روح الدعابة والمرح.

يقوم منتج برنامج (الوعي المطلوب) بإعداد كل الترتيبات اللازمة لفريق العمل والمشاركين ومواقع التصوير. لذلك يجب أن تحديد أي نوع من الأشخاص والمتخصصين ستحتاج إليهم وأي نوع من مواقع التصوير والأحداث التي سيتم تصويرها في هذه المواقع وأي معدات خاصة أو إكسسوارات أخرى ضرورية للتصوير لا يمكن أن تكون موجودة أصلاً في مثل هذه المواقع. معرفة كل هذه المعلومات توفر الوقت والمال.

إن استخدام كاميرا واحدة مفيد أيضاً. ولكننا نحاول أن نجعل الأمر يبدو وكأننا نستخدم ثلاثة كاميرات عن طريق تخطيط وتبني اللقطات بدقة وعناية. يتم في برامج المقابلات تبويب اللقطات فيعد كل لقطتين يكون هنالك لقطة قريبة انفرادية ولقطات متوسطة القرب لكل مشارك في البرنامج بالإضافة إلى لقطات أخرى مسورة من الخلف.

بعد انتهاء المقابلة، تسجل كل حركة أو إيماء يعبر بها المشارك عن "إصغاله" أو "التفاهة" في التري أو أية تعابير أخرى. شاهد برنامج (60 دقيقة) أو برنامج (20/20) في أي أسبوع كمثال يحتذى به عن كيفية استخدام هذه الردود الصامتة ولتجنب الفترات غير المترابطة بين اللقطات عندما تحذف فقرات من ملاحظات أو تعليقات الضيوف.

وتقوم كذلك بإعادة طبع كل أسئلة مقدم البرنامج مع تركيز الكاميرا عليه بينما يوجه هو نظره إلى الضيوف. وهذا يشمل أيضاً الأسئلة العنوية غير اثنائية أصلاً في النص. ومن أجل تذكر كل هذه الأسئلة وإمكانية إعادة عرضها ثانية بأقصى سرعة تقوم بتسجيل كافة الأسئلة صوتياً باستخدام مسجل دقيق أثناء إجراء اللقاء ثم نسمعها مقدم البرنامج مرة أخرى من أجل إعادة تسجيلها.

ويدمج اللقطات المتعكسة لعملية طرح هذه الأسئلة مع لقطات أخرى. يبدو الأمر وكأننا استخدمنا ثلاث كاميرات في التصوير. الأولى مركزة على مقدم

البرنامج، والأخرى لتصوير أية لقطتين والثالثة على الضيف أو الضيوف المشاركين في البرنامج.

وتشمل المقتطفات الأخرى التي يجب تسجيلها لقطات قريبة لل فقرات أو الأحداث التي تناقش خلال اللقاء، فمثلاً استخدم في النص الذي يعالج موضوع آلام الظهر قائمة بأنواع العلاج وهيككل عظمي وخطط معقود فيه خزرات خشبية كبيرة ومعدات وأجهزة علاج طبيعي بالإضافة إلى المواد الأخرى المستخدمة أثناء الشرح والتعليق.

إن واجب الكاتب أن يعد ويخطط لكل هذه الأمور، ليس فقط من أجل جعل برنامج أكثر متعة وتشويقاً وإنما كذلك كإجراء وقائي لتفادي أية أخطاء أو حذف أو لحظات محرجة يمكن أن تحدث أثناء التسجيل.

وبعد انتهاء عملية التسجيل يقوم المصور الذي يقوم بعمل المونتير أيضاً بإعداد مجموعة أشرطة فيديو من قياس نصف انج مع شفرة معرضة للتلف بمرور الوقت. وتقوم السكرتيرة في مكتب المدير التنفيذي بكتابة المادة الكلامية الواردة ضمن البرنامج. وباستخدام هذه الأشرطة والكلام المكتوب، أقوم بإعداد نص خاص جداً ومعد بدقة متناهية يتضمن اللقطات المختارة والإشارة إلى مواقع التثبيت والتعقيم والمختارات الموسيقية والإرشادات الخاصة الأخرى.

وعندما ينتهي دوري... حتى البرنامج القادم... ويقوم المصور والمونتير بإعداد الشريط النهائي.

وفيما يلي الجزأين الأوليين من النص المعتمد لتسجيل نصف ساعة واحدة من برنامج (الوعي الجيد) ويلي ذلك الدقائق الأخيرة من البرنامج التي تتضمن شكل الخدمات العامة المقدمة. لاحظ إدراج عنوان مستشفى الذكرى من أجل الحصول على المادة التي ستكتب حول موضوع البرنامج وحول: "مستشفى الذكرى تتمنى أن تكونوا بخير... وعلى دراية ومعرفة بكل ما يمكن أن يؤثر على صحتكم. ألن تحبوا جيرانكم وأصدقاءكم عناء؟". يوجد في بداية النص قائمة تقديرية بمتطلبات التسجيل قام بإعدادها الكاتب المنتج. ويوجد في نهاية النص عينة من الأسئلة التي أعدها الكاتب لإحدى المقابلات.

لقد أعيد كتابة النص النهائي التالي الجاهز للتصوير ويتضمن ملاحظات الكاتب - المخرج وإرشاداته بعد تدقيقه له.

الوعي المطلوب		متطلبات التنفيذ		اللام المتعلقة السفلى من الظهر
المعدات والتميمات	الأحداث	الأماكن	الأشخاص	
				قكرة خاصة لجذب انتباه الجمهور وإماتاعه
سيارة، مكيسا مشتريات بنية اللون مملوءة حتى أعلاها بمواد بقالة	حمل أكياس المشتريات من صندوق السيارة	مشهد خارجي - طريق خاص	الشخص الأول	
جريدة	متحنى لالتقاط الجريدة	مدخل المنزل	الشخص الثاني	
دلو، ماء، ممسحة ذات مقبض طويل، سلم	يفصل الشباب	أمام أحد التوافذ	الشخص الثالث	
	تعليقات	ملعب أطفال	البداية والنهاية باربارا	
راجع النص الصفحات 4.3 هيكل عظمي، جزء من العمود الفقري، صور فوتوغرافية.	عرض إجراء لقاء	غرفة عرض فارغة عيادة	الفقرة الأولى مراسل صحفي واحد أخصائي عظام ومفاصل	
			الفقرة الثانية باربارا	
المواد الضرورية لهذه النشاطات	إجراء لقاء إجراء لقاء وعرض الكدمات الساخنة، الموجات فوق الصوتية، التدليك، متابعة حالة الظهر... الخ.	عيادات مختلفة، مكتب قسم العلاج الذاتي	معالج طبيعى غلوريا ميلر مريضتان حقيقتان إن أمكن	
راجع النص الصفحات 8.7	عرض التمارين والإرشادات الخاصة	غرفة فارغة	الفقرة الثالثة شيريل، غلوريا، شخصان يقومان بالعرض	
ملاحظة: يمكن أن يقوم الأشخاص المشاركون بإداء الفقرات الخاصة الهادفة إلى جذب انتباه الجمهور وإماتاع أنفسهم بإداء العروض.				

النص النهائي	الوعي المطلوب	الأم الظهر	الصفحة -
--------------	---------------	------------	----------

فقرة خاصة

الصوت	الصورة
موسيقى تصويرية مع أداء المشهد التمثيلي الصامت	شخص يرفع انقباس المشتريات من مواد بقالة من صندوق السيارة يتألم !
	شخص ينحني للتعامل جريده ملقاة على مدخل الدار... يتألم !
	شخص على سلم يتحرك إلى أعلى وإلى أسفل وهو يتخلف زجاج النافذة
باربارا: أود... أود... إنهم يعانون من الأم الظهر.	
إذا حدث ألم الظهر نتيجة لانحنائكم فسيمكننا مساعدتكم	
سنعود إليكم..... مع الوعي الجيد.	
افتتاحية عامة.	افتتاحية عامة.
بداية البرنامج	لقطة عامة لبربارا قرب الأراجيح أو أي ألعاب أطفال أخرى (أ)
باربارا - أهلا بكم في برنامج (الوعي الجيد) برنامج مستشفى الدكتور الشهري الذي يهتم بكم ويعوالمكم ويصحكم.	
أنا بربارا ألين مقدمة البرنامج لهذا الشهر وأريد أن أعترف بشيء. موضوع اليوم يرتبط في الواقع ب...	
ظهرتي. هل تدفرون كيف كنا نتقلب ونقفز ونضحك ونعطي ونأرجح على مثل هذه الألعاب عندما كنا صغارا؟ لم نعد قادرين على فعل ذلك الآن.	
بدأت الأم ظهرتي قبل خمسة وعشرين عاما عندما قمت بمساعدة إحدى صديقاتي برفع وسحب خزان بخاري ثقيل إلى أعلى سلم كونكريتي وإلى داخل منزلها. وكان شيء مني أن أفعل ذلك. ولكني كنت	لقطة متوسطة من زاوية أخرى

(١) ملاحظة: المبارات المكتوبة بين الأقواس هي الملاحظات التي أضافها المخرج

النص النهائي	الوعي المطلوب	الأم الظهر	الصفحة -
--------------	---------------	------------	----------

فقرة خاصة

الصوت	الصورة
اشعر بالقوة والمنعة من أي أذى. والآن أنا لا اشعر بهذه المناعة.	
سنناقش اليوم بعض مسببات آلام الظهر التي تصيب أسفل الظهر... لماذا تحدث وكيف نعالجها، والأهم من كل هذا هو كيف نمنع حدوثها مرة أخرى. وسنبداً مع جوان رينز.	لقطة قريبة لجاربارا
جوان - هذا اختبار سريع نقدمه لكم لمعرفة مسببات آلام الظهر.	لقطة متوسطة لجوان في مكتب الدكتور ناختيغال
أي من هذه الأسباب تنطبق على حالتكم؟ يمكن أن تسبب الأمور التالية في ألم الظهر: 1- رفع صناديق كبيرة دون ثني الركبتين. 2- إشعال المصباح. نزاع الحذاء. العملاس.	عرض عملي للأسباب
إذا قلت أن الحالتين الأوليتين تنطبق عليك فإنك على حق. وإذا قلت أن الحالة الثالثة والرابعة تنطبق عليك أيضاً فإنك على حق أيضاً 100%.	جوان
الدكتور دين ناختيغال أخصائي أمراض المفاصل وفي تركيب الهيكل العظمي والمضلي لجسم الإنسان. دكتور ناختيغال، لقد قرأت مرة أن آلام الظهر تصيب 60-80% منا. وأن آلام أسفل الظهر هي الثمن الذي ندفعه بسبب استقامة أجسامنا... لماذا؟ لنعود إلى بعض أسباب هذه الآلام التي ذكرت في اختبار الصح والخطأ.	لقطعتان
إن رفع الأشياء الثقيلة دون ثني الركبتين هو أحد الأسباب المؤدية إلى آلام الظهر، إما إشعال المصباح ونزع الحذاء... فلا اعتقد أنها تسبب ألم الظهر. (ماذا حدث لذلك الجسم الصغير المرن الذي اعتاد أن يتأرجح ويغض ويتلوى...؟)	إعادة العرض السابق للحركات

النص النهائي	الوعي المطلوب	الأم الظهر	الصفحة -
فقرة خاصة			
الصوت	الصورة		
ومأذا عن العمود الفقري الذي يحمينا من الأم والأذى؟ (كالا نزلنا والأورام) ولتعد اختبار الصح والخطأ، لماذا يسبب العطاس لما في الظهر؟	لقطتان مختلفتان ولقطة قريبة. (صور فوتوغرافية (سلايدات) للهيكل العظمي)		
ما هي الأسباب الأخرى الشائعة؟ (الأحذية ذات الكعوب العالية والملابس الضيقة وسحب الأثقال والربوطة وانخفاض نسبة الكالسيوم وقلة التمارين الرياضية وأمراض الكلية والتوتر العصبي) هل يمكن أن تؤثر المشاكل الصحية المتعلقة بالظهر؟ (التهاب المفاصل، ليونة العظام، تشوهات في العظام، ضعف العضلات... الخ.			
جوان: أيا كان السبب، المهم إنه عندما يحصل أذى في الظهر، لا يزول الألم من حاله. ماذا يمكن أن نتخذ من إجراءات في المنزل وإلى أين نذهب لنتراجع ويخف الحكة؟	لقطة قريبة لجوان		
سنعود إليكم... ومع باربرا التي بعد هذه الرسالة من مستشفى الذكري - راعي برنامج الوعي الجيد.	لافتة المستشفى.		
الفقرة الثانية باربرا: كما قلت سابقاً، أنا مثال جيد لهذا الموضوع. يصيب ظهري ألم كبير ومتواصل عندما أحنى وأرفع أشياء في وقت واحد. وهذه قائمة ببعض الأشياء التي أحاول القيام بها في المنزل لتخفيف الألم أسفل الظهر، قبل أن استشير أخصائياً. (تتشر لفة ورق طويلة وتبدأ بالقراءة)	لقطة متوسطة لباربرا		
كمادة ساخنة عادية، كمادة ساخنة رطبة الأفراس المهدلة للالام كالإسبرين والبنارين والتلينول ولاصق للكلية وسادة أضعها خلف ظهري وفي بعض	تغير اللقطة ببطء إلى لقطة متوسطة.		

النص النهائي	الوعي المطلوب	الأم الظهر	الصفحة - -
--------------	---------------	------------	------------

فقرة خامسة

الصوت	الصورة
الأحيان انقلب وأتولى على الأرض وأتأود من الألم . وهذا جهاز أهدائي يباه أحد الأصدقاء مؤخرًا .	تحمل باريرا خيطا معقودا فيه حبات خشبية كبيرة .
د . ناخيتغال، هل لأي من هذه العلاجات فائدة يمكن أن يحاول أي شخص تجربتها قبل أن يستدعي الطبيب .	لقطنان
متى يجب أن تستدعي الطبيب؟ (عندما يصل الألم إلى القدمين وخاصة عندما يصل إلى القدمين وإذا حصلت مشاكل في الإدرار، وإذا حصل خدر أو صعوبة في تحريك الرجل أو القدم) إلى أي الأطباء تذهب في هذه الحالة؟ ماذا تفعل عندها؟ ... كيف تفحص مريضاً؟ ما هي أكثر الوصفات الطبية التي تنصح بها عادة؟ (العلاج الطبي أم العلاج الطبيعي أم الراحة التامة في السرير) (ملاحظة: اسأل أيضاً عن ما يمكن فعله في المستقبل إن لم تنفع أي من العلاجات السابقة في الشفاء، فما الذي يمكن عمله بعد ذلك؟ الجراحة أم ماذا؟)	لقطنان مختلفتان ولقطة قريبة
(الدخول إلى غرفة العلاج الطبيعي) باريرا: (تقدم غلوريا) كيف ينسق المعالج الطبيعي مع أخصائي العظام و المفاصل أو مع طبيب العائلة، ما هي أكثر العلاجات استخداماً هنا؟ أفيما يتعلق بالأم الظهر (هل هو استخدام الكمادات الساخنة أم الموجات فوق الصوتية أو التدليك...)	باريرا وغلوريا في قسم العلاج الذاتي حيث تظهر المعدات في خلفية المشهد .

النص النهائي	الوعي المطلوب	الام الظهر	الصفحة -
فقرة خاصة			
الصوت		الصورة	
(تناقش المواضيع المطروحة أعلاه مع عرض عملي)		يقدم العرض شخص آخر من قسم العلاج الذاتي.	
باربرا / صوتها فقط: وفقاً لما ورد عن عدة مصادر تأتي الام الظهر في المرتبة الأولى نتيجة للمخاطر المهنية التي تعطل 7 ملايين مواطن أمريكي عن ممارسة أعمالهم كل يوم وتشكل حوالي ثلث التعميمات المالية التي يطالب بها العمال. تكلف الأضرار الصحية التي تصيب الظهر العمال حوالي 10 بليون دولار سنوياً عدداً كبيراً من المتضررين وهذا مقدار كبير من المال لأن عدد المصابين بالأم الظهر يتزايد باستمرار بسبب قلة النشاط والحركة الجسدية. هل تعالج هذه الإصابات الناتجة عن العمل بشكل مختلف عن غيرها من الحالات؟ هل توجد طرق حديثة أخرى لمعالجة الأم الظهر بالعلاج الطبيعي؟		لقطة متوسطة لشخص آخر يعمل بناءً أو عامل صيانة تعرض للآذى أثناء العمل. وقد بدأ العلاج توا.	
(يذكر هنا آخر تعليق للدكتور ناخيفال)		العودة إلى المريض الذي يتلقى العلاج	
باربرا / صوتها فقط: على الرغم من معالجتهك لالام الظهر، فما إن تشفى من أول مشكلة صحية تصيب الظهر، حاول أن تجد طريقة لمنع حدوث هذه الحالة مرة أخرى. ستنضم شيريل راندل إلى غلوريا ميلر بإعطاء بعض النصائح الخاصة وبعض التمارين مباشرة بعد هذه الرسالة من مستشفى الذكري - واعي برنامج الوعي الجيد.			
الفترة الثالثة			
		تؤدي كل من غلوريا وشيريل بعض التمارين ويقدمان بعض الأفكار أو النصائح المفيدة.	

النص النهائي	الوعي المطلوب	الأم الظهر	الصفحة -
فقرة خاصة			
الصوت	الصورة		
(اذكروا انكمستمعون العنوان لمن يريد الحصول على نسخ من التمارين والنصائح في نهاية البرنامج)		ليقدم عرض عملي لكل النصائح	
شيريل: هل كنت تسمعينا يا باربرا؟ باربرا: تأكدوا من أنني سمعت شيريل. وها أنا أخبركم كيف تحصلون على نسخ من هذه التمارين والنصائح.		باربرا تقف فوق زلاجة أحد الأطفال ولكن لا يمكن رؤية الزلاجة.	
اكتبوا إلى: الوعي الجيد - الأم أسفل الظهر قسم العلاقات العامة - مستشفى الذكري سندوق بريد م - 118 يورك ساعيد عليكم العنوان بعد قليل.		العنوان على الشاشة.	
أذكر إحدى استاذات الصحة في الجامعة عندما كانت تعلمنا كيف تكون الوضعية الصحيحة للجسم، كانت تجعلنا ندور في حلقة وتقول، "ارفعوا صدوركم إلى أعلى ما يمكنكم" لقد كان هذا العمل ممليا ومريحا حينها ولكنه لم يعد كذلك. كانت على حق، بكل بساطة قف واجلس بالوضع الصحيح لتتجنب حدوث إصابات الظهر والامه سنين طويلة قادمة. إن كنت سأقدم نصيحة واحدة للأشخاص الذين لم يصابوا أبدا بالأم الظهر ومشاكله فستكون:..... باربرا: لا تضغط على نفسك وتبذل جهدا أكثر من طاقتك. فما إن تصاب بأي إصابة في الظهر فأنها ستلازمك طوال حياتك وتعود الالام بين		يجب أن يوافق الكاتب على الأهداف والمضامين التي يضمنها.	

النص النهائي	الوعي المطلوب	الأم الظاهر	الصفحة -
فقرة خاصة			
الصوت	الصورة		
فترة وأخرى. لذلك... سنعيد ذلك العنوان مرة أخرى ليمكنكم الحصول على نسخ من التمارين والنصائح. تذكروا... قبل أن تبدأوا بأي برنامج للعلاج بإجراء التمارين، يجب أن تستشيروا طبيبكم أولاً وهذا شيء مهم جداً. مستشفى الذكري تتمنى لكم الصحة والعافية والوعي الجيد بكل ما يمكن أن يؤثر على صحتكم. أأين تخبروا جيرانكم وأصدقائكم عنا؟	يظهر العنوان على الشاشة (كرر)		
وحسب اللقاء القادم، أتمنى لكم أنا باربرا ألين أن تكونوا في أحسن صحة وحال	تبتعد الكاميرا ببطء لتظهر باربرا وهي تقف فوق زلاجة أطفال. إنها تنحني وتمد قدمها إلى الأمام وكأنها تريد أن تنزلق.		
	تعتيم إلى اللون الأزرق.		
موسيقى ختامية.	اسماء الكادر العامل في البرنامج.		

البرامج التعليمية الرسمية Formal Education Programs

تعد البرامج التعليمية الرسمية المعدة للتدريس الأساس الذي يعتمد عليه إعداد البرامج التعليمية الإذاعية التلفزيونية. ويعتبر مؤلف البرامج التعليمية الإرشادية الرسمية مخططاً. إن كتابة البرنامج التعليمي هي عملية تعاونية يشترك فيها كل من: واضع مفردات المنهج، المدرس الذي يقوم بالتدريس في الاستوديو، مدرس المادة الأصلي، المشرف التربوي، والمنتج والمتخصص في الإذاعة والتلفزيون وأخيراً يجب أن يوافق الكاتب على الأهداف والمضامين التي يضعها ويحددها الخبراء في التعليم لكل حلقة من البرنامج. ولكنه يجب أن يكون قراره صارماً إزاء أسلوب عرض المادة وتقديمها. يميل الكثير من المسؤولين عن التعليم إلى اعتبار وسائل الإعلام جزء

من قاعة الدرس أو امتداد لها فيقومون في البرامج التعليمية أساليب التدريس المدرسية والتي يمكن أن تكون فعالة ومؤثرة في الصف ولكنها ليست كذلك في البرامج الإذاعية والتلفزيونية.

والاهم من كل ذلك، يجب أن يتجنب الكاتب وجود (متحدث رئيسي) شخص يقوم بعرض وتقديم المادة التعليمية بنفس طريقة وأسلوب المدرس في قاعة الدرس. ويجب أن تقدم البرامج التعليمية المسموعة والمرئية بالأسلوب الذي اتبعه التدريسي المعروف جون ديوي واعتبره الأساس الذي يقوم عليه التعليم الناجح: اجعل قاعة الدرس مفتوحة الآفاق على العالم وانقل العالم وما فيه إلى قاعة الدرس. ويحتاج الدرس التلفزيوني الفعال إلى مدرس وإلى شاشة عرض. يجب أن يرافق التعليم الإذاعي والتلفزيوني الجيد إعدادا وإنتاجا سمعيا ومرئيا جيدا.

طريقة الإعداد Approach

قبل كل شيء يجب أن يحدد الكاتب الأهداف والمواد التي تتضمنها كل حلقة من البرنامج وكذلك مدة الحلقة. وبعد ذلك يمكنه وضع موجز لكل فقرة. ويجب أن يهتم الكاتب بأن يقدم الموجز بعد الخطة التعليمية التي يضعها خبراء التعليم لكل وحدة تعليمية. ويجب أن يؤكد على المواضيع المهمة ويتناول المواضيع غير المهمة بشكل عرضي. بعض البرامج التعليمية لا يعد لها نص كامل وإنما تنتج اعتمادا على مخطط عام مفصل أو على موجز بقرات البرنامج. فمثلا إذا استخدم البرنامج فيلماً أو شريطاً مصوراً ميدانياً فلا يمكن وضع نص كامل للإيضاحات العملية واللقاءات التي تتم في موقع العمل. ويكون إعداد نصوص البرامج التعليمية شبيه بإعداد البرامج الخاصة أو برامج المقابلات وبرامج الشركات المشابهة للبرامج التعليمية.

ولمعظم البرامج التعليمية مدرسون خاصون للتدريس في الاستوديو. فبعض المدرسين الممتازين في التدريس في المدارس يكون أدائهم ضعيفاً أمام الكاميرا، وبعض المدرسين الذين يكون أدائهم ضعيفاً في المدرسة يكونون ممتازين في التلفزيون. وفي بعض الأحيان يؤثر شخص متمرس ليقوم بدور المدرس. ويمكن أن تختلف تفاصيل النص وفقاً لكفاءة المدرس أمام الكاميرا.

وحتى في مرحلة إعداد المخطط التمهيدي للبرنامج، يجب أن يتعرف الكاتب على إمكانيات التلفزيون الخاصة التي يمكن بواسطتها تقديم المادة بشكل أكثر فعالية من تقديمها في قاعة الدرس. ادخل عناصر الإمتاع والتسلية والإبداع الخلاق في المادة التعليمية المقدمة في البرنامج.

ويجب على كاتب البرامج التلفزيونية التعليمية أن يحفز المشاهد المتعلم وأن يربط بين المادة المقدمة وتجارب الحياة الواقعية للمتعلم. استمر عناصر المرح والدراما والتشويق بكل حرية من الفقرات الأكثر تأثيراً في برامج التسلية والترفيه واستخدامها في البرنامج. على الرغم من أن برنامج (افتح يا سمسم) ليس برنامجاً تعليمياً رسمياً ولكنه يستخدم في العديد من قاعات الدرس وتمتزج فيه أفضل صيغ وتقنيات البرامج التلفزيونية من الرسوم المتحركة إلى الإعلانات التجارية.

ولا تخش استخدام وسائل الإيضاح بكل حرية في التلفزيون والمؤثرات الصوتية في الراديو. فالاستخدام الأمثل للكتابة التوضيحية يوفر توضيحاً أكثر رسوخاً في ذهن من أسلوب الإيضاح المدرسي التقليدي.

فالأمثلة التي يطرحها المدرس بشكل اعتيادي في قاعة الدرس يمكن أن تكون أكثر وضوحاً وفعالية من تلك التي تقدم عن طريق الوصف الشفوي فقط أو بواسطة الصور أو النماذج. أما في التلفزيون فيمكن إظهار وإيضاح الأشخاص أو الأماكن أو الأشياء أو الأحداث التي يتناولها البرنامج على حقيقتها. يمكن تقديم فقرة إذاعية ثنائية للمرسل والمستقبل ويمكن أيضاً في بعض الأحيان تقديم فقرة تلفزيونية ثنائية المصدر. وحتى في البث التلفزيوني الأحادي المصدر، يمكن تبادل الأسئلة والأجوبة والآراء ومناقشتها عن طريق الاتصال الصوتي بين قاعة الدرس والمدرس في الاستوديو، إذا كان البرنامج حياً. ويمكن أن تجري المناقشات بين عدة صفوف مدرسية تتناول مناقشة نفس الموضوع في وقت واحد. ويمكن إجراء الاختبارات أو التقييم أثناء الدرس الإذاعي أو التلفزيوني الحي عن طريق مراجعة المادة وإعادةتها. إن مدرس الاستوديو وفريق العمل الذي يضع خطة الدرس يعرفون جيداً نوع الأسئلة التي سيطرحها الطلاب ولذلك يجب أن يقدموا المعلومات التي تجيب عن تلك الأسئلة ويخصصوا وقتاً مناسباً من الدرس الحي لطرح الأسئلة والإجابة عليها. يخشى أصحاب المحطات الإعلامية التجارية بشدة من البقاء وقت بث

إذاعي أو تلفزيوني غير مستقل، ولكن البرامج التلفزيونية التعليمية الجيدة تخصص وقتاً ليقوم المدرس الصفي بمراجعة المادة التي قدمها مدرّس الاستوديو وكذلك لخلق تفاعل مناسب بين الطلاب والمدرّس الصفي ومدرّس الاستوديو.

ولا يقوم المدرسون الصفيون بالتدريس من فراغ وبدون إعداد مسبق. ويجب أن يتوفر لكل برنامج تلفزيوني تعليمي أو سلسلة برامج إذاعية تعليمية دليل مدرّس مكتوب يبين بالتفاصيل أهداف ومستوى ومحتويات وتقييم كل درس تعليمي إذاعي وتلفزيوني. ويتضمن الدليل التوصيات الأولية والتوصيات الخاصة بالمراحل اللاحقة. وفي بعض الأحيان، يعد الدليل بعد انتهاء سلسلة البرامج التعليمية، وفي أحيان أخرى يكتب الدليل بشكل متزامن مع تطور السلسلة التعليمية وفي هذه الحالة الأخيرة يكون الدليل الأساس الذي يعتمد عليه الكاتب في وضع الخطوط العامة لنص كل حلقة من البرنامج.

التقنيات Techniques

- 1- اتبع تسلسلاً منطقياً في كتابة كل نص. ابدأ بمراجعة المادة السابقة وإعداد المادة اليومية الجديدة واختتم بتحديد الواجبات التي يجب أن يقوم بها الطلاب مثل إعداد البحوث أو المشاريع الميدانية أو الدراسة الفردية.
- 2- حفز المتعلم على التعلم بتقديم مادة مثيرة. اجعل تجربة التعلم مثيرة بالنسبة للأطفال في المرحلة الابتدائية وللبالغين في المدارس المهنية أو بالنسبة للموظف أو العامل في محل عمله. استخدم محفزاً سمعياً أو مرئياً يثير الخيال أو مادة تشد انتباه الطالب وتجذب المشاهد وتمتعه.
- 3- ليكن النص موجهاً إلى فئة معينة من الجمهور. وحدد منذ البداية إن كانت خطة البرنامج معدة لمدرسة واحدة أم لنظام مدرّسي معين أم للدولة بكاملها أم للتوزيع الوطني. وحدد خلفية اهتمامات الطلاب الذين سيشاركون البرنامج.
- 4- اكتب المادة بحيث تكون مناسبة لمستوى علمي معين. حدد مستوى الصعوبة المطلوبة للمادة المعدة وذلك بمساعدة خبراء التعليم استناداً إلى قدر المعلومات التي لدى الطلاب سلفاً ومستوى اللغة التي يمكن أن يفهمها الطلاب في تلك المرحلة ليستوعبوا المادة بشكل جيد.

- 5- شجع الطلاب على خلق أفكار جديدة من خلال أعمال تفكيرهم وخيالهم.
- 6- اتبع مبادئ الكتابة التجارية الجيدة. اجذب انتباه الطلاب واهتمامهم، اكشف لهم المعلومات، أعطهم فكرة واطرحتهم ليعملوا أو يفكروا عن طريق تقييم ومتابعة ما تعلموه.
- 7- اتبع مبادئ الكتابة المسرحية الجيدة. ابدأ بعرض الأحداث أو خلفيتها ثم اتبع ذلك بخلق صراع وتشويق لما يحدث للشخصيات أو الموقف أو الفكرة وادمج مع ذلك ليعمل كعنصر تعقيد المسائل والأساليب الصعبة التي يتعلمونها وحرك الطلاب لبلوغ ذروة الحماس عندما يتوصلوا إلى اكتشافات ونتائج بجهودهم الخاصة. تكون أكثر أساليب التعلم فعالية عندما يعطى الطالب خيارات متعددة ليعمل عليها ويتوصل إلى الحل بفكره وجهده الخاص. يعتبر أسلوب الدراما أسلوباً مميزاً لاستخدامه في التعليم. فعلى سبيل المثال، يمتد الكثير من النقد والباحثين أن دور كتاب الدراما في تثقيفنا من خلال عمق بصيرتهم وإحساسهم بالعلاقات الإنسانية فيما بين البشر وفيما بينهم وبين محيطهم أكبر من دور علماء التاريخ أو الاجتماع. وكمثال على ذلك، لقد منحنا مسرحيات شكسبير فهماً لدوافع ملوك إنكلترا وعلاقاتهم الشخصية أكثر مما منحنا إياه أغلب كتب التاريخ.
- 8- كن مبدعاً وخلاقاً في كتاباتك. لا تعرض المعلومات فقط، وإنما اجعل عرضك لها ممتعاً ومشوقاً. فمثلاً، من أكثر أساليب تدريس التاريخ فعالية هي طريقة "كنت هناك" وهي الطريقة التي شاع استخدامها أكثر من غيرها لعدة سنوات. اكتب النص وكأن فريقاً من المراسلين متواجدين في موقع الحدث والزمن التاريخي لينقلوا للمشاهدين بالصوت والصورة والكلمات والمقابلات مع الشخصيات التاريخية المعينة الأخبار والتعليقات عن أهمية ومعنى ما يحدث وبالطبع يجب أن تكون مواقع الأحداث وملابس المؤدين مطابقة قدر الإمكان لما كانت عليه في زمن الأحداث التاريخية التي يتناولها البرنامج. يجب أن تكون الأحداث واقعية، أما أسلوب تقديمها فيجب أن يتضمن عنصر التشويق والمتعة التي تتميز بها الأعمال الدرامية التاريخية.

أما الطريقة الأخرى التي تستعمل بكثرة وخاصة في البرامج التعليمية العلمية فهي ارتداء المودين ملابس تدل هياتها على الأشياء الجامدة التي يتناول البرنامج دراستها، وكان يقوم الجسم المضاد لفيروس الإيدز بدور الدليل الذي يقودنا في جولة لاطلاعنا على كيفية دخول فيروس الإيدز للجسم وتدميره له. على الرغم مما لهذه الطرق الخيالية المبتكرة من تأثير فعال في عملية التعليم، إلا أنه كلما ازداد أسلوب التقديم تعقيدا، كلما زادت كلفة الإنتاج.

إن أحد أبسط الأساليب وأكثرها استخداما هي أسلوب العرض المباشر للأراء والأصوات الناس وللأماكن والأشياء التي لم يكن بالإمكان توفيرها في قاعة الدرس التقليدية، ويشمل ذلك التجارب العلمية والمقابلات المتعلقة بسير الشخصيات وحياتهم والعروض الفنية والمعلومات الجغرافية ويمكن تشبيه البرنامج التلفزيوني الذي يستخدم هذه الطريقة برحلة مصورة يقوم مدرس الاستوديو بالتعليق على ما يظهر فيها. وكمثال على هذا النوع من النصوص نقدم فيما يلي بداية ونهاية أحد الدروس من سلسلة دروس تعليمية مصممة للمرحلة الرابعة من الدراسات الاجتماعية.

الأراضي وشعوب هذا العالم

عنوان الدرس: اليابان

درس رقم: 29

الفيلم: دقيقة واحدة.

الموسيقى: دقيقة واحدة.

الأراضي وشعوب هذا العالم.

تعليق: دونا ماتسون.

تقول الأسطورة إن إله الشمس هي التي أوجدت الجزر اليابانية، ولم يسكن أرض الشمس المشرقة لسنين عديدة سوى بعض القبائل. ثم بدأ التجار الصينيون وبعض الأجانب الآخرين بزيارة اليابان وجلبوا معهم أفكارا وثقافات جديدة. ولكن حكام اليابان لم يقبلوا بحدوث أي تغيير في بلادهم لذلك أغلقوا حدودهم ولم يسمحوا لأحد بالدخول إليها أو المغادرة منها. وبقيت اليابان وشعبها منعزلين عن العالم الخارجي قرابة 200 سنة.

ثم حدث في عام 1853 أن أبجر بييري قائد البحرية الأمريكية بسفنه البحرية إلى خليج طوكيو وأقنع اليابانيين على فتح مينائين من موانئهم في وجه التجارة الأمريكية.	
ويسرعة مذهلة تعلم اليابانيون أساليب وطرق العالم الحديث وأصبحوا اليوم أحد أعظم الدول الصناعية في العالم.	
أهلاً بكم أيها الفتیان والفتيات. درسنا اليوم حول واحدة من أكثر دول العالم إبهاراً في عالمنا المعاصر ألا وهي اليابان.	دونا على الهواء:
تتكون اليابان من مجموعة من الجزر التي تقع في قارة آسيا على مسافة من السواحل الشرقية لروسيا وكوريا والصين في الجزء الغربي من المحيط الهادي.	تظهر خريطة لقارة آسيا:
تتكون اليابان من أربعة جزر رئيسية وهي: هوكايدو وهونشو وكيشو وشيكوكو بالإضافة إلى حوالي 3000 جزيرة صغيرة. وتساوي مساحة هذه الجزر اليابانية من الشمال إلى الجنوب الغربي مسافة تبلغ حوالي 1200 ميل.	
يعتبر الجبل البركاني فيوجيياما الذي يبلغ ارتفاعه أكثر من 12000 قدم فوق مستوى سطح البحر أعلى منطقة في اليابان. الجزر اليابانية هي في الواقع قمم جبلية ما زالت مستمرة في التوسع.	يعرض فيلم مدته 3 دقائق موسيقى.
تقع اليابان في مركز المنطقة الحرارية العظمى في المحيط الهادي ولذلك يقع فيها حوالي 1500 زلزالاً سنوياً ولكنها لا تسبب في معظمها سوى أضراراً طفيفة.	
مناخ اليابان متباين ومتنوع ما بين المناخ الاستوائي في الجزر الجنوبية إلى الصيف البارد والشتاء المثلج في الجزر الشمالية.	
يبلغ عدد سكان الجزر اليابانية أكثر من 120 مليون نسمة ويعيش اثنان من بين كل ثلاثة أشخاص في المدن. وتعتبر مدينة طوكيو عاصمة اليابان من أكبر المدن في العالم ويبلغ عدد سكانها أكثر من 12 مليون نسمة. وتعتبر كل من مدينة أوساكا وكيوتو ويوكوهاما من المدن الكبيرة أيضاً ويبلغ عدد سكان كل منها أكثر من مليوني نسمة.	طوكيو

لقد أعيد بناء مدينة طوكيو مرتين في الـ 60 سنة الأخيرة مرة بعد أحد الزلازل الكبيرة ومرة أخرى بعد الغارات الجوية عليها أثناء الحرب العالمية الثانية.

إنها الآن تشبه إلى حد كبير إحدى المدن الأمريكية بشوارعها العريضة المبلطة وأبنيتها الحديثة العالية وأزدهام مرورها. لقد نمت طوكيو بسرعة مذهلة بسبب قطاراتها الحديثة التي تنقل أكثر من مليون شخص يوميا من وإلى أعمالهم.

تصنع معظم البيوت اليابانية من ألواح خشبية وأبواب منزلقة. وتكون هذه البيوت مقاومة للزلازل ولكنها لا تقاوم النيران. ولأكثر البيوت حدائق جميلة. وتكسى أرضية البيوت بغطاء يشبه الوسائد لأن الشعب الياباني يجلس على الأرض عند تناوله الطعام على موائد وأطنة وينامون كذلك على هذه الأرضية الناعمة براحة ويلتحفون بأغطية يطوونها ويخزنونها أثناء النهار. ومن أجل أن تبقى هذه الأرضيات نظيفة فإنهم يتركون أحذيتهم عند الباب قبل دخولهم إلى داخل منازلهم. إنهم من أنظف الشعوب التي رايتها في حياتي.

الطلاب

في اليابان، يجب أن يذهب الفتيان والفتيات إلى المدرسة لمدة تسع سنوات. وهذه هي مرحلة الدراسة التي تمتد من سنة إلى تسع سنوات. ويعين لهم واجبات مدرسية طوال العطلة الصيفية. ويجب على جميع الطلاب دراسة اللغة الإنكليزية. يوجد أكثر من 60 جامعة وكلية في طوكيو.

الأم والطفل

الأطفال اليابانيون شديدو الأدب والاحترام لأبائهم وأجدادهم ويبدلون جهدهم لكي لا يسيئوا لعائلتهم بأي شكل من الأشكال.

الميناء

اليابان دولة تتألف من جزر ومثل هذه الدول تحتاج إلى سفن وتعتبر اليابان رائدة بين دول العالم أجمع في صناعة السفن والسيارات وفي الصناعات البلاستيكية والإلكترونية.

تستورد اليابان الكثير من الحديد لتصنع منه النقلات والسيارات والمعدات التي تصدرها إلى الولايات المتحدة وإلى دول أخرى. يستخدم السكان في تنقلاتهم الباصات والقطارات

الإلكترونية لأنه لا مجال لاستخدام السيارات الخاصة. ضيق المساحة هي المشكلة الرئيسية في اليابان. وتعتبر اليابان كذلك أكبر مصدر لأدوات المائدة المصنوعة من السيراميك والكاميرات والعدسات والمعدات الإلكترونية والموتورات.

نهاية الفيلم (3 دقائق)

دونا على الهواء: في حقيقة الأمر، هذه بعض الأشياء اليابانية الصنع التي امتلكها. كامرتي والمسجل وأدوات المائدة السيراميكية. تعتبر صناعة الأنسجة من الصناعات الأخرى المهمة في اليابان. تنتج اليابان أكثر من نصف احتياجات العالم من الحرير الخام، تذكروا أنه يتم الحصول على الحرير من شرنقة دودة القز.

فيلم مدته سبع ونصف دقيقة

اليابان من أكبر دول العالم امتحانا للصيد إذ أن لديها 400,000 قارب صيد وهذا يفوق ما لدى أي دولة من دول العالم.

الصيد

حكم اليابان لمدة تزيد على ألف عام إمبراطورا له سلطة كبيرة على الشعب. أما في الوقت الحاضر فإن واجبات الإمبراطور تقتصر على المراسيم الرسمية. ونشاهد الإمبراطور هنا وهو يحي شعبه بمناسبة رأس السنة الجديدة من مقر القصر الرئاسي في طوكيو.

عرض فيلم

بعد الحرب العالمية الثانية أصبح الحكم في اليابان ديمقراطيا إذ ينتخب الدايت (مجلس الشعب في اليابان) رئيس الحكومة، وينتخب الشعب مجلس النواب والمجلس الاستشاري.

تنتهي البرنامج.

دونا على الهواء

موسيقى: 15 ثانية.

يظهر بالطريقة الإلكترونية: اسم الخبير.

برامج الأطفال Children's Programs

تشمل البرامج التعليمية غير الرسمية برامج الأطفال. يقدم عدد من البرامج التلفزيونية في وقت واحد خليطاً من المعلومات والأفكار والأخلاقيات وقرارات مسلية للمشاهدين من الأطفال، تماماً كما كان يفعل الراديو في عهد سابق. أما الآن فإن القليل جداً من برامج الأطفال، فيما عدا برامج الكارتون، تستمر في التلفزيون. وتنتج شبكات المحطات التلفزيونية في بعض الأحيان برامج خاصة للأطفال وتقوم بعض المحطات الفردية ببرامج محلية للأطفال. وتنقل بعض المحطات التجارية ومحطة التلفزيون العامة برنامج (افتح يا سمسم). ولكن للأسف مضى زمن الأعمال الدرامية غير الدعائية الخاصة بالأطفال. قد يكون لأفلام الكارتون حبكة أو تتابع أحداث ولكنها على العموم هابطة المستوى من ناحية التأليف وملينة بمشاهد العنف والجنس وفي كثير من الحالات تكون عبارة عن إعلانات تجارية مطولة كأن يركز الفيلم الكارتوني كله حول لعبة من الألعاب التي يرغب المعلن بيعها للأطفال. لقد بدأ البث القابلوي بإحلال برامج الأطفال محل البرامج الرصينة ومنع فرص جديدة لكتاب برامج الأطفال.

ويجب تطبيق بعض المبادئ والتقنيات الأساسية عند الكتابة للأطفال. وأول هذه المبادئ وأهمها أن يتذكر الكاتب مدى تأثير التلفزيون على عقول وعواطف الأطفال التي تتأثر بسرعة بما ترى وتسمع. ولحسن الحظ، يقوم كتاب برامج الأطفال بمناقشة أفكار أي برنامج أطفال جديد مع خبراء في تربية الأطفال ومع متبني قضايا الأطفال قبل كتابة نصوص يمكن أن تكون مؤذية للصغار ولتربيتهم النفسية والخلقية.

طريقة الإعداد Approach

الخيال هو الشيء الأساسي الذي يجب الاعتماد عليه عند إعداد وكتابة برامج الأطفال لضمان نجاحها. إن خيال الأطفال واسع ومثير ومحفز. لا تنقيد وتحدد أفكارنا وخيالاتنا إلا عندما نجبر على الخضوع والتكيف مع نظام التعليم الرسمي وعندما تقترب فيما بعد من مرحلة البلوغ. يستطيع الأطفال أن يطلقوا العنان لخيالهم اللامحدود على شرط أن يكون مبنياً على أسس صحيحة يمكن تصديقها. وينطبق

الشيء نفسه على الأعمال الهزلية الكوميديّة التي يؤلفها البالغون. فطالما تتوفر المصادقية في بناء الشخصيات والمواقف وأجواء العمل وطالما يكون تطور الحبكة منطقيًا، تكون الأحداث والأفعال مقبولة.

التصميم العام Format

تتجارب بعض الفئات العمرية إلى أنواع معينة من المضامين بشكل أفضل مما تتجارب مع غيرها. فالطفل في بداية المراحل الأولى يتعلق بالمادة التي تعرفه بأساسيات التفكير المنطقي. فقد تروق له الرسوم التخطيطية التي يرافقها قصة أو حبكة بسيطة أو بعضاً من قصص الجن.

ويكون للنشاطات التي يمكن أن يشارك بها الطفل إن لم تكن معقدة وصعبة بالنسبة له، تأثير كبير جداً. أما الطفل الذي يتجاوز الثامنة أو التاسعة من عمره فيمكن أن يتجارب مع أخبار العالم الخارجي. كذلك يكون للأعمال الدرامية وخاصة قصص المغامرات حيث يحاكي الطفل البطل أو البطة تأثير فعال. ويكون الأطفال في نهاية المرحلة الأولى قد بدؤوا بقراءة فقرات من الصحف اليومية ومتابعة الأخبار والبرامج الوثائقية بالإضافة إلى أفلام الكارتون وكوميديا الموقف في التلفزيون، ويمكنهم أن يتجاوبوا مع الآراء والأفكار ومع أحداث الحياة الواقعية اليومية. لقد صرحت لوسيندا وتيلي منتجة برامج الأطفال في التلفزيون البريطاني لمجلة "سيكترم" بأنه: "لا يمكن أن نجعل كل برامج الأطفال لطيفة وجميلة... إلا بأن تعمل مضامين هذه البرامج على تحفيز عقلية الطفل وتدفعه للتفكير وأن تتناول القضايا التي تمس الأطفال في الوقت الحاضر." وأكدت وتيلي كذلك على ضرورة مشاركة ومساندة الجمهور بإمداد البرامج بالمواد المناسبة.

أسلوب الكتابة Writing Technique

حاول أن توجه إلى الطفل بشكل مباشر. ومن المفيد جداً استخدام طريقة العرض مع وجود راوي أو شخصية تقوم بالتعليق والكلام مع الأطفال بشكل مباشر. كن بسيطاً وواضحاً في كلامك ولكن دون أن تهبط إلى مستوى متدني ودون أن تتعامل بأسلوب الواعظ. ولا تطيل الحوار أكثر مما ينبغي، فالعرض المليء

بالحركة والنشاط - عرض الأفكار بشكل متنوع وحيوي - يكون أكثر تأثيراً وفعالية. فعند كتابة قصة مثلاً، لتكن الحكاية بسيطة دائماً. لا تقدم لهم مادة غزيرة في آن واحد ولا تطل عليهم لأنه لا يمكن شد انتباه الطفل إلى شيء واحد لفترة طويلة. وتجنب عرض المواد التي يمكن أن تكون قد اطلع عليها الطفل أو درسها في المدرسة إلا إذا كان بإمكانك أن تضيف إليها معلومات أخرى وبذلك تنقل الطفل إلى مرحلة أعلى من مراحل التعليم. حاول أن تحفز مدارك الطفل بعرض أفكار وتجارب جديدة دون أن تحشو البرنامج وتطيله بمادة غير ناعمة. كن معدداً وواضحاً في طرح ما تريد من مفاهيم أخلاقية وسلوكيات قيّمة لكي لا تشوش فكر الطفل وتربكه.

ويعتبر التشويق من أهم عناصر العمل الدرامي بكل أشكاله. يجب أن تشد الطفل إلى صراع، مهما تكن بساطته، لتجعله متلهفاً لمعرفة ما سيحدث، تماماً كما يحدث في التمثيليات المعدة للكمبيوتر. ومن التقنيات الناجعة في كتابة الأعمال الدرامية للأطفال أن تجعل الطفل مطلعاً على أحد الأسرار في الرواية بينما تجهله بعض شخصيات الرواية ذاتها.

ويجب أن يشترك المشاهدون الصغار وتختبر قدراتهم في البرامج التي تهدف إلى التعليم والإرشاد بشكل خاص. صرح نيل بوكان، كاتب ومنتج أحد برامج الأطفال الناجحة جداً في التلفزيون البريطاني الخاص بتثقيف المواهب الفنية وهو "افتح الفن"، لجريدة سبكتريم بما يلي: "لا يمكنك في الوقت الحاضر أن تستهل البرنامج بعبارته "مرحباً يا أطفال، لقد حان وقت الرسم الآن فأهلاً بكم" إنهم لن يتقبلوا ذلك إنهم لن يأخذوا البراءة منك، ولكن إن استطعت أن تحفزها بشكل غير مباشر فستجد كيف تهناً وجوههم لأن البراءة موجودة فيهم أصلاً وتكمن المهارة في كيفية الوصول إليها.

نموذج النص The Manuscript

تكتب بعض برامج الأطفال كاملة مع كل الحوار والإرشادات الخاصة بالإخراج. وتستخدم بعض البرامج موجزاً بالخطوط الرئيسية للبرنامج وخاصة في البرامج غير الدرامية أو البرامج التي تعتمد على مقدم لفقراتها. لقد مزج برنامج

"افتح يا سمسم" بين تقنيات البرامج التعليمية والبرامج التجارية بجمعه بين عناصر مختلفة مثل الأداء الحي للممثلين، واستخدام الدمى المتحركة والموسيقى والمخططات التوضيحية والمؤثرات الخاصة السمعية والمرئية ووسائل أخرى مما يمكن أن تشد انتباه واهتمام المشاهدين الصغار.

قسم برامج الأطفال في التلفزيون

افتح يا سمسم

يعرض على الهواء في 15 آذار.

النسخة النهائية للبرنامج.

عرض فيلم: مقدمة البرنامج.

فيلم: يعرض موضوع برنامج افتح يا سمسم.

ديفيد يدرس (المواقف الاجتماعية).

يدخل هوبر الذي يرتدي الملابس الخاصة بأيام العطلة قرب محل فكست.

يؤدي التحية ويدخل إلى المحل. يقف ديفيد خلف طاولة المحل وفي يده كتابا

يقرؤه ويدون الملاحظات.

هوبر: مرحبا

ديفيد: أه، أهلا وسهلا سيد هوبر. ماذا تفعل هنا؟ إنه يوم إجازتك.

هوبر: أعرف، ولكنني كنت في الجوار فنكرت أن أمر بك.

(يلاحظ هوبر أن ديفيد كان يقرأ كتابا) كنت تقرأ، اليس كذلك؟

ديفيد: أه... نعم كنت أقرأ.

هوبر: (يبدو مستاء) هل تقرأ شيئا يخص عملك؟

ديفيد: ها انتظر لحظة. أعلم أن عملي هذا غير صحيح... ولكن لم يكن

هناك زبائن في المحل فنكرت فقط.....

هوبر: (مقاطعا): نعم، أعلم... ولكن كان بإمكانك أن تنظف الأرضية وترتيب

الرفوف. لا أعرف... في أيامنا عندما كنت شابا مثلك... عندما كنت أعمل...

كنت أعمل بجد...

ديفيد: (غاضبا بعض الشيء) استمع لي سيد هوبر أعلم أنه لا يفترض بي أن

أقرأ بينما أنت تدفع لي لأعمل عندك، ولكنني لم أكن أقرأ لأتسلى فقط.

لقد كنت أدرس.

هویر: تدرس؟

دیفید: نعم، لدي اختبار صعب في مدرسة القانون هذه الليلة.

هویر: اختبار؟ لماذا لم تقل ذلك؟ الدراسة شيء مهم جدا. لحسن الحظ اني مررت بالحل. لم يجدر بك أن تكون هنا أساسا. (بدأ بإخراجه من خلف الطاولة ليأخذه إلى التعريشة) تعال، تعال يجب أن تدرس. أنا سأعمل اليوم. وصلوا إلى التعريشة...

دیفید: انتظر، سيد هویر. هذا ليس عدلا. إنه يوم عطلتك.

هویر: وأنت أيضا ستعمل في يوم عطلتك وتعوضني. تريد أن تصبح محاميا كبيرا في المستقبل، اليس كذلك؟

دیفید: إن شاء الله. شكرا جزيلًا سيد هویر. لن أنسى فضلك. (يجلس إلى المنضدة ويبدأ بالقراءة)

هویر: على الرحب والسعة أيها المحامي، على الرحب والسعة. المشاهد: الشارع، التعريشة، المخزن.

الشخصيات: ديْفید، هویر.

المتنمات: كتاب القانون الدستوري، دفتر ملاحظات، قلم.

الملابس: هویر بالملابس الاعتيادية.

تسجيل البرنامج على شريط فيديو: يحسب الوقت.

بي بي يدرس مع ديْفید.

يدخل بي بي إلى التعريشة حاملا حقيبة مدرسية. ديْفید مستمر بالدراسة.

يوجد مقعد مقابل ديْفید.

بي بي: أهلا ديْفید. هل لديك مانع في أن أدرس معك؟

ديْفید: ماذا ستدرس بي بي؟

بي بي: (يمد يده داخل الحقيبة ويخرج الحرف "يو" ويضعه على المنضدة.

تستغرق دراسة الحرف "يو" الكثير من الوقت كما تعلم.

ديْفید: حسنا بي بي، أدرسه. (يعود للقراءة)

بي بي: (بصوت عالي) يو... يو

ديْفید: (يرفع رأسه عن الكتاب) بي بي اقرا بهدوء.

بي بي: أوه، عذرا ديفيد. (يخرج قيثارة من الحقيبة ويضعها على المنضدة محدثا ضجة ثم يخرج مظلة ويفعل الشيء نفسه)

ديفيد: ماذا تفعل الآن بي بي.

بي بي: أوه لا شيء، إنها فقط بعض الأشياء التي تبدأ بالحرف يو قيثارة ومظلة. كما تعلم إذا أردت أن تتعلم حرفا من الحروف فإن معرفتك ببعض الكلمات التي تبدأ بذلك الحرف تجعل الأمر أسهل.

ديفيد: أعرف... أعرف. ولكن اسمع بي بي. لا يمكنك أن تضع أشياء كثيرة على المنضدة. انه أمر يزعجني.

بي بي: أوه، أنا أسف ديفيد. حسنا ما رأيك في أن أقوم بعمل يبدأ بالحرف يو؟ ديفيد: (لم يعد بإمكانه فعل أي شيء سوى الموافقة على الاقتراح) حسنا، موافق، على شرط أن تفعله بهدوء.

بي بي: ساكون هادئا. (يعاود ديفيد القراءة).

بي بي: (ينهض ويذهب إلى جانب المنضدة على أطراف أصابعه... ينحني ويدخل رأسه تحت المنضدة ويحاول أن يدخل تحتها... يبدو انه ضرب المنضدة برأسه)

ديفيد: ماذا حدث الآن بي بي.

بي بي: كنت أريد الدخول تحت المنضدة. فكلمة "تحت" تبدأ بالحرف يو.

ديفيد: بي بي انك تحطم أعصابي.

بي بي: ليس الذنب ذنبي. إن الحرف يو حرف مزعج لمن يريد دراسته. حسنا على أية حال، لقد أنهيت دراسته.

ديفيد: حسنا.

بي بي: هل أنهيت دراسة كتابك القانوني. ديفيد: لا.

بي بي: حسنا، لا تنزعج، فلا يمكن أن يكون الجميع سريعي التعلم مثلي.

(يبدأ بجمع أغراضه).

ديفيد: (يشدد غضبه).

المشهد: التعريشة.

الشخصيات: بي بي وديفيد.

التممات: حقيقة بي بي المدرسية، الحرف يو، القيثارة والمظلة.

فيلم: عرض الحرف "يو".

فيلم: بيت الدمى. فيلم: حرف يو الكبير.

بي بي و سنفي يدرسان مع ديفيد.

بي بي: حسنا سيد سنفي، هل قررت الذهاب إلى الدراسة مع ديفيد؟

سنفي: نعم، أنا جاهز، ماذا سندرس.

بي بي: الرقم اثنان (يحمل الرقم أمام الكاميرا).

سنفي: حسنا، جيد، لنذهب.

بي بي: حسنا ولكن كن هادئا جدا. لا تحدث أي صوت. يجب أن لا نزعج ديفيد.

سنفي: حسنا، لن انطق ولا حتى بكلمة واحدة.

يذهبان إلى التعريشة... يجلس سنفي خلف ديفيد المنهك بالدراسة... يجلس بي

بي في المقعد الذي أمام ديفيد.

ديفيد: (يرفع رأسه): أوه، لا، بي بي. اعتقدت انك أنهيت دراستك.

بي بي: لقد أنهيت دراسة الحرف "يو"... والآن سندرس، الرقم اثنان. (يضع الرقم "2" على المنضدة).

ديفيد: يجب أن تكون هادئا بي بي.

بي بي: نعم، سنكون هادئين. لن نحدث أي صوت. نعدك بذلك.

ديفيد: جيد (يعود للقراءة ثم يرفع رأسه متبها) ماذا تقصد بنحن؟

بي بي: أنا أو السيد سنفي؟

ديفيد: أنت والسيد سنفي...؟ أوه، لا تقل لي ثانية أنه صديقك الخيالي ذاك.

بي بي: إنه ليس خياليا. إنه جالس خلفك تماما.

ديفيد: حسنا... ليس لدي وقت. كن هادئا فقط. (يعاود القراءة)

بي بي: سنكون هادئين. حسنا سيد سنفي... لندرس الرقم اثنان. يحدق كل

من بي بي وسنفي بالرقم "2" عن كثب ويقترب سنفي إلى أقصى ما يمكنه خلف ديفيد

المشهد: التعريشة.

الشخصيات: ديفيد، بي بي، سنفي.

المتحدثات: الرقم 2.

التطبيق والمراجعة Application and Review

- 1- اختر إحدى الشركات في منطقتك يمكن أن تستفيد من برامج التدريب الإعلامية وقم بمناقشة بعض احتياجاتها مع مدير التدريب والمبيعات أو الموارد البشرية وقم بإعداد نص فيديو لمدة نصف ساعة لحل مشكلة معينة.
- 2- ناقش مع عميد كليتك بعض الحملات الترويجية التي تقوم بها الجامعة وقم بإعداد عرض شرائح مدته 15 دقيقة مع تعليق لاستخدامه للتسويق بالمؤسسة أمام الطلبة وأولياء أمورهم.
- 3- قم بإعداد نص لبرنامج إذاعي أو تلفزيوني يتعلق بتوجيه بعض الجمعيات الجامعية التي تكون أنت عضوا فيها.
- 4- إذا كان لدى جامعتك كلية للتربية والتكنولوجيا التعليمية، ناقش مع المسؤول فيها إمكانية إعداد نص لبرنامج تلفزيوني تربوي يمكن تنفيذها لاحقا.
- 5- قم بإعداد معالجة لبرنامج أطفال مدته نصف ساعة يمكن إنتاجه بالتعاون مع محطة التلفزيون المحلية.

التمثيلية

The Play

على العموم تعد كتابة التمثيلية من أكثر جوانب الفنون الأدائية صعوبة وأسماءها منزلة. إن ابتكار التمثيلية التلفزيونية يعني الوصول إلى قمة تعلم الكتابة للوسائل الإعلامية ويعني أيضاً القاعدة التي تنطلق منها التصميم العامة الأخرى. ويعتمد بناء النص، سواء كان إعلاناً تجارياً مدته ثلاثون ثانية أو برنامجاً وثائقياً مدته ساعتان، على العناصر (التقليدية) لكتابة المسرحية وهي: العرض، والصراع، والتعقيد، والذروة، والحل. خذ الإعلانات التجارية، على سبيل المثال. بالإضافة إلى الإعلانات التجارية التي هي تمثيلات قصيرة (mini dramas) (حيث نجد شخصية أو عدة شخصيات في موقف معين يعكس فائدة منتج أو خدمة معينة)، لنرى أن الإعلانات التجارية كلها تعرض مشكلة (الصراع)، وتبين صعوبة الحياة (التعقيد) وكيف أن المشكلة تحل بعدد قليل من الأمور أفضل (الذروة والحل).

وتعتمد كل البرامج الوثائقية على الفعل الدرامي الذي يتضمن شخصية أو شخصيات وأحداثاً تعرض بطريقة مكثفة. حتى برنامج يقدمه منسق الموسيقى (disk jockey) المخطط تخطيطاً جيداً يحتوي بعض العناصر الدرامية التي تهدف إلى جذب انتباه المستمعين.

وتكون التمثيلية الأساس الذي تقوم عليه الفقرات التلفزيونية، سواء كانت تلك الفقرات كوميديات مواقف أو مغامرات أو مسلسلات تاريخية قصيرة. إن فقرات برامج التلفزيون الصباحية تعتمد اعتمادا كبيرا على التمثيليات، وفي الغالب تمثيليات المواقف الكوميدية. إن المسلسلات التمثيلية التي تعرف باسم (soap opera) هي من ضمن البرامج التي تتمتع بشعبية كبيرة والتي تعرض صباحا ومساء. وعندما تعرف العناصر التي تعتمد عليها كتابة مسرحية جيدة، فإنك ستكون متمكنا من كتابة البرامج الإذاعية والتلفزيونية المؤثرة. ويقول (براند ماثيو)، وهو أحد النقاد المسرحيين البارزين، في كتابة الموسم "تطور الدراما" إن مبادئ كتابة المسرحية هي ليست قواعد يضعها النقاد المنظرون الذين نادرا ما يكونون عارفين بالمسرح الحقيقي، بل هي قوانين متأصلة في طبيعة فن المسرح بحد ذاته، إنها مبادئ غير قابلة للتغيير. إنها اليوم في نفس الحال الذي كانت فيه في زمن سوفو كليس وشكسبير ومولير. إن قواعد كتابة المسرحية هي قواعد عالمية وهي تنطبق بصورة عامة على بناء المسرحيات المكتوبة للعرض المسرحي، السينمائي، التلفزيوني أو الإذاعي. أحيانا تكيف هذه القواعد بعض الشيء من أجل المواقف التي لها خصوصية معينة. نعم هناك قواعد ولكن هذا لا يعني أن الكتابة المسرحية يمكن أن تدرس. إن الموهبة والإلهام لا يدرسان وكتابة المسرحية فن قائم على الإبداع ولذلك فإنه أبعد ما يكون عن القوالب الميكانيكية. ويقول أستاذ فن الكتابة المسرحية الأول في أمريكا (جورج بسكر) بأن الشيء الوحيد الذي يمكن أن نعمله هو تبيان القواعد لمن يرغب في كتابة المسرحيات ونترك الباقي لعبقريته وبصيرته. حتى هذه المعلومات القليلة لا يمكن حصرها في فصل واحد أو في عدة فصول. إن أية مناقشة رصينة لتقنية الكتابة المسرحية تتطلب كتابا كاملا في الأقل، وعدة فصول دراسية وممارسة لا تنتهي. كل ما نقدمه في هذا الكتاب هو موجز لقواعد الكتابة المسرحية وبعض المفاهيم عن الكتابة المسرحية لسد حاجات الراديو والتلفزيون. إذا أردت أن تكتب المسرحيات لعرضها من خلال الوسائل الإلكترونية فأقول شيء عليك فعله هو دراسة تقنيات الكتابة المسرحية التي تعرض من على خشبة المسرح، وإلا فلن يكون عندك أساس رصين لعرض مسرحيتك من خلال وسائل الفيديو. خشبة المسرح هي المنطلق الأساس. تذكر بأن المسرحية هي مسرحية أولا وأخرا بغض النظر عن عرضها من خلال التلفزيون الاعتيادي أو التلفزيون

المحوري أو الليزري، المسرحية تبقى هي هي - إنها عمل درامي يصل المشاهدين الذين يجلسون أمام صندوق مستطيل ذات شاشة يتراوح عرضها من ثلاثة عشر إلى خمس وعشرين إنشا. إذن، فعندما ترى كلمة "تلفزيون" في هذا الفصل لا تقل "لكنني أكتب إلى التلفزيون الكابلي". القضية واحدة. إن الفروقات الرئيسية في التقنية لا تعني الفروقات بين وسائل البث ولكن بين المسرحية المسجلة للتلفزيون والمسرحية التي صورت له، وحتى الفروقات هنا هي فروقات غير واضحة فحتى الفروق بين المسرحيات الحية التي تصور في نيويورك والمسرحية التي تصور كأفلام في هوليوود قد تلاشت تدريجياً وأصبحت كل مدرسة من هذه المدارس تتبادل الطرائق من بعضها البعض. تذكر بأنك ككاتب للمسرحيات التلفزيونية، لا تتطلق من لا شيء. إن أمامك تراث أدبي كبير تستطيع أن تقتض منه ما تشاء. يذكر (جارلس مكرات) في مقالة له بعنوان "انتصار الرواية" نشرها في (نيويورك تايمز مكايزين) قائلاً: "إن المسرحية التلفزيونية تمثل القليل من الفنون الباقية التي تعطي فرصة للتراث الكلاسيكي الواقعية الأمريكية في الاستمرار". بعدئذ يذكر كيف أن كتاب العصر الذهبي للمسرحية التلفزيونية مثل (بادي كايفسكي) و (وكتور فيدرال) أسندوا أعمالهم، بوعي تام منهم على النماذج الأدبية وعلى المبادئ الدرامية الكلاسيكية بوجه خاص... أما الجيل الحالي (من الكتاب) فلا يقلون تأثيراً بالنماذج الأدبية الكلاسيكية عن سبقهم من أكتاب العصر الذهبي.

المصادر Sources

على الكاتب أن يستمر مصادر أفكار مسرحيته وتطورها قبل أن يبدأ بتطبيق تقنيات الكتابة. ويمكن للكاتب أن يعثر على العامل المثير على الكتابة في حادثة معينة، موضوع، شخصية أو شخصيات أو خلفية معينة. أحياناً يرى الكاتب حادثة معينة أو يعيش حادثة معينة أو سلسلة من الأحداث وهذه كلها تحتوي على العناصر الأساسية التي تمكنه من كتابة مسرحية جيدة. فمن حادثة معينة، على سبيل المثال، يستطيع الكاتب أن يخلق شخصية أو موقف أو موضوع رئيس أو خلفية. وعلى الكاتب أن يتذكر بأن ما هو مثير في الحياة لا يخلق بالضرورة مسرحية جيدة. إن الدراما حياة مكثفة، فهي تكثف أهم العناصر الموجودة في

موقف معين وهذا التكليف يتطلب إعادة الترتيب والتنظيم لكي تبعد هذا الموقف عن كونه مجرد تقرير اعتيادي. يجد الكاتب المبتدئ صعوبة في فهم هذه الإشكالية. قد يعيش الكاتب أحداثاً مأساوية أو كوميدية أو مثيرة، ولكن هذه الأحداث قد تتحول إلى أمور مستهلكة وغير مثيرة في المسرحية التي يكتبها عن هذه الأحداث إن ما يبدو درامياً في حياة الحقيقة لا يعني بالضرورة بأنه سيكون درامياً عندما يوضع في الإطار المسرحي. إن مثل هذا التحول (transposition) يتطلب الخيال والمخيلة والذكاء. مثلاً، شاهد العديد منا موقفاً معيناً لامرأة معدمة تعيش مع أختها وزوج أختها في بيت واحد. بعدئذ، تصبح هذه المرأة مصدر إزعاج ومشاكل في هذا البيت. ويثير هذا الموقف بالنسبة لبعض المراقبين الكثير من المعاني والمشاعر الدرامية، وبالنسبة لأناس آخرين لا يثير هذا سوى الضجر والرتابة. أما بالنسبة إلى الكاتب المسرحي المبدع، كاتب مثل تسي وليامز، فإن هذا الموقف يمكن أن يتحول إلى مسرحية "عرية اسمها لذة" التي تعد واحدة من روائع المسرح الأمريكي. يمكن لفكرة بسيطة معينة أن تدفع الكاتب للتفكير في كتابة مسرحية معينة على الرغم من القيود التي تضعها الرقابة على المسرحيات التلفزيونية والإذاعية - مع ذلك - يستطيع الكاتب أن يستثمر أفكاراً عامة تكون بمثابة الأساس لمسرحيته مثل: الإخلاص، الاستقلال، احترام الذات... الخ. ويجب أن يتحول الموضوع الرئيس إلى مواقف ملموسة وإلى أناس لهم حضورهم المتميز. فموضوع الإخلاص - على سبيل المثال قد يخلق مسرحية تتضمن ابناً يرفض الزواج لأن هذا الزواج يجعله من الناحية النفسية يعتمد عن أمه ويكرس حياته لغيرها.

وموضوع الاستقلال قد يوحي لكاتب معين بمسرحية تصور زوجة تترك زوجها لأنه لا يمنحها القدر الكافي من الحرية والاحترام الذي تشعر بالحاجة إليهما. إن موضوع احترام الذات قد يوحي أيضاً لكاتب آخر بكتابة مسرحية عن إنسان يفضل العيش البسيط على الترف الذي يأتيه من الدعاية لجهة لا تستحق تلك الدعاية. ويجب على الكاتب أن يحذر من القيام ببناء المسرحية كلها على موضوع معين فقط. إن الموضوع الرئيس هو مجرد مكان لانطلاق وليس كل شيء. المصدر الآخر لكتابة المسرحية يكمن في الخلفية. خلفيات الحرب، والمجتمع الأرستقراطي، وتعاظم المخدرات وعالم الأعمال والتجارة، هذه الخلفيات جهزت العديد من

المسرحيات بالمواضيع والمحفزات. بأن المصدر الأخير يأتي من شخصية معينة أو من شخصيات متعددة اعتبرت مجموعة واحدة. تقول ميادئ الكتابة المسرحية المعاصرة بأن الشخصية تخلق الفعل، بعبارة أخرى، إن الحبكة المسرحية تتطور من الشخصيات، لهذا السبب يكون اختيار الشخصية مصدرا مهما من مصادر خلق مسرحية مؤثرة. وهنا يتوجب على الكاتب أن يكون حذرا من استعمال هذا المصدر، فمن الصعوبة بمكان بناء مسرحية على شخصية أو مجموعة من الشخصيات فقط، مثلا إن المسرحية التي تدور حول شخصية فصلت من عملها بسبب تجاوزها السن القانوني ويسبب عدم قدرتها على بيع السلع الكثيرة كما كان الحال في السابق، إن فكرة هذه المسرحية هي من الأفكار المستهلكة التي عفا عليها الزمن. وإذا افترضنا بأن الكاتب أضاف بعض اللمسات إلى هذه الشخصية مثل الغرور وخداع الذات والكتابة التي تجعلها تفكر بالانتحار، مع ذلك يظل العامل الدرامي فيها غير مؤثر. إن الطريقة الوحيدة التي تجعل هذه الشخصية ناجحة من الناحية الدرامية هي التركيز على علاقتها مع شخصيات أخرى وتسلط الضوء على جوانبها النفسية والجسدية من أجل توضيح الموضوع الرئيسي والخلفية، عندئذ سيتوصل الكاتب إلى خلق شخصية مثل (ولي لومان) بطل مسرحية "موت بائع متجول" لأرثر مولر. كتب (جارلي مكرات) مقالة في مجلة (نيويورك تايمز) عبر فيها عن رأيه في المسلسل التلفزيوني الموسوم "القانون والنظام" قائلا بأن تطور نصوص هذا البرنامج قد تم بعدة طرائق منها استثمار العناوين الرئيسية للصحف عن الجرائم والقضايا الشرعية مثل القانون الذي صدر في نيويورك في عام 1995 بخصوص حكم الإعدام، هذا القانون الذي أصبح الأساس الذي قام عليه مسلسل "القانون والنظام". أحيانا يصعب العثور على الأفكار. يستشهد (مكرات) بالخرج والكاتب المسرحي (مايكل جير توجين) الذي يقول: "أحيانا لا تكون لدينا أية فكرة، لذلك نجلس سوية مع بعضنا البعض ونبدأ بتصيد الأفكار". إن مصادر المسرحية سواء كانت موقف أو موضوع معين أو خلفية أو شخصية، هي الأساس الوحيد للأفكار. على الكاتب أن يكتشف هذه الأفكار ويوسعها ويبعد النظر فيها من أجل التأكد من احتوائها على أية قيمة درامية وإذا تأكد من احتوائها على هذه القيمة عندها عليه اتخاذ الخطوة القادمة. بعض الكتاب الكسالي أو الذين تنقصهم الخبرة يعتقدون أحيانا بأن الحصول على الفكرة أمر سهل وإذا ما توفرت

الفكرة فإنهم يستطيعون كتابة المسرحية بكل يسر وسهولة. إن هذه القضية، مع الأسف، ليست بهذه السهولة. إنها عملية تتطلب الجهد المضمني والمتواصل في مراجعة النص وتقيقه.

بعد أن يحدد الكاتب المصدر أو الأساس الذي تقدم عليه مسرحية عليه بعدئذ أن يحدد العناصر التي ستتطور وتتمو من هذا المصدر أو الأساس. مثلاً، إذا بدأ الكاتب العمل من خلفية معينة، فعليه بعدئذ أن يحدد كل الأمور التي تتسجم مع تلك الخلفية من شخصيات ومواقف وموضوع، رئيس. يمكن للكاتب من الناحية النظرية، أن يكتب مسرحية مستمدة من تجربة شخصية وهذه التجربة يمكن أن تضيف على المسرحية نوعاً من المصادقية. في الواقع أن التجربة الشخصية تعقد كتابة المسرحية لأن هذه التجربة تحتاج إلى إضافة وحذف وتكثيف بعض العناصر من أجل صياغتها بأسلوب درامي. فإذا ثبت الكاتب جوانب هذه التجربة كما هي، فإنه سيكون أقرب إلى المراسل الصحفي منه إلى الكاتب المسرحي. على الكاتب ألا يكون جزءاً من المسرحية التي يكتبها، بل عليه أن يكتبها بصورة موضوعية وأن يبقى خلف الكواليس. عليه أن يفهم ويشعر بكل جزئيات المسرحية لكن عليه أيضاً أن يروي هذه الأشياء كشخص ثالث. وعليه أن لا يحول المسرحية إلى مسألة شخصية، وإذا اضطر أن يفعل ذلك فيتوجب عليه عندئذ أن يجعل الشخصية التي تمثله شخصية واقعية لها حسناتها ونقاط ضعفها في آن واحد. ومن المفضل ألا يكتب الكاتب عن حادثة معينة حدثت له إلا بعد مرور عدة سنوات على وقوعها.

البناء Structure

حتى القرن الثامن عشر، ظلت الحبكة القصصية العامل الأساسي في المسرحية، باستثناء بعض الأعمال لمجموعة قليلة من كتاب المسرح كشكسبير، على سبيل المثال. وكانت الحبكة أهم عامل في المسرحية، وكانت الشخصيات والحوار يوضعان ضمن الإطار العام لتلك الحبكة. أما المسرحية الحديثة فإنها تؤكد على الشخصية بصفاتها أهم جوانب المسرحية. إن الأفعال التي تحدد الحبكة هي الأفعال التي تقوم بها الشخصيات نتيجة لعوامل نفسية أو ذاتية. أما الحوار فهو الشيء الذي تقوم بها الشخصيات لنفس الأسباب. ويجب على العوامل الثلاثة الرئيسة في بناء

المسرحية - الشخصية والجملة والحوار - أن تتوحد وتتأغم من أجل خلق موضوع واضح. إن تأغم هذه العوامل ودفعها باتجاه نهاية معينة ينتج وحدة درامية للعمل. كما أن أفعال الشخصيات والأحداث يجب ألا تكون اعتباطية. وعلى الكاتب أن يهيئ المشاهدین إلى هذه الأفعال والأحداث بأسلوب منطقي ورسین وهذا یسمى بـ "الإعداد" (preparation). على الكاتب أيضاً أن یعطي المشاهدین فكرة عن خلفية الموقف والشخصیات، وهذا ما يدعى بـ "العرض" (exposition). بالإضافة إلى ذلك، علیه أن یقخص جيداً عنصری الزمان والمكان (setting) من أجل ابتكار خلفية مادية وبيئية معينة للشخصیات.

بعد أن يتأكد الكاتب من تفهمه لهذه الأمور ومن قابليته على أن يكون موضوعياً في رسم الشخصیات، والموضوع والموقف والخلفية، يستطيع أن يبدأ بخلق كل واحدة من هذه المفردات بعمق كبير. وعلى الكاتب أن یستمر بالبحث والتقصي والتأمل إلى أن یصل إلى الصیغة النهائية المقنعة لمسرحية. ويجب علیه أن یحلل كل شخصية على انفراد، وعلیه أن یكتب ملاحظاته عنها على ورقة لكي تكون الصورة له واضحة في المستقبل عنها. علیه أن یحدد لكل شخصية خلفية معينة ليس أثناء الوقت المحدد للعرض فقط بل خلال الفترة التي تسبق بداية المسرحية (يمكنه أن یلتي الضوء على أجداد تلك الشخصية التي لا تظهر في المسرحية، ومع ذلك تركت أثراً معيناً على سلوك تلك الشخصية). إن التحليل الكامل لشخصية معينة یحدد نوع الحوار الذي تستخدمه تلك الشخصية وأبعاده. من المفضل أن یثبت الكاتب ملاحظاته عن الحوار على ورقة، وأن یذكر بأن الحوار ليس ذلك النوع الذي نسمعه في حياتنا اليومية بل هو نوع من الكلام المختار من الحياة اليومية المعروض بصورة مكثفة. بعد أن یكمل الكاتب خلق الشخصیات یكون مستعداً لخلق الموقف أو الحبكة التي يمكنه أن یقوم بها بشكل تخطيطي عام. إن أول ما یحتاج إليه الآن هو (الصراع) (conflict) الذي یقوم بین بطل المسرحية (protagonist) و بین شخصية أو قوى أخرى. ويمكن أن یكون الصراع بین شخصین أو بین شخصية ومجموعة أو بین مجموعتين أو بین شخصية والطبیعة أو بین شخصیات وقوة مجهولة أو بین شخصية معينة و بین نفسها. إن تكوين الشخصیات هو الذي یحدد طبیعة هذا الصراع.

وبعد أن يستقر موضوع الصراع، تبدأ أحداث المسرحية بالتوجه نحو الذروة (climax)، وهو الوقت الذي تنتصر فيه إحدى القوى على الأخرى. تصل المسرحية إلى الذروة من خلال سلسلة من المُقد. إن كل مشكلة من هذه المشاكل تعقد الموقف أكثر فأكثر. إن هذه المُقد ليست قضايا اعتباطية. إن الشخصيات نفسها تحدد الأحداث والمشاكل لأن الأفعال التي يقومون بها لأبد أن تحدث لأنها إحدى إفرزات تكوينهم الشخصي.

وكتب (جورج بيرس بيكر) في كتابه الموسوم: "التقنية الدرامية" ما يلي: "الموقف جزء من الإنسان، وكذلك الحال بالنسبة للصراع بينه وبين فرد آخر أو بينه وبين محيطه. غير شخصية هذا الإنسان قليلا بعدها ستجد بأن الموقف قد تغير حتماً". كتب الكاتب المسرحي البريطاني (تيرنس راتكان) مقالة بعنوان "الشخصيات تصنع المسرحية" يقول فيها شيئاً شبيهاً بما قاله (جورج بيكر). يقول (تيرنس): "إنني أعتقد بأن المسرحية تولد من الشخصية أو المكان والزمان أو الموضوع الرئيس، لكنها لا تولد من الحبكة أو تسلسل الأحداث. أعتقد بأن الحبكة تكون آخر مرحلة من مراحل بناء المسرحية. إذا صيغت الشخصيات بصورة واضحة، ولا أقصد هنا أن تكون نسخة من الواقع، فإن المسرحية سوف تنمو وستخلق منها. من هنا تأتي الحبكة. إذا لم تأت الحبكة بصورة مقنعة فمعنى ذلك أن هناك خلل في رسم تلك الشخصيات".

وبعد أن يتم الكاتب التخطيط والبحث والتحليل، يكون الكاتب مستعداً، ولا أقصد هنا بأنه يكون مستعداً لكتابة المسرحية، كلا، بل مستعد لكتابة السيناريو أو الملخص التفصيلي (إذا صح التعبير). هذا السيناريو هو الذي يحدد نوعية المسرحية. يستطيع الكاتب من خلال البناء المحكم وتحليل السيناريو أن يحدد النقاط الرديئة ويدعم النقاط الجيدة قبل الشروع بكتابة المسرحية فعلاً. مع ذلك، يجب أن تكون للكاتب، وقبل أن يبدأ بكتابة السيناريو المفصل، المعرفة التامة لكتابة المسرحية أو بالقواعد الرئيسية لها بغض النظر عن وسائل عرضها تلفزيونياً أو إذاعياً أو تسجيلها على شريط فيديو فقط.

مفاهيم الكتابة المسرحية Concepts of Playwriting

على كاتب التمثيليات التلفزيونية أن يكون ملماً وعارفاً بأذواق وخصائص المشاهدين لأن هذه الخصائص تحدد الوسائل والطرائق التي سيستملمها في إنجاز عمله، وهذا ما ناقشناه في الفصلين الأول والثاني من هذا الكتاب. يمكنك أن تمزج العلاقة الذاتية للمشاهدين مع شاشة التلفزيون عن طريق الوسائل الإلكترونية من أجل توجيه انتباههم توجيهها دقيقاً ومدرّساً. الفت انتباه المشاهدين إلى تأثير الحوادث الخطيرة على حياة إحدى الشخصيات. قرب المشاهدين من المشاعر الداخلية للشخصيات وأفكارها. إن الطبيعة الحميمة لهذا الجهاز تجعل هذا الأمر ممكناً. على الرغم من التطورات التي حدثت في آلية جهاز التلفزيون، مع ذلك فإننا لا نزال نجلس أمام شاشة صغيرة، مجاميع وفردى، وتشاهد تمثيلية يستمر عرضها لمدة ساعة أو نصف ساعة. يعمل الكاتب لمدة إحدى وعشرين دقيقة من أجل كتابة نص يستغرق عرضه نصف ساعة ويعمل حوالي اثنتان وأربعين دقيقة من أجل نص يستغرق ساعة. إن أحسن التمثيليات التلفزيونية هي التمثيليات التي تعرف كيف تتجاوز معوقات العمل التلفزيوني. فكوميديا المواقف، مثل تمثيلية (مرضى براون) أو تمثيلية (شاينفيلد) أو المسلسلات الدرامية الجيدة مثل (ني. واي. بي. دي بلو) أو (أي. ار) أو تمثيليات الدمى المتحركة مثل (عائلة سمسون)، في كل هذه الأعمال يكون التركيز على الجوانب الواقعية من الحياة المفعمة بالحركة والمشاعر الجياشة. يفضل اختراع الكاميرا المتحركة. أصبح التلفزيون قادراً على تصوير التفاصيل الدقيقة عن حياة شخصية أو حدث معين. يستطيع الكاتب الآن بفضل التقنية الحديثة في التصوير، أن يستخدم عدة مشاهد داخلية وخارجية وعدة شخصيات في آن واحد.

إن التقنيات الميكانيكية والإلكترونية، مثل الانقضاض والارتداد (zoom) والخلط (matte) والتحلل (dissolve) وغيرها، كل هذه التقنيات يمكن أن تخلق انسيابية كبيرة في الزمان والمكان. إن الراديو أكثر انسيابية من التلفزيون فقد سمي بحق "مسرح الخيال". إن التحديات الوحيدة التي يعاني منها الراديو هي تحديات الخيال الإنساني. ليست هناك من تحديات على المكان والزمان وعدد الشخصيات وأنواع الأفعال والانتقالات. يستطيع الكاتب الإذاعي أن يأخذ المستمعين إلى أي مكان ويستطيع أن يجعل الشخصيات تعمل أي شيء. يستطيع الراديو أن يخلق صوراً ذهنية

متنوعة وبصورة غير متناهية. لقد اختفت التمثيليات الإذاعية الآن تقريباً، مع ذلك تبقى كتابة الدراما الإذاعية تمريناً مهماً للإنسان الذي ربما سيكتب في المستقبل نصوصاً إعلانية أو سيناريوهات لأغراض معينة. إن العناصر الأساسية للبناء المسرحي هي: 1- الوحدة 2- الحبكة 3- الشخصية 4- الحوار 5- العرض 6- الإعداد 7- خلفيات الزمان والمكان. إن كلا من هذه العناصر مهم بشكل أو بآخر لأية مسرحية، بصرف النظر عن الوسيلة التي تكتب لها تلك المسرحية، وهذه العناصر هي:

الوحدة Unity

إن كل عنصر من عناصر المسرحية يجب أن يتناغم ويتفاعل مع العناصر الأخرى من أجل تحقيق الهدف الذي يريده الكاتب. هذه هي وحدة الفعل أو الانطباع. يجب ألا يكون هناك عامل طارئ يشتت انتباه المتلقين.

وحدة التمثيلية التلفزيونية Television

إن وحدتي الزمان والمكان هما وحدتان غير مترابطتين في التلفزيون (والسينما أيضاً). تستطيع التمثيلية التلفزيونية أن تقدم أماكن وأزمنة متعددة في دقائق لا بل لحظات. كان الكاتب المسرحي (أوغست سترنبرك) يحلم في تحقيق بعض الإنجازات في المسرح، جاء ذلك في "ملاحظاته" التي كتبها لمسرحيته الموسومة "مسرحية الحلم". من جملة أحلامه أن يجد موقف "يحدث فيه كل شيء حيث يكون فيه كل شيء ممكن ومحتمل". لقد دافع (سترنبرك) عن المسرحيات التي تكون "خالية من عنصرَي الزمان والمكان" وملينة بالخيال "الذي يخلق أنماطاً وأشكالاً جديدة مؤلفة من الذكريات والتجارب والتخيلات غير المقيدة".

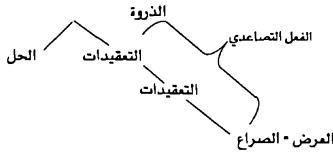
لقد جاء التلفزيون ليحقق كل آمال وأحلام (سترنبرك). إن وحدة الفعل (الحبكة) هي قضية مهمة بالنسبة للتمثيلية التلفزيونية، كما هي مهمة أيضاً بالنسبة للمسرحية التقليدية التي كتبت لتمثل على خشبة المسرح. على الكاتب التلفزيوني أن يتأكد من وجود هذه الوحدة. ويجب على كل حلقة أن تكون متصلة اتصالاً وثيقاً بالحلقة اللاحقة وبالحلقة التي تسبقها. لأن كل هذه الحلقات تسهم في خلق التأثير الكلي للتمثيلية.

وحدة التمثيلية الإذاعية Radio

لا توجد في التمثيلية الإذاعية وحدتا الزمان والمكان. وتستطيع الحكبة الإذاعية أن تأخذنا إلى عشرين ألف سنة قادمة وأن ترجع بنا إلى عشرين ألف سنة ماضية. وتستطيع هذه التمثيلية أن تأخذنا إلى القطب الشمالي، وإلى القمر، وإلى ميدان معركة في إحدى الغابات أو إلى أعماق الجحيم، تاركة لنا فرصة تخيل الزمان والمكان. التمثيلية الإذاعية غير مقيدة بالضوابط السمعية والمرئية، وهذا هو أحد الاختلافات بينها وبين نظيرتها التلفزيونية. إذا وجدت وحدتا الزمان والمكان في التمثيلية الإذاعية بصورة مفككة فإن هذا لا يعني أن وحدة الفعل تكون كذلك. كلا، إن التمثيلية الإذاعية حالها حال التمثيلية التلفزيونية، يجب أن تحتوي على وحدة الفعل (الحبكة)، وهذا هو أحد واجبات النص المكتوب الذي يجب أن يكون متماسكا ومتناغما ومحتويا على هدف كلي محدود.

الحبكة Plot

يقوم بناء الحكبة المسرحية على التعقيدات النابعة من علاقة الأفراد أو الجماعات مع قوة أخرى، ومن هنا يأتي الصراع (conflict) وهو المكان الذي تتقابل فيه قوتان متضادتان. يجب أن يقدم الصراع في التمثيلية بأسرع وقت ممكن لأن بقية بناء التمثيلية لا يتبع هذا الصراع فقط بل يكون مستندا إليه. تأتي بعد الصراع مجموعة من التعقيدات أو الأزمات (crises)، وكل واحدة منها تخلق صعوبة أو مشكلة جديدة متعلقة بالصراع الرئيس وكل واحدة منها أيضاً تساهم في تصعيد الأحداث إلى الأزمة الأخيرة أو (dimax). تحدث الذروة عندما تلقي القوى المتضادة وجهها لوجه، وهنا تحدث نقطة التحول (turning point). إحدى القوى تريح والأخرى تخسر ويمكن للتمثيلية أن تتوقف في هذه اللحظة. مع ذلك، تضاف إلى التمثيلية بعض الإيضاحات لما حدث للشخصيات أو القوى المعينة وهذا الجزء الإضافي من التمثيلية المتعلق بهذه الإيضاحات يسمى (الحل resolution). يمكن لبناء الحكبة الأولى أن يخطط على النحو التالي:



الحبكة التلفزيونية Television

تقوم حبكة التمثيلية التلفزيونية على البناء الدرامي الموضح في الرسم البياني المذكور أعلاه. بالنسبة للتمثيلية التلفزيونية المكونة من حلقة واحدة والتي يستغرق عرضها نصف ساعة أو ساعة كاملة، تتطلب ضوابط الزمن فيها حبكة متماسكة وانتقال مكثف من فقرة إلى أخرى. علينا أن نقدم للمشاهدين بدقائق معدودة أشياء معينة قد تستغرق أياما أو سنين فيما لو عرضت على مسرح الحياة الحقيقية. إن الكثير من الأشياء تحدث في الحياة ولا تلتفت النظر، بينما تكون هذه الأشياء ملفقة للنظر على خشبة المسرح. يتطلب الوقت القصير المسموح به لأكثر التمثيليات التلفزيونية حبكة تحتوي على خلاصة تجارب الشخصيات، وهذا ما نجده في حبكة التمثيلية الموسومة "الموسيقى الكثيفة لشارع هل"، حيث أصبحت هذه الحبكة نموذجا يحتذى للعديد من المسلسلات التمثيلية التي حققت نجاحا كبيرا. بطبيعة الحال، تكون الحبكة واسعة في المسلسلات الطويلة وتكون هكذا بصورة متعمدة. يجب أن تكون هناك ذروة مصفرة في كل حلقة من أجل جذب انتباه المشاهدين، مع ذلك، قد لا تأتي الذروة النهائية للصراع القائم بين بعض الشخصيات وتبقى المسلسلات مستمرة لتخلق تمقييدات جديدة خلال أسابيع العرض.

وكيف تستطيع أن تكثف الحياة الحقيقية وتحولها إلى دراما؟ يجب على هذا السؤال (جورج بيكر) مؤلف كتاب "التقنية الدرامية". يقترح (بيكر) إتباع الطرائق

التالية: 1- يستطيع الكاتب المسرحي أن "يجمع في مكان واحد ما حدث فعلا من أحداث في أماكن متعددة". 2- يمكن وضع الأحداث التي حدثت لشخص معين في أزمنة مختلفة، يمكن تجميعها في مكان واحد. 3- الأحداث التي حدثت لشخصين في مكان واحد ولكن في أزمنة مختلفة، يمكن أن نجعلها تحدث لشخص واحد. وأخيرا "الذي حدث لشخص آخر في وقت آخر وفي مكان آخر يمكن أن ينظم من أجل أن يحدث لشخصية من اختيارك". ينتهي (بيكر) إلى القول "بأنك إذا واجهت عدة مشاهد فلا تختار إلا المشهد الذي يحتوي على الفعل الذي لا يمكن الاستغناء عنه وتحويل هذا المشهد إلى خلفية زمنية أو مكانية، بعدئذ فكر بالمشاهد الأخرى التي يمكن ربطها مع هذا المشهد، وكل ذلك يعتمد على براعتك في الإبداع".

إذا لم يكن المسلسل الذي تكتبه يستغرق ساعتين أو أكثر، فوقت المسلسل الاعتيادي يتطلب منك أن تقدم الصراع بأسرع وقت ممكن. وفي المسرحية التي كتبت لتمثل على خشبة المسرح (stage play) يستغرق عنصر العرض الفصل الأول بأكمله تقريبا وبعدئذ يأتي الصراع، بينما يكون بإمكان التمثيلية التلفزيونية أن تبدأ بالصراع والسبب في ذلك يعود لا إلى محدودية الزمن المسموح به هذه التمثيلية بل إلى جذب انتباه المشاهدين. إن مشاهدي التلفزيون يختلفون عن مشاهدي الأفلام السينمائية والمسرح الذين دفعوا له أجرة التذاكر وليس لهم أي خيار سوى البقاء. إن مشاهدي التلفزيون أكثر حرية، فإذا لم تعجبهم التمثيلية التي تعرض أمامهم على شاشة التلفزيون فكل ما عليهم أن يفعلوه هو الانتقال إلى قناة أخرى. يجب على الصراع في التمثيلية التلفزيونية أن تظهر بسرعة ويجلب معه اللحظة المهمة الأولى للضغط. هذا يتطلب جلب الخلفية والعرض حتى أثناء تقديم الصراع. من خلال حوار الشخصية وأفعالها عليك أن تعرف المشاهدين بها وتبين المكان المتواجد فيه والزمان كذلك. بسبب محددات الزمان والمكان يكون الصراع بين شخصيات محددة أو بين شخصية مع نفسها أكثر من الصراع بين مجاميع أو قوى كبيرة. لا تنسى التعقيدات.

على الرغم من أن الوقت المحدد للحلقة الواحدة يحدد عدد التعقيدات، مع ذلك يجب عليك أن تجعل تلك التعقيدات تتمتع بالمصداقية. لا تجعل الشخصيات تفعل أشياء معينة من أجل دفع الحبكة إلى أمام فقط. إن أعمال هذه الشخصيات يجب أن

تتم تجاوبا مع التعقيدات التي تجعلهم يتصرفون بالطريقة التي تتناسب مع طبيعتهم. يجب على كل مفردة من مفردات التعقيدات أن تدفع الشخصيات والفعل المسرحي إلى الذروة. غالبا ما يجبر عامل الزمن التمثيلية التلفزيونية على الاستغناء عن الحل بصورة كاملة. أحيانا يدفع الحل بجزء من الذروة. بعض التمثيليات تتوقف عند الذروة ثم تأتي فترة الإعلانات، بعدئذ تكون هناك عودة إلى التمثيلية عن طريق تقديم الحل السريع لبعض المشاكل فيها أو عن طريق الخاتمة التقليدية (epilogue).

الحبكة الإذاعية Radio

تتبع التمثيلية الإذاعية نفس الخطوات التي تتبعها التمثيلية التلفزيونية في بناء الحبكة - العرض، الصراع، التعقيدات، الذروة والحل، عندما تقتضي الحاجة. يجب على الفعل المتصاعد أن يخلق عنصر التشويق لأجل كسب انتباه المستمعين. لأن الصراع يمكن أن يأتي في بداية التمثيلية. لذلك يجب الإعلان عن الحل أثناء تقديم الفعل. الفروق الرئيسية بين الكاتب الإذاعي والتلفزيوني هو أن الكاتب الإذاعي يجب أن يركز على حبكة واحدة أو حبتين أو صراع معين وأن يتجنب المسلسل الطويل من المحطات الثانوية بسبب كون مستمعي الإذاعة لا يستطيعون رؤية وبالتالي تشخيص الشخصيات كما يحدث بالنسبة لمشاهدي التلفزيون.

الشخصية Character

إن الشخصية والحبكة والحوار هم العناصر الثلاثة الرئيسية في المسرحية. يجب على هذه العناصر الثلاثة أن تكون متوحدة ومتماسكة مع بعضها البعض. إن الشخصية هي المحرك الأساسي للفعل وهي التي تحدد الحبكة والحوار. عادة ما يحاول الكاتب المبتدئ، من باب الاستسهال، أن يطابق الشخصيات مع بناء الحبكة. في أغلب الأحيان لا تتجح طريقة المطابقة هذه، حيث تظهر الشخصيات بصورة متكلفة وهذا ما يثير الاشمئزاز عند المشاهدين. إن السمات الأساسية للشخصية تحدد الفعل، والفعل أيضاً يكشف الشخصية. إننا نعرف طبيعة الشخصية ليس من خلال ما يقوله الآخرون عنها بل أيضاً من خلال ما تقوله الشخصية نفسها أو ما تفعله من أجل التغلب على المشاكل التي تواجهها. يمكن أن ترسم الشخصية رسماً مؤثراً من خلال ما تفعله خلال فترة الأزمات، وهذا يستدعي

تسليط الضوء على مشاعرها الداخلية النفسية. يجب على الشخصية أن تكون منسجمة مع نفسها في كل ما تقوله وتفعله وهذا لا يعني أن هذه الشخصية يجب أن تكون نسخة طبق الأصل من الحياة بل عليها أن تساعد على تفسير الحياة.

الشخصية التلفزيونية Television

يعرف الكاتب التلفزيوني بأن قيود الزمان لا تسمح لأي شخصية في المسرحية أن تكون نسخة طبق الأصل من شخصية أخرى نشاهدها في حياتنا اليومية. لا يستطيع الكاتب أن يجعل هذه الشخصية واقعية من خلال دفاعه عنها بهذه الطريقة: "هذا بالضبط ما قالته الشخصية في الحياة". على الكاتب أن يركز على "الحياة المكثفة" وعلى "لحظات التأزم" عند خلق شخصياته. ركز على الأفعال التي تكشف عن تلك الشخصية. ركز على عدد قليل من الشخصيات التي يعرف من خلالها هدف المسرحية. لا تستخدم الشخصيات الفائضة عن الحاجة. إن الشخصية التي لا تسهم في الصراع الرئيسي ولا في الحبكة الموحدة هي شخصية غير منتمية إلى المسرحية إطلاقاً. إذا كانت الشخصية مهمة فأعطها الفرصة أن تلتحق بباقي الشخصيات. هذا المبدأ لا ينطبق، بطبيعة الحال، على المسلسلات التمثيلية حيث تغطي بعض الشخصيات ولو بعد مرور فترة من الزمن، الفرصة للتوحد مع العرض والحبكة والشخصيات المهمة الأخرى. تسمح الوسائل الإلكترونية والميكانيكية في عالم التلفزيون بإيجاد التوحد العاطفي بين الشخصيات والمشاهدين، فهذه الوسائل تسهل مهمة إظهار مشاعر الشخصيات الحميمة بصورة عميقة. يستطيع الكاتب التلفزيوني من خلال المخرج أن يلفت انتباه المشاهدين إلى التفاصيل التي توضح أعماق المشاعر عند الشخصيات. تبدأ المسلسلات التلفزيونية سواء كانت فترة عرضها ساعة أو نصف ساعة، ببعض الشخصيات التي تعاني من صراع ما. إن الأسابيع التي تتبع العرض الأول تجعل كل حلقة لاحقة تساهم في زيادة التعقيدات، وهذا يتم عن طريق الشخصيات والحوار وبناء الحبكة الأساسية والمكان. تأتي الذروة التي تصلها كل حلقة من تعقيدات، وهكذا يستمر الصراع في حلقة الأسبوع القادم. وعليه يستطيع الكاتب أن يركز في كل حلقة على عنصر جديد من عناصر الحبكة وليس على شخصيات جديدة. مع ذلك، لا ينسى الكاتب الجيد بأن العلاقات بين الشخصيات هي من الأهمية بمكان. تذكر التمثيليات التي أثارت

الكثير من الحركة النقدية، تمثيلات مثل: "أن. واي. دي. سلو" أو "أي. ار" وستجد أن الشخصيات، وليس الحبكة، هي الأساس التي تقوم عليه المسرحية. عند تطبيقك قواعد الكتابة المسرحية على تمثيلتك. حاول أن تركز على المشاعر الحميمة والإنسانية لشخصياتك وسيكون لذلك صدًى إيجابيا عند المشاهدين مستقبلا.

الشخصية الإذاعية Radio

إن افتقار الراديو إلى الوسائل المرئية يجعل البعض يتصور بأن التعرف على الشخصية يتم من خلال ما تقوله فقط على عكس التلفزيون الذي يجعلنا نعرف على الشخصية من خلال ما تقوله وما تفعله في آن واحد. إن هذا التصور غير صحيح لأن الشخصية، بغض النظر عن الوسيلة التي تعرض فيها، تكشف عن نفسها من خلال ما تفعله. الفرق بين الإذاعة والتلفزيون هو أن ما تقوله الشخصية في الإذاعة لا يعرض بصورة مرئية ولكن عن طريق الحوار والصوت.

الحوار Dialogue

على الحوار المسرحي أن يكون مختصرا ومكثفا لأن المسرحية لا تستسج شخصياتها من الحياة الحقيقية، كما تفعل البرامج الوثائقية. أحيانا يكون الحوار في الحياة الواقعية ملونا ودراميا لكنه في أغلب الأحيان بطيء وغير درامي. عندما تكتب مسرحية ذات حوار شبيه بحوار الحياة لا تبرر فلك هذا بقولك: "هذا تفعله وتقولوه الشخصيات في واقع الحياة. إذا استسخت الحياة ووضعتها في مسرحيتك فإنك تكون بذلك قد كتبت نصا توثيقيا - أو مسرحية رديئة. يتوجب على الحوار أن يكون منسجما مع "روحية" الشخصية على طول المسرحية ودافعا لخط الحبكة إلى أمام وكاشفا عن خفايا تلك الشخصية. إذا كان عندك عدة شخصيات في مسرحية واحدة فعليك أن تجعل كل شخصية تتحدث بصورة تختلف عن الأخرى وهذا يعتمد طبعا على خلفيات هذه الشخصيات. عندما تكتشف بأن هناك شخصيتين تتكلمان لغة واحدة، فمعنى ذلك أنك في مأزق عليك العمل للخروج منه.

الحوار التلفزيوني Television

يستطيع التلفزيون أن يعوض عن الحوار بطريق استخدام الفعل المرئي (visual action) الذي يوضح الموقف ويدفع بعنصر العرض إلى أمام. فاستخدام اللقطات القريبة والبعيدة يمكن أن تعطي فكرة عن الأماكن أو الأشياء أو حتى المشاعر، وهذه اللقطات السريعة توفر الوقت أكثر من الحوار الذي غالباً ما يستهلك الكثير من الوقت. هل تتذكر ما ذكرناه في الفصل الأول عن ذلك المخرج الذي قلص ثلاثين دقيقة من الحوار إلى دقيقة واحدة مرئية؟ ركز على الفعل ورد الفعل، اختصر إلى أقل ما يمكن من الكلمات، ولكن لا تبالغ في ذلك، لأن اللقطات القريبة يمكن أن تكون مملة وغير مثيرة إذا ما استخدمت أكثر من اللازم. يجب أن يكتب الحوار التلفزيوني لكي يساعد في توضيح معالم الشخصيات وفي دفع الحبكة إلى أمام. من الصعوبة أن تمزج عنصر العرض بالحوار المكثف لبرنامج معين وبخاصة عندما يكون الصراع قد استحوذ على انتباه المشاهدين. مع ذلك، تستطيع أن تقدم المعلومات المهمة عن الخلفية حتى عند تقديمك الفعل. خذ الدرس من البرامج الدرامية الأكثر نجاحاً واجعل الحوار مكثفاً وتجنب التكرار.

الحوار الإذاعي Radio

يكون حوار التمثيلية الإذاعية أكثر فاعلية من نظيره الموجود في التمثيلية التلفزيونية، فهو يقوم بتوضيح الموقف وإظهار الشخصيات وكشف مسار الحبكة والمكان والزمان. يقدم كل شيء في التمثيلية الإذاعية من خلال الحوار والمؤثرات الصوتية والموسيقى أو الصمت. لأنك لا تستطيع أن تقدم الأشياء بصورة مرئية، إذن ينبغي عليك الاعتماد على الحوار في تقديم الشخصيات ووصفها وتبيان أعمالها وتشخيص مكانها والأفعال التي تقوم بها. يجب عدم القيام بذلك بصورة مباشرة وواضحة. مثلاً، من الأمور غير المحببة والمموجة أن تجعل بعض الشخصيات تتكلم بمثل هذه الطريقة: "عفا سأسحب إلى الخلف الكرسي الذي اجلس عليه والمصنوع من خشب الماهوكني. سألبس معطفي المعلق هناك وأغادر هذا المكان"، أو تقول: "الآن وصلنا إلى شقتي في الطابق السادس التي تحتوي على الكثير من الصور المعلقة على الجدار. هنا تجدون المسجل في تلك الزاوية القريبة من الشباك وتجدون أيضاً

بساطا يغطي وسط الغرفة. يجب على كل هذه المعلومات أن تتوزع على الحوار بين الشخصيات وأن تنطلق بصورة طبيعية وتدرجية من خلاله.

العرض الاستهلاكي Exposition

العرض الاستهلاكي هو بيان خلفية الشخصيات والمواقف وتوضيح الظروف القائمة. يجب أن لا يأتي هذا العرض بصورة مهلهلة واعتباطية بل بصورة طبيعية ومنطقية بصفته جزء من الفعل الدرامي. تقديم العرض بصورة مبكرة أمر محبب لأنه يجعل المتلقين يفهمون الشخصيات والحبكة والصراع.

العرض التلفزيوني Television

إن الوقت القصير للتمثيلية التلفزيونية لا يسمح إلا بالقليل من العرض. إن الحاجة إلى الوصول السريع إلى الصراع يتطلب من العرض أن يكون مكثفا جدا وأن يقدم بأسرع وقت ممكن. في المسلسلات التلفزيونية، حيث يكون المشاهدون عارفين بالشخصيات والحبكة والمكان، يصبح العرض مهما في تصعيد التعقيدات التي تدفع مسار الحبكة إلى أمام.

العرض الإذاعي Radio

يكون عنصر العرض صعبا في التمثيلية الإذاعية لأنه يتوجب عليه أن يعرض من خلال الحوار والصوت. يجب على الكاتب أن يقدم العرض بصورة قادرة على توضيح هذه العناصر في المراحل الأولى من بدء التمثيلية. يتجه كتاب التمثيليات الإذاعية الآن إلى تقديم العرض من خلال الفعل وأحيانا من خلال استعمال شخصية الراوية (narrator). يمكن أن يكون الراوية جزءا من الفعل (مثلا، تبدأ شخصية معينة بالتحدث إلى المستمعين واصفة ما حدث وما يحدث الآن)، أو أن يكون غريبا تماما عنه.

الإعداد Preparation

الإعداد يعني تقديم بعض الفقرات، من خلال الحوار والفعل، التي تهيئ المشاهدتين أو المستمعين إلى استقبال أحداث لاحقة على أن تبدو هذه الأحداث

منطقية وغير مفروضة على هيكل المسرحية. إن الإعداد الجيد يجعل أفعال الشخصيات واقعية وتتمتع بقدر كبير من المصادقية. كم من المرات شاهدت مسرحية وعندما وصلت إلى النهاية قلت لنفسك: "كان المفروض ألا تقوم هذه الشخصية بهذا العمل؟ تذكر دائماً بأنه عندما تقوم إحدى شخصياتك بأحد الأفعال التي تؤدي إلى الذروة أو إلى الحل، تذكر بأن ذلك الفعل يجب أن ينبع من ذات تلك الشخصية ولا يجب أن يكون مفروضاً عليها. يجب ألا يكون ذلك الفعل من باب سد فجوة معينة في المسرحية فقط. عليك ألا تجعل رد فعل المثلثين هكذا: "هذا أمر غريب ومفاجئ"، بل يجب أن يكون بهذه الصورة: "هذا شيء طبيعي".

الإعداد التلفزيوني Television

على الكاتب أن يهيئ المشاهد إلى تلقي الأفعال اللاحقة للشخصيات والأحداث بصورة دقيقة ومتدرجة، وليست بصورة فجائية وغير متوقعة. يجب على المشاهدين أن يستذكروا الماضي لكي يجعلهم يعتقدون بأن ما حدث هو شيء لا بد منه لأنه مرتبط ونابع من شخصية الفاعل أو لأن الظروف كانت أقوى من الشخصية. إن الوقت القصير المحدد للمسرحية التلفزيونية يفرض عليك تكثيف عوامل الإعداد وجعلها جزءاً لا يتجزأ من النص الدرامي.

الإعداد الإذاعي Radio

لأن الكاتب الإذاعي لا يستطيع أن يقدم الإعداد بصورة مرئية، فعليه أن يستخدم كل ما في وسعه من أجل تهيئة المشاهدين إلى سماع ما سيحدث.

الجو العام Setting

يحدد الجو العام من خلال شكل المسرحية ومن خلال التكوين العام للشخصيات. يعكس الجو العام السمة العامة للمسرحية: واقعية، كوميدية هابطة، خيالية... الخ، كما ويقوم بتجسيد المكان والخلفية والبيئة العامة. إنه يعكس أهداف المسرحية النفسية والجمالية بالإضافة إلى أمزجة الشخصيات. يجب أن يتوحد الجو العام للمسرحية مع حركة المسرحية ككل ومع أفعال الشخصيات بصورة مؤثرة.

الجو العام في التلفزيون Television

تلتزم التمثيلية التلفزيونية بالأساسيات التي تقوم عليها المسرحية الواقعية مثل المضمون والهدف، لذلك غالباً ما تحتاج إلى الجو العام الواقعي، وهذا ما يمكن تحقيقه من خلال التسهيلات الإلكترونية والميكانيكية المتوفرة في التلفزيون التي تسهل مهمة خلق أي نوع من الجو العام وفي أي وقت مثل الجو الخيالي أو الحالم أو استخدام الاسترجاع (flashback). تلعب الموسيقى الآن دوراً كبيراً في خلق هذا الجو في الإعلانات التجارية وحتى في المسرحيات. أن تصوير مسرحية معينة في أستوديو معين يحدد من حجم وعدد فقرات الجو العام، لذلك يستعان بالمشاهد التي تصور وتسجل خارج الأستوديو ودمجها في المسرحية الأصلية.

الجو العام في الراديو Radio

إن الحاجة إلى تقديم الجو الإذاعي العام من خلال الحوار والصوت تحدد أبعاد هذا الجو. ليس هناك من شيء يخترق هذه الأبعاد سوى خيال الكاتب والمستمعين. تستطيع أن تقلل المستمع إلى أي جو تشاء، إلى أي جو لا يمكن تحقيقه عن طريق التلفزيون بالرغم من تمتع الأخير بالأجهزة المرئية المتطورة. إنك لا ترغب في أن تكتب إعلاناً تجارياً على شكل تمثيلية، مع ذلك فهذه المهمة ليست صعبة عليك.

إن الانتقال من جو إلى آخر يمكن أن ينجز من خلال الصمت والتبثيت (fading) والوصف الشفوي والفواصل الموسيقي (music bridge) والمؤثرات الصوتية. تذكر المثل الذي ضربناه في الفصل الثاني عن كيفية متابعة المشاهدين لشخصية موجودة في سيارة كانت تسير في منحدر صخري وكيف أن الكاتب وضع المشاهدين في قمة ذلك المنحدر من أجل جعلهم يراقبون سقوط السيارة والسائق إلى الهاوية. لا تقتصد في استعمال الصوت. إن المؤثرات الصوتية المصاحبة لأفعال الشخصية توضح الجو العام. يجب جعل دخول الشخصيات وخروجها يتم عن طريق الصوت. إن الموسيقى تعزز وتؤكد الجو العام. إن الصوت والموسيقى يوفران الانتقالات الزمانية والمكانية.

تطوير النص Development the Script

الآن أصبحت عارفاً بمبادئ الكتابة المسرحية، إلا أن معرفتك هذه لا تضمن

لك القدرة على كتابة مسرحية جيدة لأن هذه الكتابة تتطلب الإلهام والموهبة أيضاً. افترض أنك تمتلك هاتين الخاصيتين، مع ذلك تبقى غير مستعد لكتابة مسرحية لأن هذه الكتابة تحتاج إلى سيناريو أو ملخص مكثف. إن أول شيء يطلبه منك مسؤول التمثيليات التلفزيونية هو السيناريو، على الرغم من أن هذا المسؤول، وفي حالات استثنائية، قد يطلب النص الأصلي للمسرحية إذا كان كاتبها من الكتاب المرموقين.

السيناريو والمعالجة The Treatment, Scenario, or Outline

هناك عدة تعريفات لهذا المصطلح: - الملخص - إننا نستعمله في هذا الكتاب بمعنى الخطوط العريضة (over view) للنص المسرحي والتي لا تتجاوز عدة صفحات تغطي نسبة ثلث أو خمس النص النهائي المقترح. نشرت نقابة الكتاب الأمريكيان كتيباً صغيراً بعنوان "دليل كتابة النص العام للمسرحية التلفزيونية". يقول المشاركون في هذا الكتيب ما يلي: "تقريباً كل مسرحية تلفزيونية تبدأ بملخص، وإذا تضمن ذلك الملخص بعض المعلومات الإضافية يسمى عندئذ المعالجة (treatment). إنه وصف روائي لكل مشهد من مشاهد مسرحيتك. يتضمن هذا الوصف نبذة سريعة عن الشخصيات. قد يتضمن هذا الملخص وصفاً لحركة الكاميرا ونتفاً من أحوال الشخصيات". تقترح النقابة بأن تكون لكل ملخص من ملخصات التمثيليات التلفزيونية الصفحات التالية: 10-15 صفحة للتمثيلية التي يستغرق عرضها ساعة واحدة، 25-40 صفحة لتمثيلية التسعين دقيقة و 40-61 صفحة لتمثيلية الساعتين.

يعطي هذا الملخص فكرة عن ماهية المسرحية للمنتج والمخرج. إنه يخبرهم فيما إذا كان النص المقترح يلبي حاجات برنامجهما على وجه التخصيص. إنه يوفر الوقت للكاتب في إعداد نص متكامل ويدون ذلك سيكون الكاتب قد أضعاف وقته في إعداد شيء قد لا يصلح للعرض مستقبلاً. يرغب بعض المخرجين من أن يروا ملخصاً قصيراً من أجل أن يقرروا فيما إذا كانت الفكرة العامة للنص تسير في الطريق الصحيح. إذا راقت لهم الفكرة فإنهم بعدئذ يبدؤون بمناقشة السيناريو مع الكاتب. وأخيراً، إذا وافقوا على الملخص فإنهم سيطلبون من الكاتب أن يقدم لهم النص الكامل.

وساعد هذا الملخص الكاتب وبالتالي الجهة التي ستقوم بتمويل الإنتاج أيضاً. إنه ينبئ الكاتب فيما إذا كان قد كتب مسرحية جيدة أم لا. إن التحليل الدقيق للملخص يساعد الكاتب في التخلص من النقاط الضعيفة فيه وفي دعم النقاط الجيدة. الملخص يوفر الكثير من نقاط التفتيش التي تخدم البناء الدرامي للعمل. إنه يبين ما يجب حذفه قبل الشروع بالكتابة الأخيرة. قبل أن يرفع الكاتب الملخص الأخير للجهات المعنية، عليه أن يحضر "ملخص عمل" صمم خصيصاً لبناء المسرحية. يجب على "ملخص العمل" هذا أن يحتوي على هدف المسرحية والموضوع الرئيس والخلفية والشخصيات ومسار الحبكة العام ونوع الحوار. على الكاتب أن يضيف إلى هذا الملخص سيرة كل شخصية من شخصيات المسرحية وعليه أيضاً أن يهيئ ملخصاً للحبكة ولكل مشهد من مشاهد المسرحية مكتوباً حسب التسلسل التاريخي وأن يحدد عناصر العرض والإعداد. يستطيع الكاتب أن يضيف بعض العبارات والجمال إلى الحوار والتي تناسب تكوين الشخصيات. إن "ملخص العمل" هذا يوضح عناصر البناء الأساسية للنص التي تسهل مهمة المسرحية.

وأحياناً يكون "ملخص العمل" بطول، وأحياناً أطول من النص الأخير وعلى العموم يكون الملخص المرفوع للجهات المعنية أقصر من النص الأصلي لأنه يركز على القصة ووصف الشخصيات والأفعال والحوار النموذجي. يستطيع كاتب التمثيلية التلفزيونية أن يضيف حركات الكاميرا وبعض المؤثرات التي تعوض عن الحوار وكل ما يسهل عملية استيعاب التمثيلية من لدن المشاهدين.

وفي الفصل الثالث ذكرنا ملخصاً بسيطاً يسبق مشهد ساحل (كلادس ريجنال). كتب ذلك الملخص بفقرة واحدة وكتب السيناريو بفقرتين لأنهما كانا يشيران إلى صفحة واحدة فقط من النص. إن التصميم الذي كتبه بعض الكتاب المسرحيين في الفصل الثالث هو نوع أطول وبهذه الصيغة:

أ الرجال الضالعون

ملخص لتمثيلية تلفزيونية يستغرق عرضها ساعة واحدة

بقلم

بليبي بارد

الفصل الأول:

المكان ك محطة قطار واقفة في إحدى ضواحي المدينة.

الوقت: مساء. ينزل المسافرون من القطار ويستقلون السيارات الخصوصية التي تقودها زوجاتهم. يظهر (جاك دوبر) من بين المسافرين. إنه رجل أعمال في الأربعين من العمر، شعره يميل إلى الصلع وجسمه متين ومعافى. يأتي صديقه المدعو (فريد ماكالستر) ويعرض عليه فكرة توصيله في سيارته لكن (جاك) يعتذر ويقول بأنه ينتظر مجيء زوجته. بعد عدة دقائق من الانتظار، يقرر (جاك) تأجير سيارة تاكسي.

بعد مرور عدة دقائق، يصل (جاك) إلى أحد المساكن الجميلة. يدفع (جاك) الأجرة إلى سائق التاكسي ويغادر السيارة. بعدئذ، يشاهد شيئاً يملؤه بالحيرة والارتباك - لقد طال العشب الذي يغطي الحديقة الأمامية للمسكن ولم يهذه أحد. هنا يشاهد أحد العمال الذي يغطي الشيب رأسه وهو يضرب الشبايك بالألواح الخشبية. سأل (جاك) ذاك العامل عن سبب قيامه بذلك العمل، لكن العامل تجاهله تماماً. غضب (جاك)، وطلب من العامل أن يشرح له الموقف، بعد أن أوضح له بأنه يعيش في هذا المسكن. قال العامل لجاك بأن الأخير لا بد أن يكون مخطئاً لأنه لم يسكن هذا البيت أي شخص منذ خمس سنوات !! تملك جاك الحيرة والذعر. (هنا يأتي تبهيت الصورة وتتحول إلى اللون الأسود). بعدئذ ننقل إلى عيادة الطبيب النفساني الدكتور (هاري ويستون) ونراه مصفياً إلى قصة المريض (جاك دوبر) ... الخ.

مأخوذة من كتاب "التصميم العامل للمسرحية التلفزيونية والفيلم التلفزيوني لمؤلفه (جيروم كوبر سمث).

تحليل النص The Script ، Analysis

بعد إتمامك "لنص العمل"، فإنك ستصل إلى نقطة تشعر عندها بالاستعداد والثقة بأنك تستطيع أن تضيف عناصر الحياة والديمومة على مسرحيتك. إن أغلب الكتاب يشعرون بالسعادة والارتياح التام عند وصولهم لهذه النقطة لأنها تشعرهم بأنهم قد أنجزوا شيئا ما. إذا كان تخطيطك جيدا، فإن المسرحية ستكتب نفسها بنفسها إذا صح التعبير. عندما تشعر بضرورة تبديل بعض الفقرات من "ملخص العمل" فهذا يعني أن إعدادك للنص لم يكن جيدا كما يفترض. ارجع إلى هذا الملخص وراجع محتوياته مرة ثانية، إذا تطلب ذلك أن تبدأ من جديد، فلا تياس وابدأ من جديد. إن التحليل العملي للنص يخدم الكاتب مرتين: 1- إن هذا التحليل يساعده على التأكد من أن كل العناصر الدرامية في المسرحية هي عناصر عملية وقابلة للتطبيق. 2- إنه يساعده على عمل ما هو أفضل في المستقبل لأنه يستوعب عناصر الكتابة المسرحية على نحو جيد. بعد أن يتم الكاتب عملية التحليل، يستطيع أن يبدأ بكتابة الفصل الأول من المسرحية، هذه الكتابة التي نبعت من الإعداد والتحليل. على الكاتب أن يتذكر دائما ضرورة كتابة أي نص أو سيناريو بصيغة المضارع البسيط، من أجل إضفاء شيء من المصداقية عليه.

تحليل الأعمال الدرامية Play Analysis

الدrama السينمائية The Filmed play

يعود الفضل في إيجاد العناصر الإبداعية في الدراما السينمائية إلى المخرج أكثر مما يعود إلى الكاتب بالمقارنة مع التمثيلية المسجلة. يلعب تحقيق النص دورا كبيرا في تحريك الكاميرا الواحدة للقيام بعدة لقطات، ولذلك نجد المخرجين يعمدون أحيانا صياغة بعض المواقف لتسهيل هذه المهمة. يعد الكاتب السينمائي (وليام كولدمان) في حوار أجراه معه (مال كارمان) في مجلة "فيلم ميكروز نيوزلتر"، يعد الكتابة السينمائية نوعا من الحرف ويقول: "إنها مثل التجارة، وأنا لا أستعمل هذه الكلمة بصورة سلبية. إنها ليست فنا باستثناء الأعمال التي قام بها انكمار بركان" ويضيف: "إن أهم ما يقدمه الكاتب السينمائي للفيلم ليس الحوار بل البناء، انه يحاول أن يقدم شيئا مقنعا أو بالأحرى قصة مقنعة".

وتأخذ الدراما السينمائية فرصة للاستراحة بين انتقاله وأخرى. تستمر كل سلسلة من المشاهد فيها حسب قدرة الكاميرا الواحدة وهذا عكس ما يحدث في التمثيلية المسجلة حيث تقدم المشاهد بصورة متتالية ودون توقف. يستطيع مخرج التمثيلية المصورة أن يغير المواقف والملابس وحركات الكاميرا والإضاءة. إن التمثيلية السينمائية ليست قصيرة من حيث التسلسل الزمني. تحدث كل المشاهد في كل مكان معين وخلال فترة زمنية معينة. من الصعوبة تقديم نص قضائياً ثابتاً لا تتغير مثل المزاج والإيقاع. من هنا جاءت أهمية النص من أجل جعل توحيد اللقطات غير المترابطة ظاهرياً. إن أسلوب الإخراج لا يمنع تطوير الشخصيات وتعمقها من خلال استثمار الحوار المنطقي المترابط.

التمثيلية المسجلة The Taped Play

تمثل هذه التمثيلية وتسجل حسب التسلسل التاريخي للنص. يمكن لهذا التسلسل، من خلال التحرير، أن يسجل ثانية. إن الدليل المهم بهذا الخصوص هو السيناريو الذي يجب أن يكون سلساً ومتضمناً حواراً منطقياً وهادفاً.

كان مسلسل "كوسبي شو" من أنجح المسلسلات في وقته لقد سجل أمام الجمهور مباشرة واستغرق تسجيل كل حلقة حوالي ساعة ونصف. سنقدم لكم نصاً من فصول هذا المسلسل بعنوان "درجة فائيسا الواطئة". يتضمن هذا النص قائمة بأسماء الشخصيات والمشاهد التي قدمها الكاتب إلى المخرج بصورة مسودة نهائية للنص.

إن أكثر المواقف الكوميديّة في هذا المسلسل تعتمد على النكات المرئية (gags) وعلى الخشونة والعنف. هناك مصدر آخر للمواقف الكوميديّة وهو طبيعة شخصيات هذا المسلسل. عندما تقرأ نص مسلسل "درجة فائيسا الواطئة" لاحظ الطريقة التي اتبعتها الكاتب في خلق الجو العام للعائلة ومشاعر الشخصيات وعلاقاتها مع بعضها.

يأتي عنصر العرض في داخل الموقف. سيلاحظ الذي لم يشاهد هذا المسلسل سابقاً بأن (كلف) و (كلير) لم يجدا الوقت الكافي للخروج خارج المنزل وحدهما، ومن خلال النقاش الذي يدور بينهما سيلاحظ أيضاً بأن (كلف) طبيب ومن هنا

تأتي أغلب المواقف الكوميدية: ليس لـ (كلف) الوقت الكافي للذهاب إلى السينما لأنه قد يستدعي قي أي وقت للإشراف على ولادة مولود جديد. عندما يقرأ (كلف) نشرة الأنباء الجوية يخلص إلى النتيجة التالية: "الجمعة القادمة سيكون الجو لطيفاً وحسناً ودون مواليد جديدة". بعد هذه المواقف يأتي الصراع مباشرة: (فانيسا) ترغب في الحصول على قميص فضفاض. بالتأكيد هذا ليس صراعاً عنيفاً ومدوياً لكنه صراع اعتادت عليه أغلب الممثلين. هل ستحصل على القميص؟ هل جهود (فانيسا) من أجل الحصول على القميص سيولد صراعات جديدة بينها وبين والديها؟ المشهد الثالث يدور حول (كلف) و (ثيو) ومع أطفال (هكستابل)، انه مشهد ظريف والظرفة فيه تأتي مما نقوله ونقله الشخصيات.

المشهد الرابع يدفع سير الحبكة إلى أمام ويؤكد جهود (فانيسا) المستمر في الحصول على القميص. يكثف الصراع في المشهد الخامس وهذا ما يدفع الفعل إلى ذروة البناء الدرامي كما وضعنا ذلك في الرسم البياني المذكور في هذا الفصل. لقد حصلت (فانيسا) على درجة واطنة بعد دراستها الظاهرية مع صديقها (روبرت). لقد أصرت على الحصول على القميص لأن هذا القميص سيضيف إلى أناقتها عندما ترقص مع (روبرت) - هنا ازداد تعقيد الموقف. لا نريد تقديم بقية التمثيلية لكم بالتفصيل بسبب ضيق المكان، ولكن كل ما نستطيع قوله هو أن الأحداث اللاحقة توضح العلاقات المتبادلة بين أعضاء هذه العائلة وبين الأصدقاء و تبين قلة الذوق في أخذ الملابس دون إذن مسبق وكذلك تبين الفرق بين الدراسة الجادة وبين الدراسة من أجل مضيق الوقت. من جانب آخر تسلط هذه الأحداث الضوء على حاجة الجميع إلى إعطاء الأولوية إلى المسؤوليات الشخصية التي يتوجب النظر إليها على نحو جاد (يقول كلف وكليبر بأنهما يريدان التمتع بأوقاتها أيضاً لكن مسؤولياتهم تمنعهم عن ذلك: "علينا أن ندفع الكثير من الأجور وأن نقدم الكثير من العلاوات").

إن العرض للعمل السريع يعطي الانطباع بأن الحبكة متواضعة، ولكن عندما تدمج مع أعماق الشخصيات التي تطورت خلال فترة معينة ومع الاستخدام الأمثل للكوميديا النابعة من العلاقات الشخصية ومن المواقف التي يتوحد فيها المشاهدون مع الممثلين. عندئذ نجد بأن هذه الحبكة قد أفرزت نصاً رائعاً من نصوص كوميديا الموقف (sitcoms).

ممسلسل "كوسبي شو"

عنوان الحلقة: "درجة فانيسا الواطنة"

أسماء الشخصيات	أسماء الممثلين
كليف هكستابل	بل كوسبي
كلير هكستابل	فليشا ايرز الن
دينز هكستابل	ليزا بونيت
ثيو هكستابل	مالكوم وارنر
فانيسا هكستابل	تمبست بليدسو
ردي هكستابل	كيشا نابت بليام
روبرت	دوند وتقليد

الفصل الأول

رقم الصف

- (1) المشهد الأول: مطبخ - صباحا (اليوم الأول).
- (7) المشهد الثاني: غرفة الجلوس - عصرا (اليوم الأول).
- (9) المشهد الثالث: مطبخ - الفعل مستمر (اليوم الأول).
- (15) المشهد الرابع: غرفة الجلوس (بعد مرور يومين) - عصرا اليوم الثاني.
- (19) المشهد الخامس: غرفة ردي وفانيسا. الفعل المستمر.

الفصل الثاني

رقم الصف

- (21) المشهد الأول: غرفة ردي وفانيسا - ليلا (اليوم الثاني).
- (23) المشهد الثاني: غرفة الجلوس - في ساعة متأخرة من اليوم الثاني.
- (26) المشهد الثالث: مدخل غرفة ردي وفانيسا الفعل المستمر (اليوم الثاني).
- (28) المشهد الرابع: غرفة الجلوس. الفعل المستمر. (اليوم الثاني).
- (32) المشهد الخامس: عيادة طبيب الأسنان. الفعل مستمر (اليوم الثاني).
- (34) المشهد السادس: مدخل الغرفة. الفعل مستمر (اليوم الثاني).
- (35) المشهد السابع: عيادة طبيب الأسنان. الفعل مستمر (اليوم الثاني).
- (41) المشهد الثامن: غرفة ردي وفانيسا. الفعل مستمر (اليوم الثاني).
- (44) المشهد التاسع: المطبخ. الفعل مستمر (اليوم الثاني).

الفصل الأول

ظهور تدريجي للصورة

مطبخ صباحا (اليوم الأول)

(كلف، كلير، دينس، فانيسا، ردي).

(يجلس ردي أمام الطاولة ويحول رشقات الحليب الذي يشربه من الكأس إلى

فقاعات. يدخل كلير).

كلير: ردي، لا ترمي هذه الفقاعات.

ردي: نعم. (ترتشف الحليب من خلال أنبوبة ورقية طويلة).

كلير: ردي، اتركي الأنبوبة الورقية واشربي الحليب

(تبدأ ردي في شرب الحليب من الكأس مباشرة).

كلير: حسنا، هذا يكفي. انتهى الفطور. اذهبي ونظفي أسنانك وتهيئي

للذهاب إلى المدرسة. (يدخل كلف)

كلف: صباح الخير.

صباح الخير يا والدي. لا تلعب بالأنبوبة الورقية. (تخرج ردي)

كلير: كيف حالك؟

كلف: ا... م... ا... م

كلير: متى وصلت؟

كلف: ا... م... ا... م

كلير: إنها طفلة مسكينة. حدث هذا للمرة الثالثة في هذا الأسبوع.

كلير: خلال عملي طبيبا، أشرفت على ولادة ثلاثة آلاف طفل. تقريبا كل

هؤلاء الأطفال قرروا أن يولدوا بين الساعة الثانية والثالثة عصرا وفي أكثر

الأيام برودة. يبدو أن هناك محطة خاصة للأطفال. عندما يسمع الأطفال هذه

الجملة من المحطة: "الساعة الآن الثانية عصرا والجو بارد جدا، يندفع الأطفال

نحو الضوء.

كلير: علينا أن ننسى موضوع الذهاب إلى السينما هذا المساء.

كلف: كلا، كلا، إننا ذاهبان.

كلير: إنك متعب جدا.

كلف: سيتحسن وضعي بعد قليل.

كلير: هذا ما تقوله دائماً. لماذا لا نذهب مساء يوم الجمعة؟
(يلتقط كلف إحدى الصحف)

كلف: كلير يصغي إلى ما يلي: "سيكون الجو صحوًا وداثًا يوم الجمعة"
ولن تكون هناك ولادات.

كلير: إذن، سيكون الموعد يوم الجمعة. (تدخل فانيسيا).
فانيسيا: ماما؟

كلير: نعم.

فانيسيا: هل نستطيع التبرع الآن؟ إنني أحتاج إلى قميص فضفاض.

كلير: قبل مدة قصيرة اشتريت لك قميصين لمناسبة عيد الميلاد.

فانيسيا: أعرف ذلك، لكن روبرت شاهد هذين القميصين.

كلف: تستطيعين أن تلبسي هذين القميصين بالمقلوب.

فانيسيا: لكن روبرت دعاني إلى الحفلة المدرسية الراقصة يوم الجمعة ولذلك
أحتاج إلى قميص جديد.

كلير: أوه.

فانيسيا: أحتاج قميصًا شبيهًا بذاك الذي اشتريته (دينز).

كلير: لماذا لا تستعيرين قميص دينز؟

فانيسيا: لا أعتقد، يا والدتي، بأنها ستعيرني قميصها.

كلير: ربما تفعل ذلك. لماذا لا تخبريها عن سبب حاجتك إلى قميصها؟ اطلبي
منها ذلك بلطف. قد تفجرك بالموافقة.

فانيسيا: حسناً، سأحاول ذلك. دينز... (تخرج).

كلف: هل تتصورين أنها ستوافق.

كلير: ربما. لقد سبق لساندرا أن طلبت منها ذلك ووافقت. ربما تكون دينز
متفهمة للموقف.

كلف: حسناً، هناك صندوق كبير مليء بالذرة المشوية قريب من السينما يقول
بأن فانيسيا لن تحصل على القميص.

كلير: هذا صحيح.

دينز: ها !! هل تمزحين؟ لن أعطيك القميص.

(تدخل دينز بصحبة فانيسيا)

فانيسيا: لكنني يادينز، قد طلبت منك ذلك بلطف وأدب.
دينز: هذا لا يهمني.

فانيسيا: إنني سألبسه في الحفلة فقط. لقد دعاني رو برت للحفلة.

دينز: إنني لم ألبس ذلك القميص لحد الآن، وداعا.

فانيسيا: لماذا لا تلبسه اليوم؟

دينز: كلا.

فانيسيا: لكن...

دينز: كلا

الفصل الأول

المشهد الثاني

غرفة الجلوس. عصر اليوم نفسه (اليوم الأول) (كلف و ثيو)

(كلف نائم على السرير) يدخل ثيو ويفلق الباب بقوة، بعدئذ ينتبه إلى وجود

كلف ويعود لفلق الباب بلطف وهدهو.)

كلف: لقد أغلقت الباب بقوة.

ثيو: آسف يا والدي. لم أكن أعرف بأنك نائم - لكنك دائما ما تطلب منا أن نتأكد من غلق الباب.

كلف: اجلس. أحيانا تغلق الباب بقوة إلى درجة أنني أبدأ بالشعور بأن البيت

سيفرغ من الهواء. هذا هو السبب الذي يجعلني اترك شبابكا واحدا مفتوحا

لكي لا تتبمع الجدران.

ثيو: آسف يا والدي لإيقاظك.

كلف: حسنا. منذ ولادة ساندرا وإلى حد الآن لم أتمتع بأية غفوة قصيرة أثناء

النهار. بالمناسبة - لقد ولدت ساندرا قبل عشرين سنة. الآن أنني متعب إلى

درجة أنني لو نمت قليلا الآن فربما لن أستيقظ أبدا.

ثيو: هذه، يا والدي، قصة حزينة.

الفصل الأول

المشهد الثالث

مطبخ. الفعل مستمر (اليوم الأول).

(ثيو، فانيسيا، روبرت و دينز).

(يجلس روبرت وفانيسيا أمام الطاولة).

فانيسيا: أحب أن ندرس سوياً.

روبرت: أنا أيضاً.

فانيسيا: أتمنى أن ندرس المقررات الدراسية نفسها.

روبرت: أنا أيضاً.

فانيسيا: (يدخل ثيو)

ثيو: مرحباً روبرت.

روبرت: مرحباً ثيو. (يبدأ ثيو بتفحص الثلاثة).

فانيسيا: اسكت رجاءً.

ثيو: ماذا؟

فانيسيا: لا تزعجنا رجاءً. نحن نحاول أن ندرس. غداً، سيكون عندنا امتحان

صعب جداً في مادة التاريخ.

ثيو: طبعاً. كنت أبحث عن عصير. (يخرج ثيو)

فانيسيا: هل تعرف اسم الفرقة الموسيقية التي ستعزف في حفلة الرقص؟

روبرت: كلا.

فانيسيا: إنها فرقة (ذي سبايكس)

روبرت: هذا رائع. تملك الفرقة العديد من آلات الساكسوفون.

فانيسيا: هل تعرف المسؤول عن الديكورات؟

روبرت: كلا، من هو؟ (يدخل ثيو)

ثيو: ماذا تدرسان؟

فانيسيا: حرب عام 1912.

روبرت: فانيسيا، 1812

فانيسيا: هذا صحيح.

ثيو: إنني أعرف الكثير عن أحداث ذلك العام ولا أريد أن أزعجكم بالحديث

عنها. سأراجع بعد قليل.

دينز: مرحباً بروبورت و فانيسيا. (يتجه دينز نحو التلفزيون).

دينز (مستمرة): يجب على الجميع ترك غرفة الجلوس. لقد أيقظت والذي من

النوم فوراً وهو غريب الأطوار فعلاً.

(التقطت سماعة التلفون وأخذت تدير القرص)

فانيسيا : عفوا ، إننا ندرس هنا.

دينز : لقد أخبرت مونيكاً بأنني سأتصل بها تلفونيا.

فانيسيا : استعمل الجهاز الموجود في الطابق العلوي.

دينز : مرحباً ، أنا هنا.

فانيسيا : لكننا ندرس هنا.

ثيو : عندهم امتحان صعب عن حرب عام 1912.

دينز : فانيسيا ، تستطيعان أن تأخذا فترة استراحة أثناء استخدامي الهاتف.

فانيسيا : لا نستطيع. علينا أن ندرس.

دينز : اهدئي يا فانيسيا.

فانيسيا : حسناً ، سأخذ فترة استراحة على شرط أن تُعيريني ذلك القميص التي طلبته منك قبل قليل.

دينز : لا يتوجب علي أن أعيرك شيئاً يعود لي ولا أستطيع أن استعمل شيئاً يعود إلينا جميعاً.

(مؤثرات صوتية. يرق جرس التلفون. يتكلم ثيو من خلال التليفون).

ثيو : هذا مسكن هكستيل. مرحباً يا جانيت. اسمعي لحظة واحدة. فانيسيا

هل أطلب منها أن تتصل بك بعدئذ؟

فانيسيا : كلا ، دعنا نتمتع بالاستراحة.

روبرت : حسناً.

دينز : مرحباً ، انتظري لحظة رجاءً. لقد أخبرتني قبل قليل بأنك لا تستطيعين التمتع بأي فترة استراحة.

فانيسيا : لكن النداء يخصصني بالذات

دينز : لا تعطئها جهاز التلفون.

فانيسيا : أعطني التلفون

دينز : ثيو

فانيسيا : ثيو

ثيو : مرحباً إنني واقع في حيرة. (يضع ثيو جهاز التلفون فوق الثلاجة. تختطف

فانيسيا الجهاز).

فانيسيا: مرحبا بك يا جانيت... هل هي كذلك؟ متى اكتشفت ذلك؟ ... لقد فعلت ذلك لأنها اكتشفت بأنني سأرتدي تنورة حمراء... دينز: شكرا جزيلًا يا ثيو. (تخرج دينز).
ثيو: هل عندك شقيقة يا روبرت؟
ثيو: اذهب إلى البيت المساء واشكر والديك.
(تتلاشى الصورة تدريجيا).

الفصل الأول

المشهد الرابع

غرفة الجلوس. الوقت عصرا. (اليوم الثاني).
(كلف، ردي، كلير، فانيسيا).
المذيع: (الصوت فقط): (غرفة الجلوس. تجلس (بو بو) مع فتاتين جميلتين على السرير المواجه للتلفزيون). (مؤثرات صوتية. تمرين في التنفس الاصطناعي صاحبه موسيقى هادئة).
المذيع (الصوت فقط)
راقبوا هذا التمرين. إننا سنبسط لكم هذه الأمور وستقومون بها دون معاناة.
سأخبركم عن الأشياء التي تستطيعون القيام بها فقط. خذوا الأمور ببساطة.
دعونا نرخي الرباط حول الرقبة.
ردي: مرحبا يا والدي.
كلف: هل هؤلاء أصدقائك؟
ردي: لقد رغبنا في مشاهدة التلفزيون.
كلف: لا يبدو أنهم مهتمات كثيرا بالذي يشاهدونه على شاشة التلفزيون.
لماذا لا تأخذيهن إلى الطابق العلوي وتدرسيهن هناك.
ردي: حسنا.
المذيع (صوت فقط)
ارفعوا أيديكم إلى الأعلى. الآن انخفضوا ودعوا أيديكم تلامس أصابع أقدامكم. هذا جيد. حاولوا أن تمددوا أرجلكم. خذوا الأمور ببساطة.
تذكروا أن القلب لا يهاجم من لا يهاجمه.

(يطفى كلف جهاز التلفزيون)

(يدخل كلير)

كلير: مرحبا ، كلف

كلف: مرحبا.

كلير: كيف حالك الآن؟

كلف: جيد جدا. إنني مستعد للذهاب إلى السينما هذا المساء.

كلير: هل أنت متأكد من أنك لست منهكا؟

كلف: كلا ، أنني لست منهكا لأنني أخذت قسطا كبيرا من النوم في

اليومين الماضيين ، وقد أنهيت واجباتي.

كلير: حسنا. إن الفيلم الذي سنشاهده هو من الأفلام الرائعة جدا. لقد

أخبرتني (كلارا) بأن هذا الفيلم حاز على الكثير من الجوائز الكبيرة في

أوروبا.

كلف: إن أهم شيء سأحصل عليه من هذا الفيلم هو كيس الذرة المشوية

الذي ستشترينه لي.

كلير: لقد اشتريت لك كيسا في السابق.

كلف: نعم ، لكنني أحلم بكيس أكبر.

كلير: ستأله قريبا.

(تدخل فانيسيا)

فانيسيا: مرحبا .

كلير: مرحبا بك يا فانيسيا.

فانيسيا: هل ستأولين الطعام؟

كلف: سنتناول طعامنا مبكرا.

فانيسيا: هذا جيد لأنني أود التهيؤ للحفلة الراقصة هذا المساء. (تخرج

فانيسيا).

كلف: بالمناسبة ، إنني أرغب أيضاً بشرب قنينة كبيرة من الصودا.

كلير: هذا ليس جزءا من الاتفاقية التي أبرمت بينها.

كلف: اشتر لنا الصودا وسأسمح لك بأكل بعض الشيء من الذرة المشوية.

الفصل الأول

المشهد الخامس

غرفة ردي وفانيسيا. الفعل مستمر (اليوم الثاني).
(تجلس فانيسيا على الفراش).

ثيو: مرحبا يا فانيسيا

فانيسيا: هل أستطيع أن أتحدث معك قليلا؟

ثيو: ما هي المشكلة؟

فانيسيا: لقد استلمت نتيجة الامتحان في مادة التاريخ. (تسلم فانيسيا ورقة الامتحان إليه).

ثيو: يا للمصيبة !! هذه درجة واطئة جدا.

فانيسيا: اعرف ذلك. لم أحصل على مثل هذه الدرجة في طوال حياتي. لقد سبق وان شاهدت الدرجات الواطئة في أوراق طلبة آخرين لكنني لم أشاهد درجة واطئة قريبة من اسمي.

ثيو: هذا أسوء ما يحصل عليه الإنسان.

فانيسيا: لا اعرف كيف حدث ذلك. لقد درست مع روبرت وأجهدنا أنفسنا من أجل التحضير لذلك الامتحان.

ثيو: لقد لاحظت ذلك.

فانيسيا: متى يتوجب عليّ أن أخبر الوالد والوالدة بذلك؟
ثيو: بأسرع وقت ممكن.

فانيسيا: هل تتصور أنهما سيفضبان؟ إنها المرة الأولى التي احصل فيها على مثل هذه الدرجة الواطئة. كل درجاتي السابقة عالية جدا.

ثيو: إن الشيء الوحيد الذي سيعرفه الوالد والوالدة هو أنك لم تتجحي في الامتحان. هذا كل ما في الأمر.

نهاية الفصل الأول

مقتبسة من برنامج "كروسيبي شو" من تأليف (روس براون).

عنوان الحلقة: "درجة فانيسيا الواطئة".

الأنواع الخاصة من المسلسلات الدرامية Special Play Forms

المسلسلات الميلودرامية التي تعالج مشاكل الحياة اليومية The Soap Opera

في كتابه الموسوم "المشاهدون الكبار" وصف الناقد (كليرت سيلدز) المسلسل التمثيلي الموسوم بـ (الأوبرا الصابونية soap opera)⁽¹⁾ بكونه: "أحسن ما قدمه الراديو لحقل الفن الروائي". كان أول ظهور لهذه المسلسلات في الإذاعة، أما الآن فقد انتقل عرضها إلى التلفزيون. في بداية الأمر، كان البرنامج موجهاً بالأساس لربات البيوت المتعبات، إلا أن الأمر اختلف بعدئذ بسبب تغير الزمن. يقول (فيركس بوروج) في مجلة (نيويورك تايمز) ما يلي: "على الرغم من تناقص عدد المعجبين والمتحمسين من طلبة الكليات للأوبرا الصابونية، مع ذلك فإن هناك الآلاف من الطلبة الذين يفضلون مشاهدة مثل هذه المسلسلات التي تعرض يومياً في التلفزيون على قراءة مؤلفات سارتر وماكيا فيلي وفرويد. ما هو السر وراء هذا الجذب لهؤلاء الطلبة نحو هذه المسلسلات الميلودرامية؟ ...

في الحقيقة حدث تغير في المواضيع التي تعالجها المسلسلات التلفزيونية وأصبحت هذه المواضيع أقرب إلى اهتمامات وتطلعات المشاهدين فقد أصبحت المسلسلات تعالج أموراً منها: فجوة الأجيال، الإجهاد، سلبات المناظر المشينة، خطورة تعاطي المخدرات وبعض الأمور السياسية... نجد كل هذه المواضيع تعالج في المسلسلات التلفزيونية المعروفة (الأوبرا الصابونية).

لقد ازداد عدد مشاهدي الأوبرا الصابونية وأصبح التلفزيون يعطي الأولوية لمثل هذه البرامج التي عادة ما تعرض في الفترة الواقعة بين شروق الشمس وغروبها. لقد ازداد اهتمام الناس بهذا النمط من البرامج لأنه يشخص المشاكل ويقدم الحلول لها بأسلوب مثير ومؤثر. إنه يقدم المعلومة من جانب والراحة النفسية من جانب آخر. تعرض بعض المستشفيات هذه التمثيليات للمرضى الذين يقومون بمقارنة مشاكل

(1) الأوبرا الصابونية: تمثيلية إذاعية أو تلفزيونية سلسلة تعالج مشكلات الحياة المنزلية بأسلوب ميلودرامي. جاء هذا الاسم من أصحاب معامل الصابون الذين رعو هذه المسلسلات من أجل الدعاية لمنتجاتهم - المترجم.

البرنامج بمشاكلهم. أحيانا نجد بعض المشاهدين، بعد انتهائهم من مشاهدة البرنامج، يتعاطفون ويتوحدون مع المشاكل التي يعرضها هذا البرنامج وكان شخصيات البرنامج هي شخصيات حقيقية، ثم يكتبون الرسائل للاستفسار عن اسم الطبيب النفسي الموجود في المسلسل أو عن العيادة التي تقوم بعمليات الإجهاض أو عن كيفية تأهيل المدمنين على المخدرات للتخلص من هذا الداء، ناسين بأن المشاكل التي طرحها البرنامج هي مشاكل نابعة من شخصيات موجودة في تمثيلية.

إن الأوبرا الصابونية، مثلها مثل الحياة أحيانا، لا تقدم أمورا نهائية. إنها مجرد سلسلة من التعقيدات المستمرة. أحيانا تكون الأوبرا الصابونية حدية وتقسم الأمور إلى قسمين: جيد وغير جيد. يجب على كاتب الأوبرا الصابونية أن يتذكر دائما بأن هذه الأوبرا تقوم بعمليتين في آن واحد: توحد المشاهدين العاطفي مع الأحداث من جهة وابتعادهم عنها من جهة أخرى. هذا يعني بأن مسار الحبكة والشخصيات يجب أن يكون مرنا من أجل سد حاجات المشاهدين وعكس التغيرات الاجتماعية.

التقنية Technique

يجب أن تكون الخلفية مألوفة أو سهلة التشخيص بالنسبة للمشاهدين - مسكن، عيادة طبيب، مدرسة، ضاحية صغيرة أو مدينة كبيرة، وهذا ينطبق أيضاً على الشخصيات حيث يتوجب أن تكون سهلة التشخيص ويمكن للمشاهدين معرفتها من خلال ما تقوله أو تفعله أو من خلال المشاكل التي تواجهها إلى درجة أن كل مشاهد عندما ينظر إليها يقول: "هذه الشخصية تشبه العم مايك أو بنت عمي ايمي أو السمكري أو حتى تشبهني" من هنا يمكن تطوير الشخصيات الشريرة في الأوبرا الصابونية المفضلة لك، إنها شخصيات واضحة المعالم ولا يحتاج تشخيصها إلى جهد جيد، أليس كذلك؟

الأهم من ذلك، يجب تقديم الفرصة للشخصية بأن تواجه سلسلة لا تنتهي من المشاكل وهذه المشاكل يجب أن تكون حقيقية فعلا ومقدمة بأسلوب مثير من أجل جذب انتباه المشاهدين. أحيانا تواجه الشخصيات مشاكل لا يمكن التغلب عليها ظاهريا، ولكن حاول أن تفعل ما من شأنه جعل هذه الشخصيات تتغلب عليها. إذا أردت أن تجعل المغامرة التي تقوم بها إحدى الشخصيات ذات مصداقية فعليك أن

تقدم تلك المغامرة بأسلوب يجعل المشاهدين يشعرون بأن في إمكانهم القيام بها ولكنهم لن يفعلوا ذلك. لأن الهدف الرئيس للأوبرا الصابونية هو إيجاد التعاطف والتوحد بين المشاهدين وبين شخصيات الأوبرا. إذن يتوجب على الكاتب أن يجعل هذه الشخصيات عوامل مؤثرة ودافعة.

يستغرق عرض الأوبرا الصابونية حوالي ثمانية أسابيع، هذا يعني بأن كاتب النص يجب أن يضع أمام ناظره قائمة طويلة من الشخصيات. يجب أن تكون هناك حبيكات ثانوية في إطار الحبكة الرئيسية من أجل إيجاد الأدوار اللازمة لهذا العدد من الشخصيات. يجب على الحبيكات الثانوية أن تلعب دورها في تعقيد حياة الشخصيات بصورة كبيرة. لأن الأوبرا الصابونية تستمر سنة بعد سنة ولأن المشاهدين لا يستطيعون رؤية كل الحلقات، من هنا توجب على الكاتب أن يجعل الحبكة تسير سيرا بطيئا وأن يعرض حدثا ثانويا من خلال كل حلقة. بطبيعة الحال، يجب أن تكون في كل حلقة حبكة ثانوية مثيرة تقوم بالمشاركة فيها عدة شخصيات تواجه أزمات معينة. إن ضربة غير متوقعة على الباب يمكن أن تخلق العديد من المشاكل التي تستمر لأسابيع أو أشهر في هذه الحلقات. إن الحوار المستخدم داخل الأوبرا يشبه حوار الحياة الاعتيادي الذي غالبا ما يكون بطيئا وغير مثير. أصغ إلى الناس وهم يتكلمون في أنفاق المشاة، والشوارع وفي الأسواق المركزية وبالتأكيد ستلاحظ هذه الظاهرة.

ابدأ كل حلقة بعنصر "الذروة" - أي وصول التعقيدات إلى القمة. يجب على المشاكل أن تحل في كل حلقة. قبل أن ينتهي البرنامج على الكاتب أن يضيف مشكلة أخرى تجعل المشاهدين ينتظرون نتيجة هذه المشكلة في الحلقة القادمة. يجب على المسلسل الذي يعرض خمس مرات في الأسبوع أن يحتوي على أقل ما يمكن من المؤثرات الخاصة. قد يضطر الكاتب لإعادة النظر بالنص الآخر بسبب أحداث طارئة قد تحدث للممثلين، لذلك يجب أن يكون النص مرنا وفيه هامش للإضافة والحذف. في كل مسلسلات الأوبرا الصابونية، سواء كانت يومية أو أسبوعية، يحتاج الكاتب إلى خلاصة للموقف الأساس وللأحداث السابقة ويحتاج أيضا إلى مشاكل جديدة.

المسلسلات المصغرة The Miniseries

تساعد المسلسلات المصغرة الكاتب في تجاوز ضوابط الزمن الاعتيادية المستخدمة في التلفزيون. يستطيع الكاتب أن يستخدم عدة شخصيات وعدة حكايات ثانوية في مسلسل مصغر واحد يستغرق العرض الكامل له من أربع ساعات إلى خمس عشرة ساعة أو أكثر. يمكن أن يقدم عنصر العرض على نحو بطيء ودقيق. يتوفر للكاتب الوقت الكافي لتهيئة ورسم الأجواء الاجتماعية والنفسية. إن المسلسل المصغر ليس أوبرا صابونية يقدم من خلال ساعات طويلة قد تتجاوز المئات. إنه مسرحية كاملة، وهذا يعني أنه يتوجب عليه أن يكسب انتباه الجمهور وهذا يحتاج إلى فعل متصاعد ومتطور ومكثف. عادة ما يقدم المسلسل المصغر بصيغة فيلم تلفزيوني، ولذلك يتوجب على الكاتب أن يتجنب الحشو والإطالة التي قد تدفع المشاهدين إلى تغيير قناة التلفزيون عندما يشعروا بالملل لأنهم غير ملزمين بمشاهدة شيء لا يعجبهم كما يجري لمشاهدي المسرح أحيانا.

يعتمد العديد من هذه المسلسلات على التاريخ ولذلك يتوجب على الكاتب أن يكون دقيقا وحذرا في تقديم الحقائق التاريخية. عليه أن يتذكر بأن المسرحية التاريخية تقوم على تقديم الأحداث بصورة مكثفة ولكن ينبغي على هذا التكثيف أن يقدم بصورة درامية.

التكييف The Adaptation

تشقق فكرة بعض المسلسلات المصغرة من الأعمال الروائية وغير الروائية. إن المشكلة الكبيرة التي يعاني منها الكاتب المكيف هي كيفية الابتعاد عن العمل الأصلي الممول للفكرة. تجنب استنساخ تسلسل الأحداث والحوار الموجود في العمل الذي تنوي تكيفه دراميا. إذا استخدمت ما هو موجود في العمل الأصلي المكتوب نثرا استخداما حرفيا فعملك الجديد سيكون مكررا وغير درامي وبالتالي غير ممتع. يستطيع كاتب المسرحية أو المؤرخ أن يصف الناس ويشرح مشاعرهم ويوضح مواقفهم والأسباب الكافية وراء أعمالهم دون أن يجعل شخصياته تنطق كلمة واحدة. في المسرحية التي تكتبها، لا تستطيع أن تشرح أي شيء بل يجب عليك أن تعرض كل شيء. حاول أن تبعد عن العمل الأصلي وأخلق عملا جديدا محتويا

على فكرة رئيسية وخلفية وشخصيات وحبكة. تذكر الحوار الموجود في العمل الأصلي إذا كان درامياً وأنس كل حوار غير درامي لأن هذا الأخير يجعل نص مسرحيتك مضحكاً عندما يقرأ بصوت عال. اقرأ العمل الأصلي قراءة متأنية ومتفحصة، بعدئذ ضع الكتاب جانبا وابدأ بناء مسرحيتك من العناصر التي استقيتها من الكتاب. حافظ على هدف كاتب ذلك العمل ولكن لا تستسخ الأمور حرفياً لسبب بسيط وهو أنك كاتب مكيف (adapter) ولست نساخاً. عندما تقتضي الحاجة، أضف واحذف مشاهد وشخصيات معينة من أجل دفع مسار الحبكة والفعل إلى أمام. كتب الكاتب - المكيف (أريك إكان) مقالة حل فيها سلبيات وإيجابيات التكيف الدرامي قائلاً: "هناك من المكيفين من يشعر بأن العمل الأصلي الذي أمامه خال من عناصر الإبداع - لذلك يحاول أن يسد الثغرات الإبداعية التي يفتقر إليها ذلك العمل الأصلي. إنه يحول العمل الأصلي إلى نقطة انطلاق يحقق من خلاله الطاقات الإبداعية عنده. أحياناً، كما هي الحال بالنسبة لشكسبير، يحلق هذا المكيف في أجواء سامية من الإبداع حقاً والسبب يعود إلى ذكائه المضطرب. ولكن إذا لم يكن المكيف بمستوى الكاتب الأصلي أو أقل منه ذكاءً، فإنه يدفع بالعمل المكيف لا إلى مستوى العمل الأصلي فقط بل إلى مستوى أدنى بكثير من العمل الأصلي. وهناك نوع آخر من الكتاب المكيفين الذين هم أكثر تواضعاً من النوع الأول. إنهم يحترمون النص الأصلي وكل ما يبغون عمله هو نقله من جنس فني إلى آخر مع المحافظة على إبقاء العناصر الأساسية في العمل الأصلي بكل أمانة، باستثناء بعض التغييرات التي تقتضيها عملية التكيف والتحويل".

كوميديا الموقف The Sitcom

إن العمل الكوميدي الجيد لا يثير ضحك الناس فقط بل يجعلهم أيضاً يشعرون ويفكرون. أحياناً يملك بعض الناس، وفي وقت مبكر، كل أساسيات الكوميديا مثل خفة الدم والدهاء والحساسية وغيرها، ولكن كل ما يحتاجون إليه هو معرفة تقنيات وطرائق التعبير الدرامية من أجل السخرية أو التهكم ببعض الظواهر الموجودة في المجتمع. لقد ولدت الكوميديا من خلال التأمل الجدي بالحياة. عندما تشاهد تمثيلية كوميدية تابعة من موقف، تأكد فيما إذا كان ذلك العمل قد

دفعك على التأمل والتفكير الجاد من خلال الضحك أم شل أفكارك و مشاعرك. إن أكثر الأعمال الكوميدية التي تشل الفكر والمشاعر هي أعمال قام بكتابتها أناس مبتدؤون لا يقدرّون إلا على كتابة الكوميديا الهابطة القائمة على الشخصيات السطحية والمواقف التي أكل عليها الدهر وشرب. إن كوميديا المواقف هي كوميديا جادة. إنك تستطيع أن تخلق الشخصيات التي تعاني من نقاط الضعف الكوميدية (comic flaws)، شخصيات مثل (هوكي) و (ارجي بنكر) و (مود) و (كلف هكستابل) و (سام وكارلا) و (مريّة براون) و (جيري) و (ايلين) و (جورج) و (كرامر)، كما وتستطيع أيضاً أن تخلق شخصيات نمطية مقبولة (stereotypes). عندما تعين الشخصيات يكون قد انضج عندك الحوار والحبكة اللتان تتبعان منهما وبالتالي تسهل عليك مهمة كتابة كوميديا الموقف التي تقدم للمشاهدين كل ما هو جديد ومتنوع كل أسبوع.

الصور المتحركة The Cartoon

على العموم تعد أفلام الصور المتحركة من أجل تقديمها في برامج الأطفال، إلا أن هناك أنواعا من الصور المتحركة التي تتبع نفس قواعد الصور المتحركة المدة للأطفال لكنها موجهة للكبار. إن برنامج (ال سمسون) هو من انجح برامج الصور المتحركة الموجه للكبار، أحيانا فاقت شعبيته مسلسل (كاسي شو).

تمتاز شخصيات الصور المتحركة عن غيرها من الشخصيات الموجودة في البرامج الحية من حيث كونها قادرة على أن تفعل وتنفذ الأشياء والظواهر دون أن تثير أية حساسية عند بعض المتلقين. يستطيع هذا البرنامج أن يسخر من بعض الظواهر السلوكية والأفكار والمواقف وحتى من بعض الشخصيات المعاصرة التي لا تستطيع القيام بها شخصيات التمثيليات التقليدية أو كوميديا المواقف. الصور المتحركة لا تمس سمعة أحد ولا تؤذي أحد خلال سخريتها، بينما قد يفسر بعض الناس السخرية التي تقدمها البرامج الحية وكأنها موجهة إلى النيل منهم شخصيا.

إن السخرية الجيدة، سواء جاءت من برامج الصور المتحركة أو من برامج أخرى، يجب أن تحتوي على الانسجام بين الشخصيات وبين دوافعها. إن المبادئ الأساسية لكتابة مسرحية جيدة مثل الحبكة والحوار والعرض والإعداد والخلفية،

تطبق أيضاً على برامج الصور المتحركة. خذ على سبيل المثال برنامج (ال سمسون). إن شخصيات هذا البرنامج لا تقل واقعية عن شخصيات البرامج الدرامية الحية الأخرى من حيث التعاطف الذي نثيره عند المشاهدين معها، وهذا ما أشار إليه (تشارلس مكرات) في مقالة له بعنوان "انتصار الرواية الممتازة" والذي نشره في (نيويورك تايمز ماكازني) حيث قال: "إن أكثر العوائل التلفزيونية واقعية هي عائلة هومر و مورك والعصابة".

البرامج الواقعية Reality Programs

ظهر في منتصف التسعينات من القرن الماضي نوع جديد من البرامج يدعى "البرامج الواقعية". تقدم هذه البرامج أحداثاً حقيقية مع التفسيرات لهذه الأحداث يقوم بها أناس حقيقيون، مثل التحقيقات الجنائية ووسائل الإنقاذ والمحفوظة بالمخاطر والإسعافات الأولية وجلسات المحاكم وما إلى ذلك.

يعتقد بعض النقاد بأن البرامج الواقعية هي امتداد للبرامج الوثائقية. إنها وكما يقول (كورن ساتر)، المدير السابق لشبكة (ان. بي. سي): "تكون حلقة وصل عاطفية بين القصص والمشاهدين". إلا أن هناك مجموعة أخرى من النقاد الذين يعتقدون بأن البرامج الواقعية لا تصور الواقع بل تشوّهه وأن الأحداث المقدمة فيها هي الأحداث مختارة من الواقع وتعرض بصورة تجعل المشاهدين يعتقدون بأن ما يشاهدونه من أحداث هي أحداث مسرحية أكثر مما هي واقعية. أما النقاد الآخرون فيؤكدون بأن للبرامج الواقعية قيمة ثقافية من حيث أنها تعرف الجماهير بما يدور فعلاً في حياة الناس من أمور تخص الأمن والصحة والقانون.

طرائق الكتابة Writing Approaches

على كاتب البرامج الواقعية ألا يكتفي بالحصول على المعلومات وتقديمها فقط لأن هذه البرامج هي خليط من البرامج الوثائقية والدرامية. يستطيع الكاتب أن يضيف إلى برنامجه اللمسات الدرامية من أجل تعميق وتعزيز تأثير البرنامج على المشاهدين. إذا كانت القصة تمثل وجهة نظر راويها (كأن يكون الراوي شرطي سري، أو رئيس دائرة الإسعاف الطبي، أو مراسل يتابع أحداث قضية معينة) فإن دور

هذا الراوي يمكن أن يوسع بصورة درامية لكي يكون لكلامه صدى عند المشاهدين. عليك أن تتذكر بأن البرنامج الواقعي هو برنامج يمثل الواقع. يجب أن لا تنسى بأن الإثارة التي تضمها في هذا البرنامج يجب ألا تبعده عن إعادة الحقيقة للعادة.

تقنية الكتابة Writing Technique

إن برنامج (اميركاس موست وونتد) هو واحد من أنجح البرامج الواقعية. إن الفكرة العامة لهذا البرنامج تدور حول المجرمين المطلوبين للعدالة، وهذه الفكرة مستمدة من ملفات وكالة التحقيقات الفدرالية. إن البرنامج يحول الجريمة إلى فعل درامي ويقدم المعلومات المفصلة عن المطلوبين للعدالة مثل أفعالهم الإجرامية وخلفياتهم وآخر مكان شوهدوا فيه وتفاصيل هروبهم إذا ما سبق وأن وضعوا رهن التوقيف ووصف مظهرهم والعلامات الفارقة لهم.

بعدئذ يقدم البرنامج رقم الهاتف الذي يستطيع المشاهدون أن يتصلوا من خلاله بالبرنامج إذا ما توفرت لهم معلومات عن هؤلاء المطلوبين للعدالة. لقد سبق وأن القي القبض على العديد من المجرمين من خلال المعلومات التي عرضها مثل هذا البرنامج. إن النصيحة التي يقدمها (قلب ليرنر)، المشرف المنتج على إنتاج برنامج (اميركاس موست وونتد) لمن يرغب بكتابة برنامج واقعي هي: "عليك أن تتذكر شيئين فقط: الأول هو (الواقع) والثاني هو (التلفزيون)".

يقول (ليرنر) أيضاً: "سوء الحظ، إن هذين الشيئين لا ينسجمان مع بعضهما بسهولة، لكن من الممكن أن تجعلهما يعملان سوياً من خلال بذل بعض الجهد من جانبك" ويضيف: "لأنك تكتب عن أشياء حدثت فعلاً، أو من المفروض أنها حدثت، فعليك أن تكون يقظاً وحذراً. تستطيع أن توصف نوعين من "الحقائق": الأشياء التي رأيتها بنفسك عند حدوثها وأشياء أخرى ذكرها وأكدها المحلفون؛ وكل ما عدا ذلك هو إشاعة وعليك أن تعامله هكذا. فكر عدة مرات قبل أن تعرض شيئاً من برنامجك. إنك عندما تقول: "الشرطة تقول بأن شمدلاب سرق البنك" فإن هذه الجملة تكس وجهة نظر البرنامج وكتابه. إنك لا تعرف أي شيء باستثناء ما أخبرت به. لذلك كن أميناً تجاه من قدم لك المعلومات".

يستمر (اليرمان) بنصائحه وأخيرا يقول شيئا متعلقا بالتلفزيون: "إن الدراما التلفزيونية تسير سيرا بطيئا نوعا ما. هناك من يعتقد بأن المشاهدين مكبلون بالعواطف تجاه الشخصيات ودائما ما يتفقوا معها. يحدث العكس في البرامج الواقعية لأن المشاهدين يشاهدون هذه البرامج ويعتبرون ما تقدمه هذه البرامج نوعا من "المعلومات" وعندما يشعرون بأن هذه المعلومات لم تعد مناسبة أو ممتعة أو مهمة فإن المشاهدين سينتقلون إلى قناة تلفزيونية أخرى. وعليه فعند كتابتك برنامجا تلفزيونيا فعليك أن تكون جازما ومختصرا وعاطفيا. على كلماتك أن تكون مشحونة بالإثارة. يجب أن يتملكك الخوف على أساس أن جمهورك قد يتركك بأية لحظة وينتقل إلى قناة أخرى. يخطئ من يقول لك بأن المشاهدين غير مؤثرين. إن المشاهدين الذين تكتب لهم هم من الثقافة إلى درجة لا تخدعهم الكلمات المزركشة والمنمقة. إنهم يستطيعون أن يشخصوا البرنامج الجيد والبرنامج غير الجيد في لحظات، كما وأن لهم الخيارات الكثيرة بالنسبة للبرامج " ويختتم (اليرنر) نصائحه وتوجيهاته قائلا: "إذن ما هو الحل؟ إن كتابة البرامج الواقعية تتطلب الحذر من جانب والشجاعة من جانب آخر. إنها تعني القلق واللابالية، التروي والمغامرة، الجد والتسلية. إنها معادلة دقيقة وصعبة، إنها تشبه الحبل المشدود الذي يقوم بهلوان بالأعباء عليه. تذكر هذه المعادلة الدقيقة ثانية".

إن برنامج (اميركاس موس وونتد) هو من أفضل ما كتب من البرامج الواقعية. إنه يتضمن الطرائق المتعددة التي لاحظناها في نصيحة (اليرنر). إليكم نصين مأخوذين من برنامج (اميركاس موس وونتد). النص الأول يعكس "الطريقة الوثائقية" فقط والثاني يتضمن العناصر الدرامية.

النص النهائي

عرضت إحدى محطات التلفزيون المتخصصة بالموسيقى (MTV) الواقعة في مدينة (بسفيلد) في (ماساجو سيتي)، برنامجا موسيقيا. يدور هذا البرنامج حول أحد عازفي الكيتار الهاربين من وجه العدالة. زارت مراسلتنا (اليس كامبروتا) مدينة (بسفيلد) ووافتنا بالتقرير التالي.

"برنامج موريل"	"مرحباً بكم في برنامجنا".
شريط رقم 2 i	حدث ذلك في العام 1982، في مدينة (بسفيلد)، في (ماسا جوستيس). في مساء كل يوم أربعاء يشاهد محبوا الموسيقى برنامج (جورج موريل) الذي يبدأ هكذا: "سنقدم لكم بعد قليل من الموسيقى" لسمع المشاهدون ضربات على أوتار الكيتارا. تشاهدون الأول جورج موريل وصديقه الحميم عازف الكيتار (بول بلوف).
صوت ميكيل	إن ابنة (بلوف)، ميكيل، البالغة من العمر خمسة عشر عاماً هي أيضاً من المتحمسين لسماع الموسيقى. "الآن نقدم لكم ميكيل..."
جورج موريل	يتصور الناس أنني أعيش في عائلة أمريكية مثالية لأنهم يحكمون على المظهر فقط. إلا أنني أعتقد بأنه لا يوجد من يعرف المساة التي أعيشها.
ميكيل بلوف تتكلم	الذي لا يعرفه المشاهدون هو أن هناك مأساة كبيرة حقاً وراء الكواليس، مأساة هذه الإنسانية (ميكيل). استادا إلى ما تقوله تقارير الشرطة، إن والدها (بلوف) يضرب ويتحرش بميكيل وبإحدى صديقاتها الحميمات منذ أن كان عمرها لا يتجاوز السبع سنوات.
تقول المراسلة (اليس) وهي في إحدى المدارس الإعدادية	"كان والدي يقوم بأعمال مشينة ويقدم تبريرات مشينة لها. سأوضح لكم هذه الأشياء بهذه الطريقة".
صوت ميكيل	بعد تسعة أعوام من الأعمال المشينة التي كان يقوم بها مع ابنته (ميكيل)، نفذ صبر هذه الفتاة. عندما أصبح عمرها عشر سنوات، استجتمعت شجاعتها ذات يوم وأخبرت إحدى مدرسات الإعدادية التي كانت تدرس فيها بأفعال والدها معها. بعدها وضعت الفتاة في أحد بيوت الرعاية الاجتماعية. هنا هرب والدها.
صوت فقط	استدعيت في أحد أيام السبت وآخرون وأخبرت بأن والدي قد هرب. أثار ذلك الخبر غضبي الشديد.
صوت فقط	مرت سنوات ولم تعرف عنه ميكيل أي شيء. وفي أحد

	الأيام استلمت شريطا مسجلا أرسله لها والدها الهارب. لقد طلب منها في ذلك الشريط طلبا مرعيا.
صوت (بلوف)، ثم تظهر صورته على الشاشة	أريد أن اطلب منك شيئا... هل بإمكانني اللقاء بك في مكان ما. قيل أن تصيبك الصدمة، اصغ لي رجاء. إنني الآن أعيش في مكان بعيد جدا عن المكان الذي كنا نعيش فيه سابقا. أريد أن أقابلك وجها لوجه.
المذيع	رفضت ميكيل هذا العرض. كانت تأمل من والدها أن يقابل الشرطة بدلا عنها. عندما لم يحدث ذلك، فالمتفلس الوحيد لها هو برنامج "المطلوبون للعدالة في أمريكا".
المذيع	"لقد رأيت العديد من حلقات برنامج "المطلوبون للعدالة في أمريكا"، وقلت لنفسني "هذه تشبه شيرن" شيرن ستون هي إحدى زميلات ميكيل في المدرسة الإعدادية وكانت هناك أشياء مشتركة كثيرة بينهما. كان والد شيرن يتحرش بابنته بصورة مخجلة، وقد هرب والدها أيضا من وجه العدالة، حاله حال والد ميكيل. لقد ظل هذان الوالدان هارين إلى أن تمكن برنامج "المطلوبون للعدالة في أمريكا" من القبض عليهما.
صوت يمثل رد فعل	يا إلهي
صوت ميكيل	إنني أتذكر أنها زارتني في أحد الأيام وأخبرتني بأنه تم القبض عليهما. شعرت وقتئذ بأنني على وشك السقوط على الأرض، وفعلا حدث ذلك.
شارون ستون	أخيرا كانت لقستي مع والدي نهاية.
ميكيل	إنني أعتقد بأنه ما دامت قصتها مع والدها قد انتهت فإن قصتي مع والدي ستنتهي أيضا.
ميكيل وهي تلعب مع أطفالها في إحدى الساحات.	أتصور أن الأشياء الوحيدة التي قدمها لي والدي هي القسوة والصلابة، ولن اسمح له بأن يعيش الباقي من حياته دون أن يعلم شيئا عن ذلك.
أغنية مكررة تتبعها موسيقى الختام.	المطلوب للعدالة:

	قد يعمل (بول بلوف) الآن في أحد المخازن ويقوم بالعزف والفناء في وقت لاحق، هكذا كان أيضاً في عام 1986 عندما القي القبض عليه متلبساً بجريمة السرقة في مدينة (برلنكتون). لسوء الحظ، لقد هرب من الموقف قبل أن يحاكم بجريمة الاغتصاب. نرجو ممن يعرف أي شيء عن (بلوف) الاتصال برقم الهاتف: 1800 (تلفون مكافحة الجرائم).
--	---

مسودة النص	
انتقال الكاميرا إلى شارع كندي. موسيقى. لقطات تمثل مجموعة من الباعة المحتالين في هذا الشارع.	هنا في واشنطن يسمى رجال العصابات (الملاحين) لقد أصبح بعض الناس لا يغادرون بيوتهم بسبب أعمال العنف التي تقوم بها هذه العصابات. القصة الأولى التي سنرويها لكم هذا المساء تدور حول واحد من أخطر هؤلاء "الملاحين". أخذ ككل واحد من هؤلاء المجرمين يسمى نفسه باسم الشارع الذي يتواجد فيه ويبيع فيه السلع المحرمة. فواحد منهم يسمى نفسه كندي... الخ. تقول الشرطة بأن أخطر أعضاء هذه العصابات هو (كوبي موات).
انتقال إلى (وليام راكلاند) الذي يسير في الشوارع ويتكلم مع بعض أعضاء هذه العصابات الذين يلعبون لعبة النرد. يترك (كوبي موات) اللعبة ويتحدث مع راكلاند.	ركلاند: اسمح لي الطريق، كوبي: هل جاء دورك يا بوبس؟ بيني: ليس دوري وإنما دور دارلن.

لقطة تمثل هؤلاء الجرمين وهم جالسون في الدور التحتاني لإحدى البنايات. أنهم يدخنون ويحتسون الخمر. يمسك (كوبي) برشاشة. لقطة مقربة لأحد هؤلاء المجرمين وهو يحمل المسدس. لقطة مقربة لكوبي وهو يمسك الرشاشة وواقف أمام المرأة.	إن (بيني لوسن) هو عضو آخر من أعضاء عصابة تدعى (ملاحوا كندا). المذبح (ديت انطوني بركديني): لقد عرفنا (كوبي) بصفته قاتل ومحرض على القتل في آن واحد. لا يملك هذا الشخص أية مشاعر إنسانية ولا يعرف معنى القلق أو التفكير بالآخرين. المذبح: في شهر أيلول عام 1990، كان (كوبي موات) ومجموعة أخرى من رجال العصابات يتهيأون للقيام بعمل إجرامي، لكن الشرطة داهمتهم فجأة.
لقطة مقربة لكوبي وهو ينظر إلى الشرطة ويبيده الرشاشة.	شرطي سري: يرفع الجميع أيديهم فوراً
لقطة مقربة للشرطي السري ويبيده بندقية.	ارمي الرشاشة أرضاً ياكوبي الآن !
يضع كوبي البندقية على الأرض. يتبادل كوبي والشرطي السري نظرات العداء والكراهية.	يلقي القبض على (موات) و (لوسن) وعلى مجرم آخر يدعى (جيرمن كريفز).
يرفع أعضاء العصابة أيديهم علامة الاستسلام.	لقد وجهت إلى هؤلاء الثلاثة تهمة الحصول على الأسلحة النارية بصورة غير شرعية. لقد ارتاح الكثير من المواطنين عندما سمعوا نبأ إلقاء القبض على هذه العصابة، وكان (وليام راكلاند)،
البالغ من العمر تسعة وثمانين عاماً، من ضمن هؤلاء المواطنين.	وليم راكلاند: انظر إليه، إنه تاجر مخدرات.
لقطة مقربة لوليام راكلاند ولامرأة عجوز وهما يشاهدان الحادث.	

ينظر (كوبي) شزرا إلى (راكلاندا).	خلصونا من هؤلاء المجرمين وأعيدوا الهدوء والأمان إلى هذه المنطقة.
	المذيع (ديت بركيديني): إن السيد (راكلاندا) هو من خيرة سكان هذه المنطقة، لذلك نال احترام وتقدير الجميع.
انتقال إلى شارع كندي. يظهر (موات) مودعا مجموعة من (الملاحين).	حكم على (موات) و (لوسن) و (كريفز) بالسجن عدة سنين. ولكن في عام 1994 رجعوا إلى شارع كندي للانتقام من مجموعة من تجار المخدرات.
موات يتحدث مع (لوسن) و (كريفز)	موات: لم أكن أتصور بأن هؤلاء يسرقوننا. عليهم أن يعيدوا لي فلوسي. لوسن: لا أعتقد أننا سننتج في ذلك. موات: كن شجاعا وسترى النتيجة. لوسن: إنني شجاع. كريفز: إنني شجاع أيضا.
	الوكيل (كليانو): في السادس والعشرين من شهر تشرين الأول عام 1994، قرر "ملاحو" شارع كندي الثلاثة وهم (بني لي لوسن) و (جيرمين كريفز) و (كوبي موات)، قرر هؤلاء الثلاثة سرقة أحد تجار المخدرات المحليين.

الاعتبارات الخاصة Special Considerations

برامج الأطفال The Children Program

هناك ثلاثة أنواع من برامج الأطفال التي تعرض تلفزيونيا: البرامج الثقافية الممثلة ببرامج (افتح يا سمسم) والبرامج الدرامية الجادة الممثلة ببرنامج (أي. بي. سي. افتر سكول)، وبعض كوميديات المواقف الكارتونية، مثل برنامج الذي يعرض يوم

السبب. إن البرنامج الأخير يستغل الأطفال ويؤكد على جانب العنف والإعلانات. لقد تحولت بعض برامج الأطفال إلى إعلانات تجارية هدفها الترويج لبعض السلع. إذا عرّضت على كتابة برنامج أطفال تلفزيوني فربما ستواجه نوعاً من المشاكل الأخلاقية التي ناقشناها في الفصل الأول. بالتأكيد يمنعك ضميرك من كتابة برامج ذي تأثير نفسي سلبي على الأطفال، إلا أن دفتر الشيكات عندك يقول بأنك غير مهيا مادياً لدفع ديونك. مع ذلك، فإننا نأمل بأن الكاتب، وقبل كل شيء، سيفكر بتأثير برنامجه على العقول والعواطف غير المحصنة لصغار السن من المشاهدين.

حتى الأمور العنيفة غير المقصودة لا يمكن أن تبرر. إذا كان ضميرك حياً، اعرض مسودة برنامجك على خبراء بشؤون الطفولة قبل أن تكتب السيناريو النهائي له وذلك تجنباً لكل ما يؤدي الأطفال.

إن الخيال هو الأساس الذي تقوم عليه برامج الأطفال. يتصور بعض المعلنين والمنتجين والكتاب بأن الأطفال يصدقون أي شيء. في الحقيقة أن الأطفال أحياناً يمتلكون طاقة نقدية ربما أفضل من تلك الطاقة التي يمتلكها الكبار. إن الأطفال يصدقون ما يحتويه برنامجاً معداً لهم إذا كان ذلك البرنامج قائماً على أساس رصين وذا مصداقية. إذا عرضت الشخصيات والمواقف والجو العام في البرنامج بصورة منطقية لأول وهلة، فإن الأحداث اللاحقة ستكون مقبولة. إن أحسن النصوص هو النص الذي يحترم الطفل المشاهد. أعد قراءة طرائق وتقنيات كتابة برامج الأطفال في الفصل التاسع.

برامج المرأة Women

كثيرة هي الصور السلبية عن النساء في التلفزيون والإذاعة. على الرغم من أن الإعلانات التجارية لها اليد الطولي في هذه الظاهرة، إلا أن البرامج التمثيلية، كالأوبرا الصابونية وكوميديا الموقف وحتى بعض التمثيليات الجادة، لا تخلو من هذه الصور غير الإيجابية. إن بعضاً من هذه الأعمال الدرامية تصور بعض النساء وكأنهن غير أكفاء ومتفطرسات. حتى في البرامج التمثيلية التي تتصرف فيها الشخصيات النسائية بصورة محترمة ومسؤولة، حتى في هذه البرامج تجد في أغلب الأحيان هذه الشخصيات تعاني من نقاط ضعف معينة (tragic flaws) تجعلها أقل

قدرة من نظيراتها الشخصيات الرجالية. إذا تمعنا برامج الأطفال الكارتونية التي تعرض صباح كل يوم سبت نجد أن هذه البرامج تتضمن القليل من الشخصيات النسائية الرئيسية، فأغلبها شخصيات لا هم لها سوى إسناد الرجال وتسهيل مهماتهم. في هذه البرامج تظهر الشخصيات النسائية وكأنها خائفة وضعيفة وضحية للأفعال التي تقوم بها الشخصيات الرجالية. وحتى عندما تكون إحدى الشخصيات النسائية محورية، إلا أنها عادة ما تواجه مشكلة لا تحلها إلا الشخصية الرجالية. إلا أن الوضع تغير على نحو إيجابي خلال العقود الأخيرة من القرن العشرين بالنسبة إلى أنشطة منظمات الدفاع عن المرأة، حيث أخذت بعض البرامج تعرض الشخصيات النسائية في التلفزيون بصورة إيجابية، تعرضهن كمختصات في بعض المهن المهمة مثل الطب والشرطة. وهكذا أعطى الكتاب للنساء أدواراً مثالية جديدة.

المقارنات العنصرية والعرقية Racial and Ethnic Stereotyping

إن المشاكل الرئيسية التي تعانيها الأقليات منها العنصرية والعرقية من خلال متابعتها للبرامج التلفزيونية والإذاعية هي شبيهة بالمشاكل التي تعاني منها النساء من حيث تصويرها بصورة مثقوبة ومشوهة وضعيفة. لا يعود هذا التصوير السلبي إلى المشاعر العنصرية بل إلى تبلد المشاعر. إذا لم تكن جزءاً من المجموعة التي تصنفها فإنك ستواجه صعوبة في تفهم مشاكل وتجارب أفراد تلك المجموعة.

قال الكاتب (دونا لدبوكل): "يقوم التلفزيون بعمليتين في آن واحد، إنه يلتقي الضوء على المشاكل الحقيقية للمواطنين السود من ناحية، ويشوهها من ناحية أخرى. استعرض (جويل دريفس)، الناقد في جريدة (واشنطن بوست)، مسلسل تلفزيوني حول عائلة سوداء وخلص إلى النتيجة التالية وهي: "إذا كان المخرج متفهماً لمشاكل السود وعكس ذلك التفهم في البرنامج، فإن هذا البرنامج سيكون أبعد ما يكون عن الثقافة وسيطور ليصبح برنامجاً تلفزيونياً جيداً". لم يعد برنامج "فرانكس بليس" يعرض على شاشات التلفزيون، بينما حقق برنامج "ذي كوسي شو" نجاحاً كبيراً لأنه صور عائلة سوداء تصويراً ناجحاً من الناحية الفنية والإنسانية. احتوت بعض البرامج التلفزيونية على شخصيات سود ثانوية، مثل الطبيب في برنامج (اي. ار) وضابط الشرطة في برنامج (ان. واي. بي. دي. بلو) والمحامي في

برنامج (بكت فينس)، مع ذلك حققت نجاحا كبيرا بسبب رصانة هذه الشخصيات. عبرت (لورين ميسيازيك) منتجة البرامج الإذاعية والتلفزيونية عن رأيها بخصوص اللغة والمصطلحات المستخدمة في بعض البرامج ثم قالت: "إن كل من يهتم بكتابة السيناريو يجب أن يكون عارفا بهذه المشكلة. إنها ليست ظاهرة مقصودة لكنها تحدث بسبب الظروف السائدة في مجتمعنا والتي تجعل الناس يصفون سكان أميركا الأصليين بعبارات مكررة ومقلوبة".

يقول الكاتب والمنتج (توماس كروفورد) بأنه "عند كتابة أي سيناريو عن سكان أميركا الأصليين، يجب على الكاتب، قبل كل شيء، أن يكون عارفا بالمصطلحات التي يستعملها السكان الأصليون وطرائق تمثيلهم وأسلوب تفكيرهم وطريقة لفظهم للكلمات". يؤكد (رسل لو) منتج أحد البرامج الإذاعية الأسبوعية، ضرورة تفهم آمال ووجهات نظر الأمريكيان من أصل صيني قبل الشروع بكتابة أي سيناريو عنهم. تقول الدكتورة (بالما مارتينيز نول): "يكون العديد من الكتاب متحيزين إلى بعض الأمور بسبب عدم قدرتهم على فهم هذه الأمور. عندما يريد الكاتب أن يكتب للأمريكان النازحين من أميركا الجنوبية أو أن يكتب سيناريو عنهم، فعليه أن يجعلهم جزءا لا يتجزأ من المجتمع الأميركي ولا يصورهم كمجموعة معزولة" بعدئذ تحت الكاتب على أن يتخذ الموقف نفسه بالنسبة للنازحين من أسبانيا. حتى الطوائف البيض لم تسلم من المواقف المقلوبة والجاهزة تجاهها. لقد أصبحت المجموعات التي قدمت إلى أميركا أخيرا مستهدفة أيضا، وبخاصة القادمون من جنوب شرق آسيا الذين أصبحوا يعاملون تلفزيونيا كما يعامل السود والقادمون من أميركا الجنوبية. هناك مجموعة أخرى من الناس التي لم يعاملها التلفزيون المعاملة الإنسانية التي تستحقها وهؤلاء هم المسنون والمعوقون جسديا أو عقليا. على الكاتب أن يمتلك صفتين أساسيتين وهما: تفهمه لحاجات الناس الذين يصورهم ككل ودون تمييز ثم تعاطفه معهم.

المشاكل والاحتمالات Problems and Potentials

قد تتصور بأنك قد كتبت مسرحية ممتازة، بعدئذ تكتشف بأن النص النهائي لها غير مرتبط بالسيناريو الأولي إلا ارتباطا ضئيلا. يجب على النص الأخير أن يحتوي

على كل التصحيحات والمعلومات التقنية التي اقترحها المنتج و المخرج. إذا لم يكن هناك عقد بين الكاتب والمنتج أو المخرج يخول الآخرين بإجراء التعديلات والتصحيحات الضرورية، فسيجد الكاتب الكثير من التغييرات من الشكل والمضمون والأسلوب قام بها المخرج أو المنتج. هناك بعض الإضافات والتعديلات تقوم بها محطات أو شبكات التلفزيون بالإضافة إلى تلك التي اضافها المخرجون أو المنتجون. إن أهم شيء يتوجب على الكاتب عمله هو تقديم نص مكتوب بأسلوب فني راقٍ. يقول (رود سيرلنك)، وهو أحد الكتاب التلفزيونيين غزيري الإنتاج ومؤلف كتاب "توايلات زون" المقرر على طلبة بعض الكليات، يقول هذا الكاتب بأن التلفزيون هو وسيلة من وسائل التسوية للكتاب وانتقد كذلك التلفزيون لأنه "يخشي التعامل مع القضايا الأساسية وعرضها بأسلوب واقعي". ينتقد هذا الكاتب موضوع الإعلانات التجارية التي تُقحم داخل التمثيليات التلفزيونية قائلاً: "كيف تستطيع أن تجعل تمثيلتك أو برنامجك الوثائقي ذا معنى وهو يقاطع بين حين وآخر بالإعلانات التي تروج لبعض الحاجات غير الضرورية؟".

يتطرق هذا الكاتب في كتابه المذكور أعلاه إلى بعض المشاكل الاجتماعية مثل التحيز العنصري والحريات الفردية والحرب الذرية التي أثارَت نقاشاً وجدلاً كثيراً في الشبكات التلفزيونية. قال قبل وفاته "بأن التلفزيون يمكنك من كتابة كل نوع من أنواع التمثيليات الجميلة والمفعمة بالمعنى" وهذا ما حدث فعلاً في فترة التسعينات التي شهدت المسلسل الموسوم "بكت فينيس" الذي نال جوائز عديدة. إن قيمة وأهمية ما تكتبه يعتمد بالأساس عليك بصرف النظر عن وجود حشود الشبكات والممولين ووكالات الإعلانات ومراجعي النصوص والمنتجين والمخرجين. إنك تستطيع أن تشعر بالراحة لأن نصك يبقى الأساس الذي يحدد نجاح العملية الإنتاجية أو فشلها، فبدون نصك لا يوجد أي عرض ولا أي نشاط درامي. إن النص رفيع المستوى الذي تكتبه والذي يعالج القضايا الاجتماعية أو الفنية يجعلك تشعر بالفخر وبخاصة عندما تعرف بأن هذا النص لعب دوراً في تسليّة وإثارة وتوجيه الناس من ناحية وتنفيذ متطلبات الوسائل السمعية والمرئية.

وسائل الإعلام الحديثة

New Media

في نهاية التسعينات، أصبح بإمكان الناس مشاهدة برامج التلفزيون والاستماع إلى البرامج الإذاعية عن طريق الإنترنت. وعلى الرغم من حداثة هذا الابتكار، إلا أن عدد برامج التسلية أخذ بالازدياد مثل برامج كوميديا الموقف والفعاليات الموسيقية المسجلة على الفيديو وبرامج الموسيقى (D.J.). وفي البداية كانت نوعية ما يعرض متواضعة وأحيانا مرفوضة وذلك يعود لقلة تجربة الممثلين بهذه التجربة. وكنا نشاهد برامج تلفزيونية من شاشة الإنترنت وكان الصوت والصورة فيها غير واضحين على العموم. إلا أن هذه المشكلة وماذا بمجيء القرن الجديد، حيث أصبح مشاهدو ومستعمو الإنترنت يستقبلون أمورا ذات جودة ونوعية عالية. وماذا يعني ذلك بالنسبة للمنتجين والمخرجين ولكتاب النصوص الإذاعية والتلفزيونية والسينمائية؟

إن الوسيلة تقصر ما نكتبه للمتلقي. فالكتابة للسينما تختلف عن الكتابة للمسرح، والكتابة للإذاعة تختلف عن الكتابة للتلفزيون. وعندما نأخذ العناصر الأساسية لكتابة النص، مثل الحبكة والشخصيات والجو العام والحوار، فإننا نستطيع أن نستخدم نفس هذه العناصر لتسد الحاجات الجمالية والتقنية للوسيلة الجديدة - وهي الإنترنت.

في بداية هذا القرن ظلت الأنشطة التلفزيونية والإذاعية والسينمائية التقليدية تظهر من خلال الإنترنت، أنشطة مثل المسرحيات الجادة والهزلية وكوميديا المواقف

والبرامج الموسيقية وبرامج المنوعات والأخبار والمقابلات، وفي الوقت نفسه بدأت أشياء جديدة أيضاً بالظهور. مثلاً، في أواخر التسعينات، بدأت شبكة (ان. بي. سي) باستقطاب النساء إلى برامج الإنترنت العائدية لها، فأخذت تعرض البرامج الجديدة عن المشاكل العائلية وعن الأمور الصحية وغير ذلك. وصرح (توم روجرز)، رئيس الشبكة الكابلية (ان. بي. سي) في لقاء أجري معه في مجلة (برودكاستك اند كيبل) قائلاً: "لا تقل أهمية النساء بالنسبة لشبكة (إن. بي. سي) عن أهمية الأطفال بالنسبة لبرامج (دزني)... إن أكثر مشاهدينا هم من النساء"، ويضيف قائلاً: "تُبث هذه الشبكة برامجها الموجهة للنساء عبر اثنتي عشرة قناة للإنترنت، وهذه البرامج تغطي قضايا كثيرة مثل عرض الكتب والعلاقات العامة والجمال والسفر. إن هذه البرامج موجهة للأعمار النسائية التي تتراوح بين الخامسة والعشرين والتاسعة والأربعين".

ولم يختلف المشاهدون، إلا أن الوسيلة اختلفت، ولو أن بعض الناس يعتقد بأن الوسيلة الجديدة كسبت مشاهدين جدد. وعندما عرضت البرامج من خلال الإنترنت لأول مرة في العام 1997 صرح أحد المدافعين عن الإنترنت قائلاً: "إنها وسيلة جديدة لقرن جديد". في عام 1998 أنتجت ثلاث مسلسلات خصيصاً للإنترنت: "أوستن"، الذي سمي "أول عمل درامي للإنترنت" و "بيت اودز"، وهو برنامج رياضي يقدم الجوائز للمشاركين فيه، و "باتنامي" وهو برنامج تأتي الفكاهة فيه من المواقف. وقال (كلن دكسن) في بداية عام 1999 في مجلة (برودكاستك اند كيبل) بأن شبكة ال (ان. بي. سي) ستبدأ عرض "برامج موثقة بالخطوط البيانية والنصوص والفيديو. وسيكون بإمكان المشاهدين التفاعل مع ما يعرض".

وفي عدد آخر لنفس المجلة الصادر في بداية عام 1999 يقول (رتشارد تيد سكو): "إن الإنترنت سيسيطر على كل أجهزة البث الإذاعي والتلفزيوني والكابلي وسيجعل المشاهدين ملتصقين بأجهزة الحاسوب". ويتوقع البعض بأن حوالي ستين مليون عائلة سيكون بإمكانها في عام 2002 مشاهدة برامج الإنترنت الترفيهية.

ولا يزال الإنترنت، الذي عادة ما يسمى ب (شبكة العنكبوت web)، حديثاً نسبياً، فهو كالطفل الذي يشاهد نهاية قرن وبداية قرن. وعلى الرغم من التطور

الذي حدث له خلال العشر سنوات الأخيرة، إلا أنه لا يزال يافعا وغضا بالمقارنة مع ما سيحدث في السنوات العشر أو العشرين القادمة. إن العمل في هذه الوسيلة الآن يمكن أن يقارن بالعمل بالسينما قبل مائة عام أو بالتصوير الفوتوغرافي عام 1880. واستخدمت أجهزة الحاسوب قبل أربعين عاما من أجل رسم أشياء بسيطة مثل خط يربط بين نقطة (أ) والنقطة (ب). والآن أصبحت أجهزة الحاسوب متطورة جدا وتستطيع أن تخلق وتحول الصور وتقوم بأعمال كبيرة أخرى لم يكن بمقدورها القيام بها حتى في عام 1984.

ويمكن النظر إلى وسائل الاتصالات الحديثة هكذا. إنها تبدأ بداية لافتة للنظر، وبعدئذ تقوم بأعمال كبيرة تجعل أعمال المرحلة الأولى، بالمقارنة، تبدو قديمة وغير لافتة للنظر. وهذا يذكرنا بما قام به (كوتبرغ) والذي ساعد في نشر المعلومات بصورة أوسع من قبل. لقد مر وقت طويل على موضوع ابتكار الطباعة قبل أن يتمكن الناس من استخدام هذه الأجهزة بصورة جيدة. وحتى في هذه الأيام لا يمكن لكل الناس في بعض الأقطار من الاستفادة من هذا الابتكار الذي تحقق قبل مائة سنة. وهذا ينطبق على أجهزة الحاسوب الآن. متى يستطيع الناس استخدام الحاسوب بطريقة تمكنهم من الاستفادة من الإنترنت؟ وهذا ينطبق ثانية ليس على مستخدمي الإنترنت بل على الكتاب المبدعين الذين يكتبون النصوص الخاصة به.

وعلى الرغم من أن الإنترنت أصبح مصدرا من مصادر الإزعاج المتزايد للأفلام والفيديو، وعلى الرغم من أن منتجي الأفلام والبرامج التلفزيونية والبرامج الإذاعية والموسيقية أخذوا يستخدمون شبكة الإنترنت كوسيلة لبث الأفلام التقليدية والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، إلا أن هناك شيء آخر لم ينتبه إليه هؤلاء الناس وهو أن الإنترنت هو جهاز إبداعي وخالق أكثر من كونه جهاز بث فقط. وإلى حد الآن، لم نجد إلا القليل من الكتاب الذين كتبوا البرامج التي تمكن المتلقين من التفاعل معها عند مشاهدتهم لها من خلال هذا الجهاز الخلاق. يرجى ملاحظة كلمة "التفاعل". إنها حجر الأساس بالنسبة للكتابة بهذه الوسيلة الجديدة.

إننا لا نقترح هنا إبدال الوسائل القديمة بالوسائل الجديدة، ويبدو، في واقع الحال، إن الإنترنت سيدعم الوسائل القديمة عن طريق تعميق وتعزيز إمكانياتها. وبمعنى آخر، إن الوسائل الحديثة ستوسع إيصال الوسائل القديمة وتجعلها عالمية وفي

الوقت نفسه سترفع من المستوى الفني التقني لها عن طريق دمج التقنيات القديمة والحديثة. إن هذه المحاولات

وفي عام 1998 كتب (دون جيفري) مقالة في مجلة (بلبور) ذكر فيها بأن الوسائل الجديدة "ستجعل الناس يصفون إلى الأقراص الليزية (C.D.) ويلعبون لعب الفيديو ويشاهدون التلفزيون وفي الوقت نفسه يركزون انتباههم على الإنترنت. تقول (بيتسي دريك)، مساعدة مدير البحوث والتطوير لشبكة (ايم. تي. في) بأن الوسائل الجديدة لن تقضي على الوسائل القديمة بل ستتعايش معها بسلام ويعتقد بعض الناس بأن الأخبار المعروضة من خلال الإذاعة والتلفزيون والصحافة ستختفي بسبب سيطرة الإنترنت الذي لا يوفر المعلومات عن آخر الأخبار فقط، لكنه أيضا يعطي للمتلقين الفرصة في أن يلتقطوا ويختاروا ما يحلو لهم من الأخبار عن موضوع معين، بمعنى آخر إن الإنترنت يعطي الناس عدة اختيارات وليس خيارا واحدا. وهذا لا يعني أن الإنترنت سيقضي على الأخبار الصحفية والتلفزيونية والإذاعية.

إن ظهور الإنترنت شبيه بظهور آلة الطباعة التي ابتكرها (كوتيرك) حيث عززت تلك الآلة أهمية القراءة. وسيكون للإنترنت تأثير كبير على الصحافة وسيضعف من مسؤولية الصحفيين في تقديم كل ما هو دقيق وورصين من الأخبار، كما سيمنح المشاهدين والمستمعين الفرصة في تدقيق الأخبار واستلامها من مصادر متعددة ومقارنتها مع بعضها البعض من أجل التوصل إلى معرفة الأكثر دقة ومصداقية منها. إضافة إلى ذلك، سيتمكن مشاهدو الأخبار عبر شبكات الإنترنت من الحصول على العديد من الآراء والتفسيرات المتعلقة بالأخبار، وبالتالي سيتمكنون من تجاوز كل الأخبار المتحيزة، سواء كان ذلك التحيز سياسيا أو اقتصاديا وغير ذلك وسيكونون محررين من ضغوط الإعلانات. وسيتفاعل المشاهدون مع الأخبار تفاعلا إيجابيا وليس سلبيا كما هو الحال بالنسبة للأخبار التي تبثها الوسائل التقليدية من فيديو وأفلام وبعض الوسائل المسموعة. ويجب على الكاتب أن يعرف كيفية إثارة الجمهور من جهة واستثمار استقلالية التفاعلية من جهة أخرى.

وفي فترة التسعينات في القرن الماضي، شعرت الجمعية الوطنية للمعلنين والجمعية الأمريكية لوكالات الإعلانات بأن الإنترنت سيصبح الوسيلة الرئيسية في الترويج للأشياء، ولذلك قامت بنوع من الاستفتاء حول ما يحتاجه المشاهدون من

الإنترنت. لقد كانت النتيجة، وبما للمفارقة، بأن المشاهدين لا يحتاجون من الإنترنت أكثر مما يحتاجونه من الإذاعة والتلفزيون. ويدرك معلنو ومنتجو الإنترنت بأن هذا الجهاز يفتح أمامهم سوقاً عالمياً بلمح البصر. من هنا جاء الاتجاه نحو دمج الشركات الاحتكارية مع بعضها من أجل تقليل وجهات النظر أو الحد منها. وذكر الناقد والكاتب (أ. جاي. لايلنك) بأن حرية الصحافة يحددها أصحاب ومالكي الصحف. مع ذلك، يحتاج الكاتب إلى أن يعرف بأن العالم الآن ملئ بالأفكار وبالثقافات المتعددة وهذه الأشياء تحددها المشاهدة أو الاستماع. وهذا يخلق متطلبات مختلفة للمضمون وللتقنية لأن الأشياء المعدة للبت أو العرض لا تستهدف بلداً معيناً أو منطقة محددة. خذ على سبيل المثال مسألة الفيلم السينمائي الذي يتضمن قصة متكاملة. إن هوليوود هي مركز الإنتاج السينمائي تقريباً في الولايات المتحدة، ومع ذلك فمن الضروري أن نلاحظ بأن أكثر الاستوديوهات السينمائية الرئيسية منها تمتلكها شركات عالمية مثل (ام. سي. آي) التابعة لشركة سوني اليابانية وشركة (فوكس) للقرن العشرين) التي يهيمن عليها (روبرت مردوخ) الأسترالي وشركة (ام. جي. ام) الإيطالية وشركة (كولومبيا) التابعة لشركة (متسوشيتا) اليابانية. وفي الماضي كان البعض من هذه الشركات وقيل أن تصبح عالمية تنتج أفلاماً تتضمن الانتقادات المباشرة لبعض البلدان أو الثقافات، إلا أن هذا الاتجاه قل تقريباً الآن.

لقد امتد السوق العالمي إلى ما وراء أوروبا الغربية ليشمل أوروبا الشرقية وقارة آسيا وبعض الأماكن الأخرى التي تتضمن حضارات وثقافات مختلفة عن تلك الموجودة في أوروبا الغربية، وقد رافق هذا الاتساع الجغرافي اتساع في بعض الاعتبارات التي تخص المضمون. بالإضافة إلى ذلك، ستتقل مراكز الإنتاج من الولايات المتحدة إلى أقطار أخرى لسد حاجات السوق الدولية إلى برامج التلفزيون، وهذا يتطلب إجراء بعض التحويلات والتعديلات التقنية التي تتناسب مع المناطق الجديدة. إذن يتوجب على الكاتب الذي يريد التحول إلى هذه الأسواق الجديدة أن يأخذ هذه الأمور بعين الاعتبار.

إن هذا الطريق ليس سهلاً حتى بالنسبة للكاتب المحنك، أي الذين مارسوا الكتابة لمدة طويلة في حقلي الإذاعة والتلفزيون. إن انتقالهم للعمل على أجهزة الإنترنت هو من الصعوبة بمكان بالنسبة لهؤلاء المتمرسين، وقد يكون هذا الطريق أسهل

بالنسبة للمبتدئين من الكتاب. وهناك مشكلة أخرى مضافة إلى مشكلة التكيف الإبداعي الفني الذي سبق وأن نوهنا عنه. كتب (دانيال روث) في مجلة (فورجن) في عام 1998 قائلاً بأن الكتاب الذين اعتادوا الكتابة للوسائل القديمة يواجهون الآن مشكلة تكيف أنفسهم للثقافة التقنية التي تسيطر على الإنترنت.

إن مشكلة هؤلاء هي مشكلة أسلوب التعامل مع الإنترنت. إن الوسائل القديمة تعطي الأولوية للمضمون ولا تعير اهتماماً كبيراً للتقنية. إن الكتاب الذين تهمهم التقنية غالباً ما ينزعجون من مشاهدي التلفزيون أو مستمعي الإذاعة معتقدين بأن الآخرين لا يستطيعون ولن يستطيعوا تكيف أنفسهم للعالم الجديد الذي تسيطر عليه التقنيات الحديثة. والآن أصبح التقنيون مسيطرين على الساحة بسبب امتلاكهم ناصية الاتصالات التي يوفرها الإنترنت والتي تعتبر الوسيلة أهم من المادة المقدمة. مع ذلك، فإن ازدياد عدد الناس المهتمين بمشاهدة البرامج على الإنترنت الآن قد غير من هذا الانطباع. مثلاً، في عام 1998 أصدرت جمعية الإذاعيين دليلاً يحتوي على الإرشادات والمعلومات الجديدة التي حدثت في مجال الوسيلة الجديدة التي لها أثر على رجال الإذاعة والتلفزيون.

تداخل التقنيات Interactive Technique

إن الشيء الأساسي الذي أضافه الإنترنت إلى الوسائل الأخرى هو القابلية للتفاعل بين المقدم (الكاتب) والمتلقي (المستخدم). إن هذا التفاعل يعني استثمار الإمكانيات المتعددة للإنترنت: ليس فقط استثمار دمج المرئي بالسموع بل استثمار فقرات أخرى مثل البث الحي، الصوت المنظم، الصورة الجامدة، الخرائط والرسوم البيانية. ابتداءً يستطيع الكاتب أن يخلط كل تقنيات الوسائل بطريقة تفاعلية من أجل الجمهور. من الواضح أن هذا لا يسمح فقط بل يتطلب أيضاً نمطاً جديداً من تقنيات وطرائق الكتابة.

ويحتاج هذا التفاعل إلى عدد كبير من المتغيرات في الكتابة. إن الكاتب يقدم المعلومات والأفكار والمؤثرات العاطفية على شكل حلقات، فكل فقرة مرتبطة بالتي تليها حسب رغبات المشاهدين، إلا أنه يجب على هذا الربط ألا يكون بشكل

منطقي أو مستقيم كما هو الحال بالنسبة للوسائل السابقة. على الكاتب أن يهيئ سلسلة طويلة من الخيارات للمشاهدين. إضافة إلى ذلك، يجب على الكاتب أن يتوقع ردود أفعال المشاهدين قبل كتابة النص من أجل تحقيق الهدف الذي يرمي النص إلى تحقيقه.

فبدلاً من أن يقدم الكاتب المادة بالصورة التدريجية والمنطقية التقليدية، عليه أن يقدم هذه المادة وهي محاطة بالأفكار والمفاهيم والانطباعات والمعلومات السمعية والبصرية والمؤثرات العاطفية والفكرية. يجب على الكاتب وعلى المتلقي أن يخرج أو يصفي ما قدم إليه من مادة بغض النظر عن الزمن الذي قدمت فيه المادة أو مكانها أو طريقتها. من هنا تكون عملية الإنترنت بحد ذاتها مسيطرة على المضمون، وهذا ما يجعل القول المأثور الـ (مارشال ماكلوهان): "الوسيلة هي الرسالة" يأخذ معنى إضافياً.

لنلقي نظرة فاحصة على تطبيق هذه المبادئ في حقل الأخبار. ذكر (جاك لول) في مقابلة له نشرها في عام 1998 قائلاً: "تختلف الأخبار عن بعضها البعض من حيث النبرة والمغزى والعمق والأسلوب، وهذه الأشياء تحددها الجهة التي تنشر تلك الأخبار سواء كانت صحيفة أو مجلة أو إذاعة أو تلفزيون. إن الأخبار التي تبث بثاً مباشراً تختلف عن كل الأخبار التي تبث عن طريق هذه الوسائل وتحتضن، وبما للغرابة، كل هذه الوسائل". وقد وضّح هذه المسألة قائلاً بأن الأخبار المرسلة عن طريق الإنترنت يمكن أن تمتلك نفس العمق الذي يمتلكه أخبار الصحف اليومية وفي الوقت نفسه تتبع نفس الأسلوب الذكي للمجلات ونفس تلقائية البرامج الإذاعية ونفس التأثير المرنّح التابع من التلفزيون. يقول (لول) بأن محرر الأخبار الموجه للإنترنت ملزم بأن يكتب قصة متماسكة الأجزاء والمواضيع المنطقية. عندما يريد محرر الأخبار في الإنترنت أن يكتب تقريراً عن حادثة قتل أحد الأطفال فعليه أن يجمع ويستقصي المعلومات بطريقة غير تقليدية وأن يسلط الضوء على "محضر المؤتمر الصحفي الذي عقده عمدة البلدة وخريطة البيت ذات الأبعاد الثلاثة وقائمة طويلة من الأدلة ووصف تفصيلي للأحداث وسير مختصرة للمدعين والمدعى عليهم".

إن هذا الأسلوب الذي يقترحه (لول) هو خير ما يمثل أسلوب الإنترنت الذي لا يصف الأحداث بصورة تنابعة ومستقيمة بل بصورة تفاعلية. إلا أن (لول) يؤكد على

الجانب الأخلاقي الذي يجب أن تتضمنه عملية عرض الأخبار هذه. لقد أكد هذا الكاتب عدة مرات على ضرورة معرفة الكاتب بالوسيلة التي يكتب لها وأن يتعلم التقنيات المؤثرة والفعالة لكن يجب أن لا ينسى بأن ما يكتبه سيؤثر على تفكير الناس ومشاعرهم لذلك يجب أن تكون كل كتاباته منطلقة من أسس أخلاقية وإنسانية رصينة.

الطريقة Approach

وعادة ما يربط مصطلح "النصوص الحية hyper text" بالكتابة المبدعة للإنترنت. يشير مصطلح "النصوص الحية" إلى القابلية على تقديم الأفكار وبطريقة أقرب ما تكون إلى الطريقة التي نفكر بها - فإن العديد من وجهات النظر والأفكار تنطلق من عقولنا في آن واحد تقريبا دون إتباع طريقة منطقية واضحة المعالم كما هي الحال حين نقوم بكتابة تلك الأفكار على الورق بعد تنظيمها من أجل أن نجعلها مفهومة عندما نقرأ. إن "الغة الفوقية" للإنترنت تعني أننا نستطيع أن نقدم للمشاهدين مزيجا من المنبهات والحوافز والأفكار والمعلومات عن موضوع واحد أو عن كل المواضيع. إن ما يقوم به الإنترنت، بهذا المفهوم، للاتصالات المكتوبة والمسموعة والمرئية هو شبيه بما قامت به تكعيبية (بيكاسو) للرسم. يقول مفسرو أعمال (بيكاسو) بأن التطورات التي حدثت في القرن العشرين في حقول الاتصالات والمواصلات قد أزالَت قيود النظرة الواحدة الضيقة في تقييم الأمور وبالتالي قدمت العديد من النظرات لتقييم عمل معين واحد. هذا هو بالضبط ما قام به الإنترنت بالنسبة لحقل الاتصالات. إن "الغة الفوقية" المتفاعلة تساعد المتلقي على استقبال وإبداع العديد من المحفزات المتأتية من سلسلة طويلة غير المحددة المصادر، وهذه العملية - الاستقبال والإبداع - تجري في وقت واحد. فالكاتب المسرحي، على سبيل المثال، يستطيع أن يقدم للمتلقي الفرصة في رؤية حل الحبكة من خلال عيون الشخصيات وبالتالي يستطيع أن يلتقط أو يختار ما يحلو له من تلك الرؤى. استطاع مشاهدو الإنترنت في عام 1999 أن يشاهدوا العديد من وجهات النظر المتعلقة بالانتهامات التي وجهت للرئيس كلنتون من ضمنها وجهات نظر الشهود الأصليين والقضاة، كما استطاعوا أن يشاهدوا العديد من المواد المرئية في الأماكن التي

كان يشار إليها. استطاعوا أيضاً أن يسمعوا التعليقات التي جاءت من خبراء أجنب ومحلين حول المسؤولية والامتيازات الرئاسية وغير ذلك من المعلومات. في عام 1998 قدمت شبكة (إن. بي. سي) المعلومات الكثيرة على الإنترنت عن "تونايت شو"، وبهذا وفرت الفرصة للمشاهدين للحصول على المعلومات الكثيرة عن ضيوف "لينو". إن المتلقي هو المبدع أيضاً، فهو موضوع في وسط المحفزات والمنبهات أو هو، إذا ما استعملنا مصطلح الإنترنت، في وسط النسيج (web) الذي يمكن أن يوصله إلى ما يريد.

يوفر الإنترنت ما لا يعد يحصى من الفرص وهذا ما يتوجب على الكاتب أن يتذكر بصفته مبدعاً ودليلاً ومؤثراً بأنه يجب أن يحسن استعمال المادة المقدمة له. وقد تكون للكاتب وجهة نظر ولكن هذا لا يعني أنه يجعل المتلقي حائراً وهائماً ولا يستطيع أن يصل إلى أية نتيجة فكرية أو إلى صيغة. إن للكاتب ويتوجب عليه أن يقدم عدة فرص لجعل المتلقي يتفاعل مع ما يرى، إلا أنه يتوجب عليه أن يقدم المحفزات أيضاً من أجل تسهيل مهمة وصول المتلقي إلى ما يريده الكاتب. يجب على الكاتب، وحتى فيما يكتبه من نصوص موضوعية كالأخبار مثلاً، أن يتأكد من توفر كل وجهات النظر والتفسيرات. أحياناً تكون وسائل تقليدية متحيزة بسبب المعلنين التجاريين أو صاحبي تلك الوسائل أو المنتجين، أما الإنترنت فعليه أن يكون موضوعياً من خلال تقديم العديد من وجهات النظر البديلة. على المتلقي أيضاً أن يقوم باختيار وتفحص وجهات النظر المرسلة في الإنترنت.

وعلى الرغم من أن محتويات هذا الكتاب موجهة إلى المقدم، أي إلى كاتب المادة التي ستعرض من خلال الإنترنت، مع ذلك فمن المهم أن نقدم تحذيراً إلى الكاتب الذي ينبغي العمل على جهاز الإنترنت. إن أي إنسان يستخدم الإنترنت، بغض النظر عن ثقافته أو منزلته، يجد صعوبة في التأكد من صحة المادة التي يبشها الإنترنت أو عدم صحتها. وعلى الكاتب إذن وقبل أن يستعمل المادة التي حصل عليها من الإنترنت أن يفحصها ويتأكد من كونها معتمدة ورصينة وذلك حفاظاً على سمعته.

المعالجة Process

إن هذا الكتاب لا يهدف إلى تقديم الإرشادات المتعلقة بكتابة البرامج والمعلومات على الإنترنت والتي يتوجب على أي كاتب يتعامل مع الإنترنت أن يعرفها، مع ذلك فإن تكييف التصميم العامة للتلفزيون والإذاعة والسينما يتطلب معرفة سريعة وموجزة عن هذه العملية. إن إحدى الوسائل المتبعة في رسم هذه التصميم هو اعتماد مبدأ "الموجز" أو الملخص للأحداث التي يتضمنها البرنامج، وهذه العملية شبيهة بالعملية الأولية التي يقوم بها الكاتب عندما يريد كتابة بحث مفصل عن موضوع ما، فالبدية تتطرق من "موجز وخلاصة البحث" المثبت على الورق ويفضل ألا ينتقل الكاتب من فقرة إلى أخرى بصورة منطقية ومستقيمة بل يفضل أن يشير إلى كل انتقاله عن طريق رسم سهم من أجل التبسيط، بعدئذ يقوم بربط هذه الفقرات بحلقات الوصل. يمكن لأي فقرة من هذه الفقرات أن تتكون من مزيج من الوسائل التقليدية مثل: الطباعة، الخرائط، الرسوم البيانية، اللقطات المرئية، الصور الفوتوغرافية والرسوم وغير ذلك. تبدو هذه الخيارات صعبة بالنسبة لمعظم الكتاب وبخاصة الذين لا يجيدون غير استعمال الكلمات ولا يستطيعون خلق الصور.

إلا أن تخزين المعلومات الذي يتضمنه الكمبيوتر يسمح للكاتب أن يضيف أي نوع من أنواع المواد المرئية والموسيقى والرسوم وغير ذلك من المحفزات وأن يضعها في المكان المناسب وبالشكل الذي يرتبه. أنه يستطيع أيضاً أن يزود المتلقي بالإرشادات مثل: "تقدم إلى أمام" أو "ارجع إلى الخلف"... الخ. هذا يعني بأن الكاتب يجب أن يعرف طاقات وإمكانات هذا الجهاز الجديد.

دعنا نضرب مثلاً على ذلك. لنفرض أنك تريد أن تكتب مشهداً تمثيلاً يظهر فيه زوج وزوجته وهما يتناقشان عن كيفية قضاء عطلة معينة. يوجد في الغرفة ألبوم صور. لا يريد الزوج ولا الزوجة النظر إلى صور هذا الألبوم، إلا أن الكاتب يفتح هذا الألبوم أمام المشاهدين ويركز على بعض الصور من أجل جعل المشاهدين يعرفون من هو المخطئ بالنسبة لاختيار مكان السفرة: الزوج أم الزوجة؟ يمكن للكاتب أيضاً أن يفتح صندوق الأشرطة المسجلة الموجودة في تلك الغرفة ويختار الموسيقى المناسبة منها.

خذ مثلاً آخر: لنفرض أن الزوج والزوجة يتطلعان إلى القيام برحلة قत्ص في غينيا، هنا يستطيع المتلقي أن يضغظ على أحد أزرار الكومبيوتر ويتمتع برحلة إلى غينيا. وهكذا فإن الكومبيوتر يوفر للمتلقي الخيارات والتجارب التي لا تعد ولا تحصى.

وعلى الرغم من أن الكاتب المبدع المهتم بمضمون التصميم العام قد يواجه صعوبة في تحديد المتطلبات الميكانيكية التي تساعد المتلقي على التفاعل مع ما يشاهده من برامج على الإنترنت، مع ذلك فعليه أن يجعل الإرشادات التقنية التي يقدمها للمتلقي جزءاً من عملية التفاعل. إن معرفة تفاصيل هذه العملية يساعدك على تقديم الأنواع المختلفة من المحفزات للمتلقي. عليك ملاحظة ما يلي: 1- المادة التي تظهر مباشرة على شاشة الإنترنت، 2- المستوى الثاني من المحفزات التي تظهر عندما يضغظ المتلقي على الزر بصورة عشوائية، 3- اختيار المتلقي الواعي للخيارات التي تقدمها له. يستطيع الكاتب، بعد معرفته بهذه العملية، أن يسيطر على المتلقي حتى بعد أن يقدم له كل التسهيلات في الاختيار.

إن قابلية المتلقي على القيام بهذه الإجراءات يعزز من حيوية المادة المقدمة له من لدن الكاتب. مثلاً، إن أكثر المواد المعروضة في التلفزيون وتقريباً كل المواد الموجودة بالأفلام السينمائية والتي أخذت تبث في الفترة الأخيرة في الإنترنت بصورة تدريجية، إن هذه المواد هي مواد معروضة بطريقة درامية. وفي الحياة الحقيقية تكون للمتلقي خيارات غير محددة نهائياً في أي موقف وتعتمد هذه الخيارات على ميزاته الشخصية. هذا المبدأ ينطبق أيضاً على المسرحية المكتوبة بشكل بارع. لقد سبق وأن ذكرنا بأن الشخصيات تكتب المسرحية. إن أية شخصية تفعل وتقول ما يجب عليها أن تفعله وتقوله فقط تحت ظروف معينة. إن الحياة ليست قضية ذات بعد واحد، وكذلك الحال بالنسبة للناس، ومن هنا جاءت مسألة تعدد الخيارات. عندما تريد أن تخلق ترابطاً عاطفياً بين الشخصيات وبين المشاهد، فإنك تحتاج إلى تقديم العديد من الفرص للمتلقي لأن يختار ما يقره إلى تلك الشخصية وقد يضطرك ذلك إلى تغيير مسار الحبكة الدرامية نظراً لأن شخصيات المسرحية الجيدة هي التي تحدد الفعل وتعقيدات الحبكة وليس العكس. لذلك يجب على الكاتب أن يقدم عدة احتمالات لعنصر العرض ولتعقيدات الحبكة من أجل دفع

عجلة الفعل المسرحي إلى أمام كما يتوجب عليه أحيانا أن يقدم أكثر من ذروة أو نهاية. هذه الأشياء تجعل المتلقي أكثر انسجاما وتفاعلا مع المسرحية كما هو الحال في الوسائل القديمة. ويجب على الكاتب أن يتأكد من تماسك الشخصيات والحبكة والحوار.

لا تقلق عندما لا تتمكن لأول وهلة من معرفة أبعاد وإمكانيات جهاز الكمبيوتر. ستتعلم هذه القضايا أثناء ممارستك الكتابة للإنترنت. وأثناء عملية التعلم، لا تتردد في طلب النصيحة والتوجيه من المبررين والمحنكين في هذا الحقل. إضافة إلى ذلك عندما تلم وتتعرف على إمكانيات هذا الجهاز لا تقع في فخ الأجهزة الإلكترونية، بمعنى آخر، لا تس هذك الأول والأخير؛ وهو خلق المضمون الذي يرفع من مستوى فهم المشاهدين وأفكارهم ومشاعرهم الإنسانية.

التقنية Technique

التلفزيون Television

إن الاعتبارات الخاصة للكتابة للتلفزيون والتي استمرت لمدة نصف قرن هي نفس الاعتبارات للكتابة إلى الإنترنت السائدة الآن تقريبا. إن أهم شيء يجب ذكره هنا هو محدودية المساحة المرئية لشاشة الكمبيوتر مقارنة بشاشة التلفزيون، حيث تكون شاشة الكمبيوتر مجرد جزء صغير من شاشة المراقبة. إن مصطلح "الفيديو البخاري" يعني العربية التي تنقل الصور المرئية المتحركة. إن محدودية عرض النطاق (bandwidth) هي مسألة جديرة بالتأمل. حاول أن تتجنب اللقطات الواسعة المتضمنة شخصيات عديدة وكذلك حاول أن تتجنب المشاهد الليلية أو المشاهد والأماكن المظلمة. أحيانا المناظر المضاء المشقة من الوسائل الإلكترونية توفر أجواء جديدة، ولكن لا تعتمد عليها دائما. إن أكثر أجهزة الكمبيوتر الآن لا تتوفر لها القدرة على مواكبة الحركات السريعة، من هنا يكون التخطيط للفعل أمرا ضروريا.

إن طبيعة تكوين جهاز الكمبيوتر تحتم عليك تحديد عدد الشخصيات التي تتكلم في آن واحد بحيث لا يصطدم حوار الواحد منها مع الآخر. بمعنى آخر، لا تستخدم عدة مصادر للأصوات في الوقت نفسه. عليك أيضا أن تتذكر المسافة التي

تفصل بين شاشة الكمبيوتر وبين المتلقي الذي يجلس أمامها والتي عادة ما تكون أقصر من تلك المسافة التي تفصله عن شاشة التلفزيون. لذلك يتوجب على المشاهد والبرامج بصورة عامة أن تكون أقصر من تلك التي تكتب للتلفزيون وللسينما والتركيز في هذه الحالة يكون على الأمور التالية: اللقطات المقربة، الحوار الواضح، الترشيد في حركات المؤدين، الحركة البطيئة للنص، الدقة ووضوح المواقف الاستهلاكية والختامية.

إن افتقار شاشة الكمبيوتر إلى العمق يحدد أنواع خلفيات الفعل أو المعلومات والانتقالات التي أصبحت مقبولة واعتيادية في التلفزيون. مثلاً، قد يكون عندك مشهد يظهر فيه حارس أحد المصارف في الصورة الأمامية وفي الصورة الخلفية يظهر أحد اللصوص موجهاً بندقيته صوب أمين صندوق المصرف. إن ظهور هذا المشهد في التلفزيون والسينما يكون سهلاً جداً. إن الشخصيات الخلفية عادة ما تكون مشوشة وغير واضحة على جهاز الإنترنت وبالتالي لا تقدم ما عندها بصورة واضحة. بالإضافة إلى ذلك، لم يتمكن الإنترنت إلى الآن من تقديم لقطات الإزاحة (wipes) والانتقال التدريجي التي نشاهدها على شاشة التلفزيون. لذلك فإن تقديم مثل هذه اللقطات على الإنترنت لبيان الانتقال من مكان إلى آخر أو بيان مرور الزمن قد يربك المتلقي وتضيق عليه مسألة تسلسل الأحداث. إلا أن هذه الأشياء هي مسائل تقنية قد تحل بالمستقبل المنظور. افعل ما فعله الكتاب عندما ظهر التلفزيون لأول مرة وركز على الجوانب الخاصة للإنترنت وبخاصة قابلية هذا الجهاز على التفاعل.

الإذاعة Radio

إن عدد مستمعي الموسيقى من خلال جهاز الإنترنت في ازدياد مطرد. لقد أخذ البث المباشر يخلق مستمعين جدد للموسيقى التي تبث إذاعياً. يستطيع المستمعون الآن أن يختاروا ما يحلو لهم من فنانين ومن أنشطة موسيقية في أي وقت يشاءون. في أواخر عام 1998 بدأت شركة (سوني) للإنترنت يبث برنامجاً اسمه "خزانة الموسيقى" (Juke box) وهو برنامج يبث لك الأغاني والموسيقى التي تختارها أنت مقابل ثمن معين. بعدئذ أخذ الإنترنت يبث بعض البرامج التي تمكن المتلقين من مشاهدة بعض الأماكن بعد أن يقدم لهم هذا الجهاز المعلومات الكافية عن الفنانين

والبومات أعمالهم وتاريخ بعض الأنماط الموسيقية وغيرها من المعلومات التي نسمعها في الراديو.

إن محطات الإنترنت الإذاعية تتمكن من سد حاجات المستمعين بصورة أفضل من تلك الخدمات التي تقدمها محطات الإذاعية التقليدية. بإمكان إذاعة الإنترنت أن توفر للمستمعين المئات من القنوات وتترك لهم حرية الاختيار. بناء على ذلك، يستطيع الكاتب أن يقدم للمستمعين العديد من الخيارات التي تمكنهم من السيطرة على ما يسمعون من أنماط الموسيقى والمغنين وغير ذلك، بالاعتماد على الكمبيوتر وعلى ما يخزنه من هذه المعلومات.

لقد قام بعض المبرمجين بدفع موسيقى الإنترنت خطوة إلى الأمام من خلال بثهم الموسيقى المعززة بالرسوم البيانية. إضافة إلى ذلك، استطاع الإنترنت أن يجدد بعض النصوص الإذاعية بالحوية والنشاط. مثلاً، قد تكون مجموعة من الناس راغبة في سماع تمثيلية عن الخيال العلمي أو معرفة آخر الكتب التي دخلت مكتبة الكونغرس. يستطيع الإنترنت أن يلبي هذه الحاجات على المستوى الوطني والعالمي.

الفيلم السينمائي Film

يمكن تطبيق أسس كتابة النصوص المرئية للإنترنت على كتابة نصوص أفلام الإنترنت السينمائية. إن أفضل ما قرأته عن هذا الموضوع هو بحث كتبه أحد طلبة كلية إيمرسون، وإليك ما كتبه هذا الطالب:

الوسائل الجديدة: المعاني الضمنية لكتابة وإنتاج الأفلام على الإنترنت :

"إن استخدام الإنترنت كوسيلة جديدة في تطور دائم. إن الأمور التقنية تتطور بسرعة عجيبة، وهذا ما ينطبق على جهاز الإنترنت أيضاً. لقد سبق لهذا الجهاز أن زدنا بالأخبار اليومية والبريد الإلكتروني والألعاب وآخر أخبار السوق والبضائع وما إلى ذلك. بسبب العدد الهائل من مستخدمي هذا الجهاز في أنحاء العالم، أخذ أصحاب الوسائل التقليدية يحاولون الانتفاع من الخدمات الإيجابية التي يقدمها هذا الجهاز. على سبيل المثال، أخذ صناع الأفلام السينمائية في استخدام الإنترنت للترويج لأفلامهم عن طريق عرض مشاهد خاصة من فيلم معين وغير ذلك. أما الآن فقد أخذ الإنترنت يبت ويبرسل الفيلم كله.

في السادس عشر من تشرين الثاني عام 1998، عرضت شركة (أي. ايف. سي)، ولأول مرة، فيلماً كاملاً من على شاشة الإنترنت، وبذلك حولت الإنترنت إلى قناة للتوزيع (كاتز)^(١) أخذ بعض صناع السينما يستثمرون المنافع الأخرى التي يقدمها هذا الجهاز من أجل خدمة المتلقين. لأن الإنترنت جهاز ناشئ، إذن ينبغي عليه أن يؤسس بعض الركائز الجمالية والآلية كما هو الحال في التلفزيون والسينما. لا يزال فن كتابة النصوص السينمائية للإنترنت فتاً هشاً وغير مستقر ولا تحكمه الضوابط الصارمة التي تحكم النصوص السينمائية التقليدية، وهذا يعود إلى حداثة هذا الجنس من ناحية وإلى تطلعات الشركات الممينة إلى تقديم أكبر قدر من حرية التعبير بالنسبة للفنانين من ناحية أخرى (اتكن).

مع ذلك، فللإنترنت ضوابطه الخاصة بالنسبة للأفلام وهذا يعود إلى وجود العديد من المحددات التقنية التي يتوجب القضاء عليها. إن أهم الضوابط الموجودة في الوقت الحاضر هي الضوابط المتعلقة بحجم الصورة وسعة الإطار العام وحواجز العرض (بزل، ص 51).

إن الحجم العام لشاشة الكمبيوتر، بالمقارنة مع الشاشة السينمائية، يعيق عرض الصور بالنسبة للمتلقين، من هنا تفقد المشاهد الفخمة والأحداث الكبيرة رونقها وأثرها وبالتالي يتبخّر عنصر الإلهام والإثارة. إن هذا الحجم الصغير يحدد أيضاً كمية المعلومات التي يمكن أن تعرض للمشاهدين في وقت معين. إن بعض القضايا المزعجة التي تظهر على الشاشة السينمائية الكبيرة ربما تختفي على شاشة الكمبيوتر.

يقول (نلس جونسون) في مقالة له بعنوان "عرض الأفلام على الكمبيوتر": "إن أكبر عقبة تواجهها الأفلام المعروضة على الكمبيوتر هو ضيق نطاق العرض (band width)" (جونسون، ص 40). إن هذه المشكلة ناتجة من سرعة الربط بين جهازين للكمبيوتر ومن تحويل المعلومات من كومبيوتر إلى آخر (down load) (جونسون، ص 40). يبدو أن هذه الظاهرة تصنع العديد من المعوقات أمام صانعي

(١) "كاتز" هو اسم مؤلف المصدر الذي أخذت منه هذه المعلومة. في ختام هذا البحث تجد ثبثاً بالمصادر التي اعتمدها البحث المقنن هنا - المترجم.

الأفلام وبالتالي تشوه أو تدمر الدقة الفنية لمتوجاتهم، وهذا ما يضعهم في موقف حرج أمام الجمهور.

إذا أراد أحدهم أن يحسن نوعية فيلمه فينبغي عليه أن يجعل فيلمه خاليا من التفاصيل غير الضرورية. إن استخدام الخلفيات والإضاءة البسيطة يجعل الصور واللقطات متماسكة. إن التقليل من سعة الإطار العام والترشيح في حركة الكاميرا يجنب المشاهدين الكثير من الأشياء التي تثير أعصابهم ومشاعرهم. إن تطبيق هذه الإجراءات يحسن نوعية اللقطات ويجعل سرعة الإنتقالات معقولة (جونسون، ص 38). هذه الإجراءات أيضاً تعزز من حرية الكاتب على التعبير.

ويفضل أن تكون البرامج المعروضة من شاشة الإنترنت ذات صيغة إنسانية شمولية وإلا تكون مجرد أمور متعلقة بقضايا ومشاكل محلية وهذا يعود إلى قابلية الإنترنت على الوصول إلى جميع أنحاء العالم. على العموم إن الأفلام ذات المفاهيم السامية تلاقي ترحاباً من الجماهير. إذا احتوت هنا الأفلام على الحيكات البسيطة والتطورات الواضحة يكون أمر ترجمتها إلى لغات متعددة سهلاً. يمكن للتجار أيضاً أن يستثمروا قابلية الإنترنت على الوصول إلى جميع أنحاء العالم. قد يضع الإنترنت بعض العقبات أمام الأفلام. يقول مدير تحرير شبكة (مايكروسوفت انتر اكتف) مايكل كوف: "يذهب الناس إلى أجهزة الكمبيوتر من أجل الحصول على شيء ملموس وليس من أجل المشاهدة فقط" (اتكن). إن أكثر مستخدمي الإنترنت يشاهدون وفي بالهم هدف معين. إن أي شيء يشاهدونه لا يناسب هذا الهدف يفقداهم صبرهم ويجعلهم يتحولون إلى قاعات السينما أو إلى التلفزيون، وهذا ما يجعل صناع أفلام الكمبيوتر أن يعملون ما يوسعهم من أجل جذب اهتمام المشاهدين.

وعندما يتم التغلب على عوائق الإنترنت التقنية، سيكون بإمكان هذا الجهاز أن يكون قناة توزيع كبيرة لصناعة الأفلام السينمائية. لقد اتخذت إحدى الأقمار الصناعية في عرض الفيلم الرقمي (digital film) الموسوم بـ (ذي لاست برود كاست)، وقد يكون هذا الفيلم البداية لصناعة الأفلام الرقمية المعروضة من خلال شاشة الإنترنت.

يمتاز الإنترنت عن غيره من الوسائل الأخرى بقابليته على التفاعل. إن استخدام هذه الميزة في القصص والروايات يوفر تجربة ستكون فريدة ومختلفة لا تتمكن الوسائل الأخرى من تقديمها (اتكن). بسبب محدودية هذا الجهاز الآن، تستطيع أفلام الإنترنت أن تستثمر ما هو متوفر فيه من القدرات الفريدة في الوقت الحاضر.

إن متطلبات الإنترنت ستؤثر بصورة حتمية على الطرائق والتقنيات التي يستخدمها صناع الأفلام الآن. إن محدودية أفق مستخدمي هذا الجهاز النابعة من طريقتهم في المشاهدة غير الصحيحة، تعطي لصناع الأفلام خيارين رئيسيين في توصيل رسالتهم: الإيجاز (brevity) والتفرد (uniqueness). يقول (توم هول)، مدير شركة (أي. إيف. سي): "إن الأفلام القصيرة مضمونة النجاح لأنها لا تطلب من المشاهد تسعين دقيقة من الانتباه والتركيز على شاشة الكمبيوتر" (كانز). في عام 1999 أخذت شبكة (إيف. بي. أي) تبث الأفلام القصيرة المستقلة.

الطريقة الثانية (التفرد) تتطلب استثمار الطاقة بوسائل شتى. يقول (مايكل كوف) بهذا الصدد ما يلي: "يمكن استثمار المعلومات وتحويلها إلى قصص تخدم أهدافنا. هذا هو الجانب المهم في الموضوع". (اتكن). لقد تطورت الكتابة التفاعلية المتعلقة بالأفلام ولا تزال تتطور من خلال الكمبيوتر. إن النجاح الذي حققته بعض الأفلام مثل (ونك كوماندر) و (رفن) و (مست) مهد الطريق لإيجاد حقل جديد تماماً في الكتابة السينمائية. تعتمد الكتابة التفاعلية، كما هي الحال بالنسبة للكتابة القصصية، على الشخصيات والحبكة وأسلوب الكتابة. مع ذلك، يجد الكاتب (مايكل أوتنغ) فرقاً بين هذين النوعين من الكتابة قائلاً: "إن المشاهد هو الشخصية الرئيسية في الفيلم التفاعلي"، ثم يضيف: "إن مشاهدة موضوع في مكان ضيق حاله حال من يقود السيارة، فالتفاعل بين السائق والسيارة أمر ضروري" (بورسن وآخرون). يبدو أن الكتابة التفاعلية تتطلب الكثير من مشاهدتها ومن كتابتها إلا أن وسائل التفاعل الرقمية (digital interactive media) تقدم أيضاً: "ألقاباً على المشاركة والتواصل الحميمين بين الفنان والمشاهدين" (باركس).

إن كتابة نص تفاعلي مبدع يستلزم من الجهد الكثير الذي لا يستلزمه النص التقليدي. إن سبب ذلك يعود إلى أن الكاتب يجب أن يقدم للمتلقى عدة خيارات بخصوص تطور القصة والنتائج المحتملة لها، يقدم هذه الأشياء بصورة منطقية

ومتماسكة مع البناء العام للقصة. هذه الظاهرة هي إحدى التحديات التي يواجهها الكتاب التفاعليون. الصعوبة هنا تكمن في كيفية تطوير الكتاب لرؤياهم الخاصة عن نص مبهم وبالتالي توحيد المشاهدين مع ذلك النص. إن عدد الصفحات التي يغطيها هذا النص يمكن أن يكون عددا رهيبا - فهو يتراوح بين الخمسمائة إلى الألف صفحة (اتكن).

إن إحدى العناصر الأساسية في ضمان السير المنطقي للقصة هي قابلية الكاتب على خلق عالم أو بيئة قادرة على تطوير القصة، وهذا العالم أو البيئة تقابل البناء الذي يحدد المعنى في القصة التقليدية (بورستن وآخرون). إذا أراد الكاتب أن تكون قصته متماسكة فإنه يحتاج إلى تصميم أولي لها. أصبحت الكتابة التفاعلية لا تعتمد على الوسيلة التي يستخدمها الكاتب فقط بل أصبحت قضية تعاونية يشترك فيها مصمم البرامج والمدراء الفنيون لتنفيذ هذه العملية الإبداعية (اتكن). في أواخر عام 1998 عقدت شركة (دبليو. جي. أي) ندوة عن الإنترنت أبدى فيها سبعة كتاب عن رأيهم وملاحظاتهم عن الوسيلة الجديدة. اتفق هؤلاء الكتاب جميعا على أن الكتابة للوسيلة الجديدة تتضمن التصميم العام أولا ومن ثم الكتابة. لقد صرح (مايكل اتفنج) قائلا: "التصميم هو الأساس الذي تقوم عليه الكتابة التفاعلية للإنترنت، أما الكتابة فهي مسألة ثانوية تجاه المفهوم والبيئة وتجارب المشاهدين" (بورستن وآخرون). من أجل توضيح خصائص النص التفاعلي، عرضت شركة (دبليو. جي. أي) فيلم "السرب السري" لمؤلفه (بز دكسون) على الإنترنت. يتضمن هذا الفيلم سلسلة من الأحداث التي تحدث في أوقات مختلفة، وقد أعطي المشاهدون عدة خيارات في اختيار تلك الأحداث. يتضمن هذا الفيلم ثلاثة شخصيات محورية وهم (جالك) و (إزي) و (سوفتي)، وهناك عدو مشخص كبير لهؤلاء الأبطال. إن عناصر الحبكة في هذا الفيلم تشبه تلك العناصر الموجودة في الأفلام التقليدية من حيث الشخصيات واضحة المعالم والعقدة أو المشكلة المشخصة، إلا أن الفرق يكمن في الوسائل التي تؤدي إلى الحل النهائي للحبكة. إليك مقطعا قصيرا مستلا من هذا الفيلم نورد لكم لتوضيح هذه النقاط:

قصف ممرات مقنطرة / الهجمة الثانية / رقم 2/3

لن يرى الطيار أنواراً كشافة بل ذخائر نارية للاستكشاف. عندما يحطم كل الأبراج المقاومة للطائرات في المسلسل رقم 3 أو لا يصيب إلا البعض منها، فعليه ألا يقوم بهجمة ثالثة. مع ذلك فإن صواريخ (سام) ستلاحقه عند إخفاقه في إصابة أي برج وهو على هذا المستوى من الطيران.

إذا تحطمت كل الأبراج المقاومة للطائرات بعد أول هجوم:

منظر خارجي. مصنع / رقم 3

ينفجر هذا المصنع وتتناثر فيه اسهم نارية. يتجه أحد هذه الأسهم تجاه الكاميرا.

منظر داخلي. غرفة الطيار (إزي).

فجأة تتطلق صفارات الإنذار.

إزي: سيميق هذا خططهم. انه آت. لتبدأ الآن المعركة العنيفة بين الطائرات. إذا تحطمت الأبراج المقاومة للطائرات بعد أول هجوم أو نجا البعض منها في الهجوم الثاني.

منظر خارجي. مصنع / رقم 3. ينفجر هذا المصنع وتتناثر منه أسهم نارية ويتجه أحدها تجاه الكاميرا.

غرفة الطيار (إزي).

فجأة تتطلق صفارات الإنذار.

إزي: سيميق هذا خططهم. إنه آت.

رجعة إلى المسلسل رقم 4/3

إذا تحطمت الأبراج المقاومة للطائرات كلها بعد أول هجمة:

منظر خارجي. (جاك) أما المصنع المحترق / رقم 3.

على الرغم من الأضرار الكبيرة التي أصابته، إلا أنه لم يحترق جميعه. جاك: نحتاج إلى هجمة ثالثة.

منظر داخلي. غرفة الطيار (إزي).

إزي: سنحاول للمرة الأخيرة لأن ذخيرتي من القذائف ستنفذ.

منظر خارجي. يخترق السهم السماء ليلاً.

رجعة إلى المصنع المحترق / رقم 3. (ملاحظة: أضف بعض الرسوم المتحركة التي استخدمت سابقاً من أجل توفير الوقت والمال.)

على الرغم من تقسيم النص المذكور أعلاه إلى مسلسلات من أجل تحقيق تفاعل المشاهدين معه، مع ذلك يبقى هذا النص نصاً سينمائياً. إنه يعكس المذهب القائل: "أعرض ولا تروي". لقد بنيت الخيارات الروائية بناءً محكماً من أجل تأكيد الفعل وما تبعه من رد فعل. إن محصلة رد الفعل هذا هو جعل المشاهدين لا يشتركون في الحدث فقط بل يتوحدون معه. جدير بالذكر أن أصالة ما يخلقه الكاتب تبقى شيئاً مميزاً خلال العرض الروائي. إذا كان التقديم متماسكاً وبارعاً من الناحية الفنية فإنه يجعل المتلقي مهتماً ومستمتعاً بما يجري. إن المقطع أعلاه يبين كيف أن الكاتب استثمر كل القضايا الفنية المتاحة من أجل تغطية الأحداث من جميع الزوايا. إن الكاتب التفاعلي لا يميز نفسه من خلال رواية مبنية بناءً محكماً بل من خلال استخدام كل ما هو ممكن من أجل إيجاد التفاعل بين العمل والمشاهدين.

باختصار، هناك طريقتان لإعداد أفلام للإنترنت: الأولى هي تكييف المضمون ليناسب ويتناغم مع الضوابط التقنية للإنترنت ومع الضوابط التقليدية أيضاً. الطريقة الثانية هي تكييف الفيلم بصورة عامة مع الإمكانيات الأساسية للإنترنت من أجل تحقيق التفاعل. في الوقت الحاضر، أن تكييف المضمون مع التقنيات الحالية يحدد قابليته التعبيرية الفنية. إن الكتابة التفاعلية توفر العديد من التجارب عن طريق خلق عوالم تناسب أذواق المشاهدين. إن التجربة التفاعلية، على العكس من طريقة عرض الأفلام التقليدية من الإنترنت، توحد عناصر الفيلم الأساسية مع الإنترنت وتجعل المتلقي يعيش الأحداث فعلاً.

مصادر الفصل :

Abbot, Spencer H. "Peter Greenaway". Rough Cut, 6 June 1997.

<http://www.roughcut.com/main/drive2-97jun1.html> (15 November 1998)

Atkin, Hillary. "Bytes and Gigabytes: The Business of Interactive Writing:" WGA Excerpt from the Writers Guild Foundation's 1997 Film and Television Writers Forum, "Words Into Pictures," May 3-June 1, 1997, Santa Monica, CA.

Avgerackis, George and Becky Waring. "Industrial Strength Streaming Video:" New Media, 22 September 1997. <http://www.newmedia.com/NewMedia/97/12/feature2/Streamin-Video.html> (15 November 1998).

Axelsson, Mary. "The New Storytellers." New Media, 22 September 1997.

http://www.newmedia.com/NewMedia/97/12/feature2/New_Storytellers.html (20 November 1998).

Borstin, Jon, et al., "Interactive Writing: A Roundtable in Cyberspace." WGA, February 1996. <http://wga.org/journal/1996/0296/roundtable.htm> (21 November 1998).

Brill, Louis M. "Webcasting to a Global Audience." Digital Video, August 1997: 51-53.

Dixon, Buzz. "'Secret Squadron' Interactive Script." WGA
<http://www.wga.org/ia/secretsquadron/html> (21 November 1998).

Graser, Marc. "Wavelength releases 1st all-digital pic." Variety Extra, 26 October 1998.
<http://www.variety.com> (21 November 1998).

Johnson, Nels. "Getting Video on the Web." Digital Video, August 1997: 29-40.

Johnson, Stephen. *Interface Culture: How New Technology Transforms the Way We Communicate and Create*. Harper, 1997.

Katz, Rich. "IFC preems pic via cable modem." Variety Extra, 16 November 1998.
<http://www.variety.com> (21 November 1998).

McDonnell, Sharon. "On Writers Guild Site, an Inside Look at the Business." New York Times, 19 June 1997.

<http://nytimes.com/library/cyber/week/061997guild.html> (15 November 1998).

Parks, Adrienne. "Interview: Terry Borst." WGA, February 1996.
<http://www.wga.org/journal/1996/0296/borst.html> (15 November 1998).

Phillips, Michael E. "Desktop Movie Making." Moviemaker:
<http://www.moviemaker.com/issues/27/desktop/index.html> (15 November 1998).

Smith, Lonon. "Writers on the Menu: Why the Internet May Eat Traditional Television for Lunch." Written By, March 1997.

<http://www.wga.org/journal/1997/0397/menu.html> (15 November 1998).

فرص الاحتراف

Professional Opportunities

"إذن أنت ترغب في الكتابة للتلفزيون" - قد تبدو هذه الجملة وكأنها فقره استهلاكية لإعلان يستهدف تشجيع الشباب على الالتحاق بالجامعات ودراسة المواد التي تؤهلهم لنيل جائزة (إيمي) المخصصة للبرامج التلفزيونية المتميزة. بعد سنوات طويلة قضيتها في تدريس مادة الكتابة للإذاعة والتلفزيون وبعد تعريفي على العديد من الكتاب الإذاعيين والتلفزيونيين، أصبحت مقتنعا الآن بأن الكتابة الجيدة للإذاعة والتلفزيون لا يمكن أن تدرس. نعم، يمكن تدريس تصنيف الكلمات والصور المرئية التي تناسب تصاميم معينة، وبهذا المعنى يستطيع العديد من الناس تعلم كتابة الملخصات والنصوص والسيناريوهات المستخدمة في برامج الإذاعة والتلفزيون. هذا شيء جيد. إذا سمع أحد الناس فكرة جيدة وذات مضمون أخلاقي يمكن أن يكون له أثر إيجابي على المشاهدين، فلا بأس من أن يصمم لها الأبعاد السمعية أو البصرية من أجل تحويلها إلى نص إذاعي أو تلفزيوني يفسر تلك الفكرة، حاله حال الممثل أو الراقص أو العازف الموسيقي. إلا أن هناك شيئا آخر يجب ذكره هنا وهو أن الكتابة بمعناها المتسامي هي أبعد ما تكون عن الاستساخ والتفسير فقط. إن ما يطمح إليه الكاتب هو أن يكون مبدعا وخلقا مثل المؤلف والموسيقي والرسام وواضع الألحان الراقصة للباليه. لا يمكن تدريس الإبداع والخلق داخل

القاعات الدراسية. الإبداع يأتي من المزج بين الموهبة والتجربة. إن بعض الأشكال والتقنيات والطرائق يمكن أن تدرس. ينبغي على الرسام، مثلاً، أن يتعلم كيفية استخدام الألوان والشكل والخطوط والقماش، وهذا أيضاً ينطبق على الكاتب الذي يتوجب عليه أن يتعلم كيفية الاستعمال الأمثل للألات المتوفرة له. هذا هو الشيء الذي يحاول هذا الكتاب تحقيقه.

إن متطلبات فن الكتابة الخلاقة كثيرة. الكتابة الخلاقة هي مزيج من الخلفيات المادية والفلسفية والنفسية. ويمكن التعبير عن هذه الخلفيات عن طريق معرفة الشكل والتقنية والأسلوب. إن جميع الطلبة تقريباً الذين درّسّهم كانوا قادرين على كتابة النصوص والسيناريوهات المقبولة في حقلَي الإذاعة والتلفزيون وفي الوقت نفسه نادراً ما عثرت على واحد منهم استطاع أن يتجاوز القوالب التعليمية وخلق نصاً قادراً على التأثير على عقول ومشاعر المشاهدين على نحو إنساني وإيجابي.

أتمنى على الذين يقرؤون هذه الكلمات ويتطلعون إلى احتراف الكتابة للإذاعة والتلفزيون أن يكونوا قادرين على الكتابة الخلاقة. إذا لم تكن عند هؤلاء القدرة على ذلك، تبقى فرص العمل مفتوحة أمامهم، ربما أكثر من الفرص المتاحة أمام الكتاب المبدعين لأن الآخرين لا يستطيعون أن يهبطوا إلى المستويات الكتابية التي تحقق طموحات بعض البرامج. إن الكتابة لكل المستويات ولكل المحطات الإذاعية والتلفزيونية تتطلب مزيجاً من القدرة والمحددات، الفرصة والمسؤولية، الإبداع والحل الوسط. تقول إحدى النشرات ما يلي: "إن الكاتب التلفزيوني هو إنسان ذو تأثير كبير، لأن القيم التي يقدمها من خلال شاشة التلفزيون قد انطلقت من عقله وقلبه ونفسه. إن القليل من رجال التربية والدين والسياسيين يمتلكون القدرة على التأثير الأخلاقي كتلك التي يمتلكها ذلك الكاتب وإن المسؤولية التي يتحملها الكاتب التلفزيوني هي مسؤولية رهيبية حقاً، مع ذلك فهذه المسؤولية تعطيها الفرصة لتطوير نفسه وتطوير المواطنين أيضاً. كيف؟ - عن طريق تسليط الضوء على القيم الإنسانية النبيلة كالحرية وتوحد العائلة وببإيجاز، عن طريق توصيل هذه القيم التي تغني الشخصية الإنسانية."

هل يستطيع الكاتب دائماً، أو هل مسموح له دائماً، أن يفعل ذلك؟ هذه مسألة لا مجال لمناقشتها هنا. تعترف (باربارا دوكلاس)، التي عملت في استوديوهات عالمية

كثيرة وكتبت العديد من النصوص السينمائية والتلفزيونية، تعترف هذه الكاتبة بفشل بعض الكتاب في تلبية احتياجات بعض المؤسسات الإذاعية، لكنها تعتقد في الوقت نفسه بأن هناك أمل بالنسبة للكتاب المبدعين بكتابة النصوص اللائقة التي ستجد لها سوقاً عند الشركات الكبيرة. أكدت هذه الكاتبة أيضاً في مقالة نشرتها في مجلة (ميديا ريبوت توومن) بأن التسوية هي خير علاج لهذه الظاهرة، بعبارة أخرى، إن الكاتب يمكن أن يكتب نصاً ذا لمسات تجارية وإنسانية في آن واحد ثم تقول: "إن الكتابة ذات المستوى المتواضع أفضل من الكتابة التي لا تبغي سوى الحصول على المال أو تلك الكتابة العميقة جداً التي لا يفهما المتلقون". قدمت باربارا ألن، الكاتبة والمنتجة ومدرسة الإذاعة والتلفزيون، بعض النصائح والإرشادات لمن يريد الكتابة الناجحة للإذاعة والتلفزيون. وتقول بأنه يتوجب على الكاتب أن يكون: خلافاً وبارعاً في تقديم أفكاره النيرة بسرعة، منضبطاً نفسياً عندما يشاهد الآخرون "يستثمرون" أفكاره، منظماً ودقيقاً في ترتيب النص الذي يكتبه، غير متمزمت تجاه أفكاره حيث يفضل أن يكون جاهزاً للتغيير والتكيف لآخر لحظة، مثابراً ومواظباً على تفتيش كل ما يخص موضوعه، مرناً في تحديد الوقت - من ساعة لبرنامج وثائقي إلى ثلاثين ثانية مخصصة لإعلان أو بيان، عملياً في تحديد الأسعار، متمكناً من كتابة الكلمات بصورة صحيحة ومن وضع علامات التقطع في مكانها المناسب ومن الطباعة.

هل هناك مجالات عمل للكاتب ؟ تجيب (ألن) بالإيجاب وتقدم هذه القائمة التي تتضمن فرص العمل: شبكات الإذاعة: الأخبار، التحرير، البرامج الخاصة، شبكات التلفزيون: الأوبرا الصابونية، الرياضة، البرامج الفكاهية المثيرة، الكوميديا، التهيئة للمقابلات، البحث، برامج الأطفال، المسلسلات، الأخبار، الإعلانات، السيناريوهات، محطات الإذاعة والتلفزيون المحلية: الأخبار، الإعلانات، السيناريوهات، البرامج الوثائقية، البرامج الخاصة، مجالات قريبة أخرى: الأنظمة المحورية، شركات الأفلام السينمائية، شركات النشر، وكالات الإعلانات، كتابة الإعلانات التجارية دون الارتباط بشركة معينة (freelance commercials)، الأسواق المركزية، الجمعيات الخيرية، مؤسسات النفع العام، منظمات الزراعة، المنظمات الدينية، الوكالات الحكومية، المنظمات والمؤسسات التربوية وغيرها من المجالات.

إن العمل المكتبي المنظم مع المحطات والمنظمات يقوم على أساس الرواتب والأجور المقطوعة، لذلك نجد أن عددا كبيرا من الكتاب يفضلون العمل الحر دون الارتباط الإداري بجهة معينة. إنهم يكتبون النصوص حسب الطلب وبالتالي فإنهم يتفاوضون حول المبلغ المدفوع لهم مع المحطة أو المنتج أو المنظمة منطلقين من الأجور التي حددتها جمعية الكتاب في أميركا (سنورد بعض قوائم الأجور في مكان لاحق من هذا الفصل).

أحيانا يكتب الكاتب النص دون مساعدة من أحد، وأحيانا يقترح المنتج على الكاتب أن يعمل ضمن فريق معين. وأحيانا يكتشف الكاتب بأن النص الذي انتهى من كتابته قد أحيل إلى كاتب آخر لإتمامه أو لإجراء بعض التعديلات عليه. بناءً على ذلك، ينبغي على الكاتب أن يكون مهيبًا دائما للإحباط. لا، بل وحتى الظلم. عليه أن يتهيأ أيضاً للقيام بالأعمال متواضعة المستوى المتوفرة في الأسواق أو بعض المؤسسات الصغيرة.

لخصت مجلة (رايترز دايجست)، التي تزود الكتاب بآخر الأخبار والتحليلات المتعلقة بسوق الكتابة، فرص العمل على النحو التالي: "إن فرص العمل في المحطات والشبكات تتضمن الكتابة الإخبارية، التحرير، كتابة السيناريو، كتابة الإعلانات التجارية والإعلانات المرجوة للمحطات والنصوص يجمع كتاب الأخبار والمحروون الأخبار ويختارون القصص من المحطات اللاسلكية، بعدئذ يقومون بتحريرها وإعادة صياغتها من أجل المتلقين المحليين. وقد يقوم رجال الأخبار هؤلاء بمهمة المراسلين مغطين القصص المحلية والمقابلات بصحبة المصورين. يقوم كتاب السيناريو بصياغة الإعلانات للمتعهدين الذين لا يملكون وكالات إعلانية. يستطيع كتاب السيناريو وكتاب الأخبار أن يقدموا الفقرات المهمة من الأحداث بلغة بسيطة وموجزة. إن كتابة النصوص تتم من خلال عقود أو اتفاقات آتية. إن أكثر البرامج العامة تكون متعلقة بالأخبار الرياضية والروائية ويقوم بكتابتها كتاب يعملون بصورة منتظمة في المحطات. ومع ذلك، عادة ما تكون هذه المحطات مستعدة لاستقبال الأخبار القادمة من كتاب غير منتمين إليها. إن الكتاب الإذاعيين الجيدين يملكون المهارات الكتابية الأساسية، وبسبب كونهم لا يملكون الوقت الكافي لإعادة كتابة النصوص، فإنهم يضعون أمام أنظارهم نقطتين: السرعة والدقة. يفضل أن تكون للكتاب شهادات جامعية في

العلوم الإنسانية أو الصحافة، إلا أن الكتاب الذين لا يملكون الشهادات الجامعية بل يملكون مواهب في فن الإلقاء، يكونون مؤهلين أيضاً للعمل في هذه المجالات. على العموم، العمل متوفر لمن يملك الموهبة والأفكار الأصلية من المفضل الاتصال بالشركة الإذاعية عن طريق الوكلاء. عندما لا تكون لك الرغبة في مثل هذا الطريق للاتصال، قدم ملخصاً لما كتبته من أفكار وبرامج إلى المحطة أو إلى المسؤول الإداري فيها واطلب تحديد موعد للقاءه. ابداً بالمحطات الصغيرة أولاً، بعدئذ اتصل بالمحطات الأوسع.

تُقسَّم الأعمال الجماعية إلى عدة فئات: الأخبار، الإعلانات، السيناريو، الإعلانات الميَّدة للمؤسسة، الأبحاث التي تتطلب مهارات كتابية. إن المحطة، التي لا تستطيع استخدام عدد كبير من الكتاب، عادة ما تستخدم منتجاً أو مخرجاً أو كاتباً موهوباً. عند قراءتنا للصحف نلاحظ في حقل "وظائف شاغرة" مثل هذه الإعلانات:

- كتاب للبرامج الصباحية: هل تستطيع كتابة البرامج الكوميدية للفترة الصباحية؟ تحتاج شبكة (أي. بي. سي) الإذاعية إلى كتاب متفرغين قادرين على إغناء هذه البرامج.
- كاتب مثير: يحتاج تلفزيون (كنك فايف) في (سياتل)، واشنطن، إلى كاتب مثير يضاف إلى فريق عملنا الذي نال العديد من الجوائز. مهمة هذا الكاتب تحصر في كتابة البرامج المثيرة للفترة الواقعة بين الساعة الخامسة والسابعة مساءً.
- منتج: يحتاج قسم الأخبار إلى منتج مؤهل للكتابة الجيدة والتحويل...
- كاتب - منتج: يحتاج تلفزيون شيكاغو المستقل إلى كاتب إعلانات ومنتج...
- كاتب إعلانات - مخرج: نحتاج إلى كاتب ومخرج أخبار الدعاية للمحطة التي تبث على الهواء مباشرة وكذلك لإخراج المسلسلات المصغرة...
- منتج ومخرج تلفزيوني: متمكن من إجراء البحوث والكتابة والتحرير.
- نحتاج إلى منتج وكاتب جيد ومحرر.
- منتج مشارك: ... لإنتاج برامج الأخبار المتميزة، على أن تكون له خبرة في الإنتاج والكتابة.

- كاتب إعلانات - منتج: ... على أن يكون متحمسا لعمله وموهوبا في كتابة البرامج الدعائية التي تبث على الهواء مباشرة.
- مذيع نشرة الأخبار ... له تجربة في البث المباشر.. الشهادة الجامعية غير إلزامية، لكن المهارة الكتابية إلزامية.

في الحقيقة إن جميع هذه الإعلانات تحتوي على هذه الفقرات: "يجب عليه أن يمتلك المهارات الكتابية الممتازة"، "يجب أن يمتلك مهارات كتابية مؤثرة وقوية" و "إن المهارة الكتابية شرط إلزامي". الأعمال المتوفرة على شرط أن تبدأ بداية متواضعة، بعدها يكون الوصول إلى الآفاق المتميزة ميسورا. إن الكتابة المسرحية غير محددة بقيود الوظيفة بل تتمتع بهامش كبير من الحرية. نجد أحيانا الكثير من الكتاب المسرحيين غير المقيدين بمحطة معينة يتقاضون أجور جيدة حسب التعليمات المالية الصادرة من منظمة كتاب أميركا. إن هذه الأجور العالية التي تدفع للكتاب غير المتفرغين /المثريين من القيود الوظيفية تجعل المنافسة عالية جدا بينهم.

كتابة النصوص التمثيلية Playwriting

"إن كتابة التمثيليات والتلفزيونية اصعب من الكتابة للحقول الأخرى" حسب قول (آرت ماندلبوم) الكاتب التلفزيوني السابق ونائب رئيس شبكة (ار. كاي. أو) الإذاعية، لأنها "تتطلب رسما دقيقا جدا للحبكة". ويقدم (ماندلبوم) عدة نصائح وإرشادات إلى من يريد يكتب كوميديا الموقف أو المسلسلات التلفزيونية وهي:

- 1- ادرس بصورة مثالية المسلسلات التي تبغى كتابتها وحلل كل شخصية رئيسة تحليلا دقيقا.
- 2- تعرّف على نسبة المشاهدين أو عددهم التقريبي لأن هذا يساعدك على تقرير فيما إذا ستستمر في الكتابة لهذا المسلسل أم لا في السنة القادمة. يستلم الكتاب كل مقترحات المسلسلات من المنتج قبل بداية الموسم، فإذا كتبت نصا معيناً فإنه لن يعرض قبل مرور حوالي السنة والنصف. لهذا السبب، لا تكتب أي شيء إلا في الوقت المناسب، لأن عكس ذلك قد يعرض برنامجك إلى الفشل لأنه يعرض في وقت لاحق غير ملائم.

- 3- تعرف على الجغرافية السكانية بالنسبة لمشاهدي برنامجك ويمكن الحصول على هذه المعلومات السكانية من الشبكة التي تعمل فيها فهي تستطيع أن تعطيك فكرة عن طبيعة الناس الذين يشاهدون ذلك البرنامج وعن المناطق التي ترحب به أكثر من غيرها.
 - 4- يجب الحصول على وكيل في هوليوود. إن إرسالك النص إلى المنتج مباشرة قد يكون مضيعة للوقت ويستطيع هذا الوكيل أن يقدم لك كل المعلومات التي تسهل عملك. إن هذه المعلومات تعطيك فكرة عن التصميم العام للبرنامج وعن متطلبات المحطة وعن الأشياء التي لا يسمح بالتطرق إليها.
 - 5- بعد أن تدرس البرنامج المقترح، قَدِّم لوكيلك ما يعن لك من أفكار وملاحظات عنه. لا تحدد نفسك بفكرة واحدة.
 - 6- قد يقترح الوكيل عليك فكرة معينة. إذا راقت لك هذه الفكرة فإنك تستطيع أن توقع عقدا يتضمن استعدادك لتحويل تلك الفكرة إلى سيناريو.
 - 7- اقرأ الأعمال الكلاسيكية بتمعن. إذا تفحصت البرامج التلفزيونية فستجد أكثر مواضيعها الرئيسية وحكاياتها مستمدة من الأعمال الكلاسيكية، بعد إجراء بعض التحويرات طبعاً.
 - 8- لا تعط ما كتبته إلى أصدقائك لبيان وجهة نظرهم فيه، لأنك بعد مدة قصيرة ستكتشف بأن ما كتبته يحتاج إلى إعادة نظر وإضافات.
 - 9- إذا اقترح وكيلك بعض الأفكار المتعلقة ببرنامجك وهذه الأفكار تتعارض مع أفكارك، طبق أفكارك ونصائح وكيلك لأنك لا تزال مبتدئ ولهذا يقتضي عليك الاعتماد الكلي على وكيلك.
 - 10- تذكر بأن الكتابة للتلفزيون قائمة على التسوية والحلول الوسطية.
- وتحتوي طريقة (ماندلبوم) على عدة مواقف. إن بعض الكتاب والمنتجين متناقلين جداً بالنسبة للتأثير الفني والاجتماعي الذي يمارسه الكاتب المسرحي، والبعض الآخر متشائم جداً، إلا أنهم جميعاً متفقون تقريباً على النقاط التالية:
- 1- ضرورة امتلاك الكاتب المسرحي للموهبة،

- 2- يجب عليه أن يكتب تمثيلية تناسب وتطبق ما هو مكتوب في النص الموجز،
- 3- على الكاتب أن يعرف إمكانيات ومعوقات الوسيلة التي يعمل بها.

ونشر محررو مجلة (رايترز دايجست) منشورا درسوا فيه سوق التمثيلية التلفزيونية وأعطوه عنوان: "فرص العمل للكُتاب". ويقول هؤلاء المحررون: "يُستمر التلفزيون في عرض برامجه لمدة لا تقل عن ثماني عشرة ساعة يوميا. إنه يعرض برامجه بأسلوب جذاب وغير تقليدي وأصبح التلفزيون أفضل سوق للكاتب الذين يعملون بالأجرة المقطوعة. إن الأجر الذي يدفعها التلفزيون هي أجرة عالية لأن المنتجين يشتون دائما عن أفكار ونصوص جديدة. إن هذه الأفكار تأتي من هؤلاء الكتاب الأحرار. وسيجد كتاب الحوار الأكفاء بأن التلفزيون هو سوق مربح حقا... عادة ما يستلم المنتجون التلفزيونيون النصوص من خلال الوكلاء، وهذا يعني بأن الكتاب لا يستطيعون تقديم نصوصهم لهم بصورة مباشرة. مع ذلك يستطيع الكتاب أن يكونوا صورة واضحة عن السوق الحالي من خلال مجلة (رايترز دايجست) التي تقدم المعلومات الواقية عن التلفزيون وعن برامجه. تقدم المجلة السنوية الموسومة بـ (رايترز ماركت) قائمة مفصلة بأسماء الوكلاء وعناوينهم". صرح كاتب السيناريوهات الإذاعية والتلفزيونية، (الفرد برينز) لمجلة (رايترز دايجست) قائلا بأن الثورة التقنية التي حدثت في مجال الاتصالات خلقت عالما من الأسواق المنتشرة في كل مكان وفي الوقت نفسه قال ناصحا الكتاب بأن "الوسيلة الوحيدة للدخول إلى عالم التلفزيون... تكون عن طريق كتابة النصوص الحرفية". ويجب أن نلاحظ هنا بأنه غالبا ما يستشهد بأقوال أكثر من كاتب لبيان ما يدور في هوليود، أقوال مثل: "إنهم يحطمون قصصك. إنهم يمزقون أفكارك إربا إربا. إنهم يحولون فلك إلى سلعة رخيصة. إنهم يحطمون كبريائك. وماذا يجنون من خلال ذلك ؟ الثروة ؟"

إن الأجر الذي يتقاضاه الكاتب السينمائي أعلى من ذلك الذي يتقاضاه الكاتب التلفزيوني. لقد أصدرت نقابة الكتاب بيانا حددت فيه الأجر الذي يتقاضاهها كُتاب السيناريوهات والتصاميم العامة، كما وأصدرت قائمة تحدد فيها أجرة مصححي النصوص والتصاميم وأجر كتاب البرامج غير الدرامية مثل كتاب البرامج الهزلية، برامج المنوعات، البرامج الوثائقية، برامج الأطفال وغيرها من البرامج. يمكن الحصول على تفاصيل الأجر بالاتصال بعنوان "نقابة الكتاب في أميركا"، بفرني

برليفارد، ويست هولبود، كاليفورنيا (هاتف 310-550-1000) ومن نقابة الكتاب في أميركا، فرع نيويورك (هاتف: 212-767-8700). من مصلحة الكاتب أن ينتمي إلى نقابة الكتاب، فالنقابة لا توفر له الحماية بخصوص راتبه فقط بل توفر له الراتب التقاعدي والضمان الصحي وبعض الامتيازات المالية الأخرى. والنقابة تقدم النصائح بخصوص الأمور القانونية وعقود الوكلاء، وحقوق الطبع وغير ذلك من القضايا التي تخص الكتاب. يجب على الكاتب الذي يقدم نصوصا إلى شركة منظمة إلى النقابة، أن ينضم هو أيضا إلى النقابة.

إن وجود الوكيل ضروري، وهذا ما أكدته (ارت ماندلبوم) ومجلة (رايتز ديجست)، كما ذكرنا قبل قليل. وعليك أن تعرض ما كتبت من نصوص على الوكيل من أجل إقناعه بأنك تمتلك القدرة على كتابة النصوص التي يمكن أن تباع وبالتالي تجلب المال لك وللوكيل. استثمر النصوص التي كتبتها عندما كنت طالبا جامعا وطورها. يشرح (إن. كوردن) و (أ. فوك) وظيفة الوكيل في كتابهما الموسوم (مهنتك في التلفزيون) والإذاعة قائلين: "عندما يذكر الكتاب في المؤسسات الإذاعية يذكر معهم الوكلاء والدور الذي يلعبونه في بيع ما تجود به أقلام الكتاب. نادرا ما يحتاج الكتاب الذين يعملون بصورة منتظمة في محطات الإذاعة أو التلفزيون إلى الوكلاء. إن الذين يحتاجونهم فعلا هم الكتاب المحررون من قيود الوظيفة الذين يبيعون إنتاجهم لمن يدفع أكثر عادة ما يكتب الكتاب غير المقيدين البرامج الدرامية التي يبيعونها ليس على شكل مفردات منفصلة بل ككل... يذهب الوكلاء المساعدة للكتاب غير المقيد من حيث تسهيل مهمة بيع إنتاجهم للشركات المنتجة. إن الثمن الذي يتقاضاه الوكلاء من خلال هذه العملية هو عشرة بالمائة من ثمن كل نص يباع. إن أكثر الوكلاء لا يوقعون العقود إلا مع الكتاب الذين يتمتعون بسمعة ممتازة والذين اشتهروا بأعمالهم التي لها سوق رائجة".

إن أفضل طريقة لحصولك على الوكيل هي عن طريق العلاقات الشخصية، فإذا تصادف أن يكون أحد أصدقائك ذا صلة بالوكيل، فإنه يسهل مهمتك كثيرا. إذا لم تتحقق لك هذه العلاقة الشخصية، فإنك تستطيع أن تتصل بالوكيل عن طريق رسالة تكتبها وتبين فيها مؤهلاتك وإنجازاتك السابقة، إذا كانت موجودة، وملخص الموضوع الذي أنجزته أو ذلك الذي في طريقه إلى الإنجاز. تستطيع

أن تحصل على أسماء الوكلاء وعناوينهم وتخصصاتهم الإذاعية أو التلفزيونية أو السينمائية وعلى معلومات أخرى تخص أشرطة الكاسيت والمسلسلات التلفزيونية المصغرة وأقراص الليزر التي تتضمن مواد مرئية مخصصة للكمبيوتر (CD-ROM)، كل هذه المعلومات يمكنك الحصول عليها من خلال قرامتك لمجلة (لتري أيجنتز أو نورث أميركا).

وإن مجلة (رايترز ماركت) السنوية تتضمن أيضاً قائمة بأسماء وعناوين الوكلاء. إن (نقابة الكتاب في أميركا) تستطيع أن تزودك بقائمة بأسماء الوكلاء الذين يودون التعرف على أعمال الكتاب الجدد. قبل ترسل أن نصك الكامل إلى الوكيل، يفضل أن ترسل ملخصاً له، وبعدئذ سيخبرك الوكيل فيما إذا كان راغباً في استلام النص الأصلي أم لا.

إذا أردت أن ترسل نصك مباشرة إلى شركات الإنتاج أو إلى المنتجين، فعليك أن تقرأ مجلة (بردكاستك أند كيبل بيروك) وبخاصة الجزء الموسوم (خدمات البرمجة الإذاعية والتلفزيونية) الذي يتضمن معلومات عن الإنتاج والشركات المتخصصة بتوزيع البرامج التلفزيونية الإذاعية والمحورية، بالإضافة إلى المعلومات المتعلقة بآخر الابتكارات التقنية.

كتابة الدعايات التلفزيونية Commercial and Copywriting

يجد أغلب الكتاب فرصاً للعمل في المجالات الثلاثة التالية: الإعلانات، الأخبار والدراما. يحلل (كيرك بولنك)، مدير مجلة (رايترز دايجست)، فرص العمل للكتاب على النحو التالي:

"إن أجور كتاب الإعلانات التجارية لشبكات التلفزيون أعلى من الأجور التي يتقاضاها الكتاب الآخرون. يقول (تشارلس موس)، كاتب الإعلانات التجارية لوكالة (ويلز، رج، كرين) ما يلي: "إنني لا أقضي أكثر من خمس عشرة دقيقة أسبوعياً أمام آلة الطابعة. أنا أقضي أغلب وقتي جالساً حول هذه المائدة مع المخرجين الفنيين مسؤولي الحسابات ونحن نحلل منتجات الزبائن، محاولين أن نعثر على الفكرة الجيدة لبيعها في دقيقة واحدة". المهم هنا هي الفكرة. يقول الكثيرون من مسؤولي

الوكالات الإعلانية بأنهم يفتشون دائماً عن "مبدعي الأفكار" وليس عن "الكتاب" يقول أحدهم: "نستطيع دائماً تأجير الكتاب، لكنه من الصعب علينا أن نجد الكاتب الذي يمتلك فكرة جديدة وطريقة غير مطروحة سابقاً - الكاتب الذي يستطيع أن يخلق الفكرة الرئيسة لقصة قصيرة مرئية خلال ستين ثانية"... يقول الكاتب (رون روز نفلد): "إننا لا نفتش بالضرورة عن كتاب فقط. إننا نبحث عن أناس يجيدون الفنون التصويرية ويقدرّون على التفكير من خلال الصور"... ينبغي على كاتب الإعلانات التلفزيونية أن يفكر في تسهيل عملية بيع البضائع للزبون قبل أن يفكر في بيع فكرته إلى الجمهور. كيف يمكنه تحقيق ذلك؟ يقول الزبون: "يأتي إلينا العديد من الكتاب وهم يحملون فكرة واحدة، ألا أنهم لا يستطيعون إقناعنا بأن هذه الفكرة ستساعد في بيع بضائعنا. إن الكاتب المحترف يستطيع أن يتغلب على الفكرة التي لا تعجبك ويقدم لك خمس أفكار بديلة وفي الوقت نفسه ينجح في إعطاء المبررات لنجاح هذه الأفكار المؤثرة". يقول (ادكاردر)، مدير شبكة (رالف جونز) للإذاعة والتلفزيون: "يتوجب على الكاتب أن يكون ضليعا باللغة الإنكليزية، وعليه أيضاً أن يعرف آلية العمل الإذاعي والتلفزيوني وبخاصة الأمور المتعلقة بحدود الزمان والمكان"... تقوم بعض الوكالات الصغيرة بمفاتحة بعض الكتاب للكتابة لها، إلا إن أغلب الوكالات تعتمد على النصوص التي يقدمها لها العاملون بصورة دائمة فيها نادراً ما تشتري الوكالات النصوص التي يرسلها بعض الكتاب لها عن طريق البريد خوفاً من اتهامها بعملية "الانتحال". إن أسلم طريقة بالنسبة للكاتب هي أن يتصل بالوكالة عن طريق البريد طالباً تحديد موعد لمقابلته ومرسلاً لها خلاصة عن تجاربه الأدبية والعلمية. إن هذه الطريقة جيدة وقد توفر له فرصة للحصول على العمل ... إن أغلب الوكالات تطلب من الكاتب تزويدها بسيرته العلمية والأدبية. لما كانت الكتابة للتلفزيون تتطلب معرفة بالأشياء التي تستطيع الكاميرا أو الاستوديو القيام بها وتلك التي لا تستطيع القيام بها، من هنا تكون معرفة الوكالة بخلفية المتقدم للعمل عندها أمراً ضرورياً. ناقشت مجموعة من كتاب الإعلانات كيفية تقويم الكتاب وبعدها قدمت مجموعة من النصائح للذين يبنون الانضمام إلى هذا الحقل. قالت (سو بروك): "إن أول شيء أفتش عنه هو فيما إذا كان هناك إعلان يروق لي، وبعد التأكد من أن هذا الإعلان يمتلك الجودة والإثارة، أطلب مقابلة كاتب ذلك الإعلان من أجل التصرف

على شخصيته. إذا جلس الكاتب أمامي قلقاً ومرتبكاً فأنني أتركه وشأنه وذلك لأن العمل هنا عمل جماعي. تقول (جودي بروتاس) محذرة: "في هذا المجال، يكون النقد مسألة أساسية، فالكاتب الذي يرفض تحمل النقد لا يصلح للعمل هنا". تقول (سوبروك) مرة ثانية: "يجب أن تكون لك ثقة في نفسك وإلا لن تحصل على أي شيء لأن كل العاملين هنا هم نقاد. إذا وجه إليك رئيس عملك أي نوع من النقد بخصوص النص الذي كتبه، عليك هنا أن تلتزم وتطبق ذلك النقد فوراً". انتهت (جودي بروتاس) إلى القول: "عليك أن تعرف متى تتوقف عن النقاش. المفروض منك أن تدافع عن رأيك ولكن ليس بالأسلوب الدفاعي الصارم".

كان (ارك شولتز)، بصفته رئيساً لمحطة (دبليو. ار. كاي. أو) ومديراً عاماً لمحطة (دبليو. ار. أو. ار)، يفتش عن ثلاث مؤهلات في كتاب الإعلانات (الذين يقدمون طلباتهم للعمل في المحطتين المذكورتين): 1- الإبداع (أي القابلية على تصور طرائق جديدة ومثيرة لتسهيل مهمة بيع المنتجات أو تقديم الخدمات)، 2- مهارات الإصغاء الجيدة (وهي القابلية على الإصغاء إلى ما يقوله الزبون وإلى ما يريد بيعه وعن الكيفية التي يقدمها، 3- المهارات الكتابية الممتازة ويتعين على كتاب الإعلانات الذين يعملون في المحطات الصغيرة، حسب رأي شولتز، ألا يعرفوا طريقة الكتابة للإذاعة والتلفزيون فقط، بل يتعين عليهم أيضاً أن يمتلكوا المهارات الواسعة في الاستخدام العملي لتلك الإعلانات في الوسيلة التي يعملون فيها وفي الوسائل الأخرى كالببائيات الصحفية والإعلانات الصغيرة التي توضع على الجدران. ينصح (جورج كراي)، الرئيس والمدير العام السابق (لشركة إذاعة ماسوجوستس الجنوبية)، الشخص الذي يريد الحصول على عمل متعلق بكتابة الإعلانات التجارية هكذا: "تعلم كتابة الجمل التقريرية البسيطة" إنه يعتقد بأنه يتوجب على طالبي العمل المجريين وغير المجريين أن يكتبوا "جملاً بسيطة، واضحة، قصيرة، مستخدمين العديد من الأسماء والأفعال والقليل من التعوت والظروف" وأن يعبروا عن الأفكار بأبسط التعابير. ليس هناك ما يزعج المستمع مثل الجمل الرنانة. إن النصيحة التي أقدمها إلى الكاتب هي: أخبر المستمعين، ثم أخبرهم عما أخبرتهم، بعدئذ أخبرهم مرة ثانية¹ يقول (كراي) بأنه على الرغم من أن المسؤول عن المحطة يريد استخدام أناس ذوي تجارب في الحياة وقادرين على تفهم أهداف الزبون والفرض من الإعلانات

التي يكتبونها، مع ذلك هناك مسألة مهمة جدا عليهم أن يعرفونها وهي تقنية التفكير وتنظيم الوقت والطاقة وضبط النفس، هذه الأشياء التي يفترض أن يكون حملة الشهادات الجامعية قد درسوها. إن هذه الأشياء لا يمكن أن يستغني عنها كاتب الإعلانات المحترف الذي يتطلع إلى تحقيق النجاح.

الأخبار News

لقد ازدادت الحاجة إلى كتاب ومحرري أخبار في المحطات المحلية بسبب الطلب المتزايد على الأخبار المحلية. إن متطلبات العمل الصحفي الإذاعي تختلف باختلاف المحطات واختلاف مدرائها. وبعض المحطات تفضل الخلفية الصحفية الصرف، وبعضها يؤكد على التخصص في التقنيات الإذاعية والتلفزيونية، يثبت (ستانلي هبارد)، رئيس شركة هبارد، الصفات التي يبحث عنها في الكاتب الإخباري قائلا: "من هو الكاتب الإخباري؟ هل هو إنسان ملم بالأخبار لأنه تخرج في قسم الصحافة من أحد الكليات؟ أو هل هو موهل لأنه سبق وأن شغل وظيفة إخبارية في مكان ما؟ لا أعتقد ذلك. إنني أعتقد بأنه يتوجب على كاتب الأخبار أن يبرهن على أنه يمتلك "القدرة الإخبارية" و "الحس الإخباري". إن الوقت المحدد للأخبار التلفزيونية يحتم على الكاتب أن يمتلك الحس الإخباري الأصيل، هذا إذا كان يتطلع إلى تحقيق النجاح. لقد علمتني التجارب بأن الدراسة الجامعية للصحافة وحدها غير كافية لإمداد الكاتب بالحس الإخباري... تستطيع كليات الصحافة أن تهينك بصورة كافية للعمل في غرفة الأخبار في التلفزيون وتعلمك كيف تتعايش مع آلة العمل هناك. إلا أن التعايش مع آلة العمل وحدها لا تقدم للكاتب الحس الإخباري المطلوب لتجمل المسؤوليات أمام الجمهور".

وبطبيعة الحال، فإن الخلفية الرسمية وغير الرسمية مطلوبة. انطلاقاً من الاهتمام المتزايد بأخبار الأحداث المحلية التي تعرض من خلال المحطات المحلية، تقدم (باربارا ألن) الوصايا التالية للكاتب الإخباري: "1- يتوجب عليك أن تكون حسن الاطلاع على أخبار الحكومة المحلية، الناس المتقنين في المنطقة، شؤونها الاقتصادية، مدارسها، كلياتها والشخصيات اللامعة فيها. 2- ستعتمد قيمتك الصحفية على عمق وسعة معرفتك بالناس والحكومة والفنون والشؤون السياسية

والتربوية والعلمية والمشاكل التي تحيط بهذه الفقرات. 3- إن مهمتك أحياناً تنحصر في تسليط الضوء على بعض الظواهر والأحداث التي تبدو غير مهمة وفي التعمق بدراستها من أجل تقديم كل ما هو أصيل وقيم للجمهور.

وتقول (تيريزا ماكليباين)، مسؤولة شعبة تحرير الأخبار في إحدى المحطات الإذاعية في بوسطن، بأنها، عند مقابلة المتقدمين للعمل ككتاب إخباريين في محطاتها، تطلب منهم تقديم صورة عن خلفياتهم التجريبية. إن أول شيء تريد التحقق منه هو فيما إذا كانت للمتقدم تجربة سابقة في كتابة الأخبار الإذاعية التي تتطلب مهارات مختلفة عن مهارات العمل الصحفي. إننا نطلب منهم أن يقوموا بكتابة الأخبار المأخوذة من مصادر مختلفة مثل المقابلات الشخصية أو النداءات الهاتفية. نطلب منهم أيضاً أن يقدموا ما كتبوه سابقاً من أخبار قاموا بتحريرها عندما كانوا على مقاعد الدراسة الجامعية."

إن الشيء الثاني الذي كانت (ماكليباين) تفتش عنه هو قابلية المتقدم للعمل على كتابة جمل بسيطة على نحو محكي أو عامي. لقد توقعت من الكاتب أن يكون مالكا للحس الذي يؤهله للحكم على الأخبار. لقد اختبرت المتقدمين عن طريق تقديم بعض الأخبار المطبوعة لهم من أجل إعادة صياغتها للإذاعة لكي نتأكد فيما إذا كان الكاتب قادراً على صياغتها بأسلوب "جذاب وأسر وبسيط". أخيراً، تنتقل إلى موضوع السرعة في الإنجاز. يجب على الأخبار الإذاعية أن تكتب بسرعة. تقول (ماكليباين): "بالنسبة لكاتب الأخبار الجيد، كل هذه الأمور تأتي بصورة طبيعية".

أما بالنسبة للتعليم فإن (ماكليباين) تعتقد بأن أحسن ما يهيئ الكاتب للكتابة الإخبارية هي خلفيته في العلوم والفنون الإنسانية ويجب على هذه الخلفية أن تدعم بالمعرفة التامة بالأحداث العالمية التي يمكن الحصول عليها من خلال مواظبة الكاتب على المطالعة الجادة للصحف والمجلات ومن خلال مشاهدته واستماعه إلى النشرات الإخبارية. إذا كانت للمتقدم تجربة بسيطة، أو لم تكن له تجربة أبداً، في حقل الكتابة الإخبارية، فإنه يستطيع أن يعرض عن ذلك من خلال دراسته للكتابة في الأقسام الجامعية المتخصصة. إنها تعتقد بأن المقررات الجامعية المتعلقة بحقلي الإذاعة والتلفزيون تفيد هذا المتقدم لأنها تقدم له التقنيات والأشكال الأساسية.

ويذكر (ارفنك فانك)، في كتابه الموسوم (الأخبار التلفزيونية، الأفضليات التي تعطى للمتقدمين للعمل كتاباً إخباريين). إن الأفضلية الأولى تقدم للمحرر الذي له سنتان من الخبرة وليس له شهادة جامعية، ويأتي بعده في الأفضلية المتخرج في جامعة والمتخصص في الصحافة لكنه دون خبرة. أما أسفل سلم الأفضلية فيعطى كالأتي: لمن تخرج في إحدى الأقسام البعيدة عن الصحافة وفي الوقت نفسه ليست له أية خبرة، أو خريج إحدى المعاهد دون خبرة، أو خريج إحدى المدارس المهنية دون خبرة. إذا تقدم مجموعة من طالبي العمل المتخرجين في أقسام جامعية غير متعلقة بالصحافة فتعطى الأولوية حسب تدرج الاختصاصات التالية: العلوم السياسية، اللغة الإنكليزية، التاريخ، الاتصالات. ويعتقد مدراء الأقسام الإخبارية بأن الكتابة هي أهم المهارات، أما المهارات الأخرى، كالمراسلة والمقابلات الشخصية على الهواء مباشرة فهي قضايا ثانوية. إن أهم الصفات الشخصية التي يجب على الكاتب التمتع بها هي: التشوق، الحماسة والنشاط، ثبات (فانك) أيضاً قائمة الميزات السلوكية للكاتب الإخباري مستمدة من (الجمعية الأميركية لتعليم الصحافة) وهي:

- 1- القدرة على كتابة الأخبار الإذاعية،
- 2- القدرة على التحكم المستمدة من الذوق الجيد في اختيار الفقرات الإخبارية للإذاعة،
- 3- القدرة على تحرير ما يكتبه الآخرون،
- 4- المعرفة بالفقرات القانونية التي تحكم البث الإذاعي والتلفزيوني،
- 5- المعرفة العامة بكيفية عمل المحطة،
- 6- فهم المشاكل الميكانيكية للبث،
- 7- تقدير المسؤولية النابعة من البث للجماهير، وبخاصة بث الأخبار،
- 8- القابلية للعمل تحت الضغوط،
- 9- القابلية على اتخاذ القرارات بسرعة،
- 10- السرعة في الإنتاج،
- 11- الاطلاع على التقنيات المختلفة لبث الأخبار: مثل التسجيلات الصوتية والمقابلات والبث الحي من خارج الاستديو (remote)،

- 12- المعرفة بإخراج الفقرات الإخبارية (مثل التوقيت، البدء والختام، إضافة الإعلانات التجارية وغيرها)،
- 13- القدرة على الحصول على الأخبار للإذاعة والتلفزيون،
- 14- القدرة على قراءة الأخبار بصوت مقبول وغير ذلك،
- 15- القدرة على استكشاف الأمور المحلية من الأخبار الوطنية أو العالمية،
- 16- السرعة في اكتشاف الزوايا الخبيرة في الأمور الروتينية،
- 17- القدرة على تبسيط الأمور المعقدة وتحويلها إلى قضايا يفهمها المستمع أو المشاهد.

وهناك حوالي عشرين ألف وظيفة متعلقة بالكتابة الإخبارية في محطات الإذاعة في أميركا، والعدد نفسه تقريبا في محطات التلفزيون. مع ذلك، يزداد عدد الراغبين في إشغال هذه الوظائف سنويا. إن معدل الرواتب السنوية التي يتقاضاها موظفو هذه الوظائف تتراوح بين عشرين ألف دولار أو أقل في المحطات الصغيرة إلى ستين ألف دولار أو أكثر في الشبكات الكبيرة. تدفع المحطات غير المنتمية إلى اتحاد الكتاب الأجور حسب القطعة وهذه الأجور تتراوح بين عشرة دولارات إلى عشرين دولار في الساعة.

وبالنسبة إليك ككاتب، ما هي الأعمال التي تستطيع التفتيش عنها ؟ إن الأعمال موجودة في كل مكان. وإذا اخترت العمل في هذا المجال فحاول العمل في المحطات الصغيرة حيث بإمكانك اكتساب الخبرة هناك لأنك ستكلف بالقيام بالعديد من الأعمال ومن ضمنها الكتابة الإخبارية. إذا اخترت العمل في المحطات الكبيرة، فكن مستعدا، بادي ذي بدء، للعمل كمصحح أو أي عمل تكلف به. مع ذلك، تذكر بأنك إذا بدأت العمل لأول مرة في الشبكات أو المحطات الكبيرة فإن فرصة التقدم أمامك في العمل تبقى صغيرة وربما تبقى لمدة طويلة أو مدى الحياة بعيدا عن ممارسة الكتابة التي جئت من أجلها. إن المحطات الصغيرة تقدم لك أفضل الفرص لاكتساب الخبرة التي تعتبر الأساس في تقدمك. عندما تكون طالبا جامعا لدراسة الصحافة، الاتصالات، الإذاعة والتلفزيون أو مواضيع مقاربة، فمن المحتمل أن أساتذتك يوصلون بمحطات ولايتك أو منطقتك ويقدمون لتلك المحطات قائمة بأسماء الخريجين الأكفاء لإشغال مثل هذه الوظائف. انك تستطيع وحدك أن تتصل

بهذه المحطات بعد أن تحصل على التوصيات من أساتذتك. لا تنس أن تذكر في طلبك خبراتك التي حصلت عليها من خلال عملك في المحطات الصغيرة المتصلة بجامعتك. يستطيع أساتذتك تسهيل مهمة اتصالك بالمنظمات الوطنية والاتحادات التي تتوفر فيها الأعمال المتعلقة باختصاصك. إن إحدى المنظمات الرئيسية بهذا الصدد هي (منظمة مديري الأخبار الإذاعية والتلفزيونية) في وودلاند في كاليفورنيا. ينبغي على طالب العمل في هذه المجالات أن يدفع أجورا زهيدة لها.

إن الكتاب غير الممتن إلى محطة معينة هم عادة من الكتاب المجريين الذين لا يجدون صعوبة في الحصول على العمل الدائم، إن أرادوا ذلك، أما بالنسبة للمبتدئين من الكتاب فمن الأفضل لهم أن يبدأوا مع المحطات الصغيرة. إذا كنت كاتباً وتجد في الوقت نفسه استخدام الكاميرا المحمولة وأجهزة التسجيل فإنك تستطيع أن تقدم للمحطات آخر الأخبار المحلية. إن التاريخ المحلي والجغرافية والشؤون المدنية والأحداث غير الاعتيادية والشخصيات البارزة، كل هذه الأمور تقدم لك مواضيع لا تعد ولا تحصى للكتابة. إذا كنت لا تزال على مقاعد الدراسة، حاول أن تطرق أبواب هذه المواضيع. تستطيع أن تحصل على الخبرة الإذاعية والتلفزيونية إذا توفرت في منطقتك مثل هذه المحطات. تستخدم بعض المحطات الكبيرة بعض الطلبة من أجل إمدادها بالتغطية الإخبارية عن آخر أخبار الحرم الجامعي من شؤون رياضية وغيرها. إن العمل الإخباري يعتمد اعتماداً كبيراً على الكتابة. يستذكر (جم بويد) الإنجازات والنجاحات التي حققها في مجال الأخبار ويخلص إلى القول: "ليس هناك من شيء مهم في مجال عملي كمذيع مثل الكتابة".

وسائل الإعلام المتعددة Corporate Media

يقول أحد الكتاب في مجلة (رايترز ماركت): "تجد الأفلام التربوية والتجارية سوقاً أكثر رواجاً من سوق أفلام هوليوود". تحتاج المواضيع التجارية والصناعية إلى تصميم وسيناريوهات متنوعة مثل الإعلانات والأفلام المعلوماتية وتسجيلات الفيديو والشرائح الزجاجية (السلايدات) وغير ذلك.

تمتلك العديد من الشركات وسائلها الخاصة بها وتختلف الأمور التي تدفعها

للكتابة والمنتجين كما هو الحال بالنسبة للمحطات الإذاعة والتلفزيون. إن الكتابة الحرة والإنتاج يجلبان الريح الوفير. إن بعض الشركات ذات الوحدات الإعلامية الخاصة بها عادة ما تستأجر المستشارين والكتاب الموهوبين. تركز مجلة (فيديو مازكاين) بأن: "استخدام الكتاب المحتررين من قيود الوظيفة قد ازداد كثيراً في السنوات الماضية".

تقدم للعمل في الشركات التي تكونت لك فكرة عنها وعن إنتاجها وخدماتها. هيئ نفسك جيداً لكي تكون مقابلتك لمديرها أو للموظفين فيها إيجابية. تكلم ليس كخبير في الكتابة والإنتاج فقط بل كخبير في شؤون الشركة أيضاً. إذا أخذوا عنك انطباعاً جيداً فربما سيطلبون منك أن تقدم لهم مقترحا عن موضوع معين. إذا كان المقترح مقنعاً فإنهم سيطلبون منك تقديم ملخصاً أو سيناريو. ناقش موضوع العقد معهم قبل شروعه بالكتابة وما يتضمنه ذلك من أجور ومواعيد وتفاصيل تخص محتويات النص أو السيناريو المزمع كتابته. يقول (فرانك آر. كنك)، المدير السابق لشركة (جون هانوك) بأنه إذا صممت على العمل بمثل هذه الشركات فعليك اختيار الشركة التي تتمتع بالعمل فيها. على الطلبة أن يهيئوا أنفسهم للعمل في الدوائر التي تروق لهم. يذكر (كنك) أيضاً بأن قدرة الكاتب على الكتابة الخلاقة واستخدام اللغة بصورة سليمة والعمل مع الناس هي أمور أكثر أهمية من مجرد معرفته بعالم الصناعة أو باستعمال تقنيات الفيديو الحديث، وبعدها ينصح من يتقدم للحصول على عمل في الشركات المتحدة أن يجلب معه ملخصاً بما قام به سابقاً، ويفضل أن يسجل ذلك الملخص على شريط. يترك مع الناس المعينين بأمر تعينه. إذا تعذر عليه ذلك فيمكنه أن يترك عندهم نصوصاً مبسطة قام بكتابتها سابقاً. قدم (سكوت كار لبيرك) عدة نصائح للكتاب المحتررين من قيود الوظيفة لأجل الحفاظ على مستقبلهم وهيبته. اقترح على الكاتب المحترّر أن يكون ملماً إماماً كافياً بتفاصيل العمل الذي ينوي القيام به وأن يتعرف على الكادر المسؤول عن الإنتاج وعلى الزبون، إذا اقتضت الحاجة، للتأكد من حاجاته وبالتالي من الطريقة التي سيصنع فيها النص لحل المشاكل المتوقعة. ينصح (كارلبيك) الكاتب بأن لا يُعَدَّ بالقيام بعمل خارق وغير معقول. أخيراً: حذر الكاتب المحترّر من الأمور السياسية الموجودة في الشركة لكي لا يكون "ضحية لهذه اللعبة السياسية".

أكد الدكتور (جيفري لكوفسكي)، مستشار شركة (دجتال اكوبمنت)، على وجود فرض عمل للكتاب في وسائل الإعلام التجارية تدفع العديد من الشركات المبالغ الضخمة للكتاب الخارجيين على الرغم من استخدامها لبعض الكتاب الذين هم ضمن ملاك تلك الشركات. يتوجب على كتاب المؤسسات الإعلامية التجارية أن يمتلكوا المهارة في كتابة النصوص. يقدم (لكوفسكي) قائمة بالمجالات التي يستطيع الكتاب وجود عمل فيها مثل الأخبار المتعلقة بأنشطة الشركة التي يعمل فيها آخر أخبار التكنولوجيا والأخبار الأخرى التي تحسن من صورة الشركة عند المتلقين. يؤكد هذا المستشار مسألة أخرى وهي: "إذا سبق لك وأن كتبت مسرحيات، ففرصة حصولك على العمل تكون سهلة، لأنه عادة ما تقدم للكتاب بعض المعلومات المتعلقة بالإنتاج ويطلب منه تحويلها إلى عمل درامي".

حاول أن تجد عملا عند إحدى الشركات الصغيرة، حاول أن تنفذ أي عمل تكلف به - هذه هي نصيحة أخرى يقدمها (لكوفسكي) للكتاب المبتدئين. يضيف (لكوفسكي) قائلا بأنه بعد مرور فترة من الزمن ستكسب الخبرة وعندها يكون بإمكانك أن تطلب تكليفك بأعمال أكبر إن أحسن وسيلة للانضمام إلى هذا المجال هو عن طريق وكالات الإعلام التجارية التي تسهل مهمة تعاقدك مع الشركات ومع المؤسسات الإنتاجية. يختتم (لكوفسكي) وصاياه قائلا بأن على الكاتب، عندما يقدم طلب عمل لأول مرة أن يجلب معه الوثائق التي تتضمن تجاربه السابقة لكي يعطي الانطباع بأنه قادر على القيام بما يوكل إليه من مهمات كتابية. يقدم الكتاب الذي يصدر سنويا بعنوان (رايترز ماركت) قائمة بأسماء شركات الإنتاج التي تحتاج إلى كتاب في حقلي التجارة والتعليم.

تقديم الاقتراحات The Proposal

قبل شروعه في كتابة التصاميم الطويلة أو التمثيليات، فإنك تحتاج إلى تقديم مقترح (يلخص الفكرة العامة لمثل هذه الأنشطة). لا يمكنك توقيع أي عقد بينك وبين الجهة المعنية دون هذا المقترح. إن أي منتج يريد بيع منتج ما إلى شبكة ما لا بد وأن يقدم مقترحا لها. يتضمن المقترح ماهية النص ويغطي كل التفاصيل المادية الضرورية للإنتاج مثل الميزانية والتوزيع والدعاية وغير ذلك. يجب على المقترح أن يبين فكرة المشروع - مثل توفر المصادر للبحث والتطوير وتوفر المصادر الأخرى التي

تساعد على إكمال المشروع. كن عمليا. لقد رُفضت مقترحات بعض المبتدئين من لدن المنتج على أساس أن تلك المقترحات غير عملية، هؤلاء المبتدئون الذين ربما سيكونون كتابا متميزين لو قبلت مقترحاتهم. المقترح، في حقيقة الأمر يسهل مهمة البيع، فمن خلاله تستطيع أن تقنع المشتري بأنه سيستطيع تحقيق الربح والاحترام. يجب على مقترحك أن يتضمن ما يلي: (1) تقدير الحاجة - أي سبب حاجة المشتري إلى النص، (2) الأهداف التي سيحققها ذلك النص - هل هدفه التعليم والتدريب أم كوميديا الموقف ... الخ، (3) ملخص عن الفكرة العامة للنص، (4) فكرة عن المتلقين، (5) قابلية النص على التطبيق - هل مواد الإنتاج متوفرة ؟ هل يوجد من ينفذ الفكرة بجدارة ؟، (6) تخمين عام للميزانية وللمصروفات، (7)جدولة التوزيع والأماكن التي سيشملها ذلك التوزيع. لا تسمح لكل الخطط التي رسمتها وللجهود التي بذلتها أن تذهب سدى. تذكر ما يلي: الإقناع هو أساس النجاح. كتب (مايكل سنك) مقالة بعنوان (كتابة النصوص) نشرها في مجلة (رايترز ماركت) قال فيها: "إن مظهر الصفحة - من حيث حجمها وأناقتها وشكلها - أمر مهم جدا لأنه يعطي الانطباع الأول للقارئ، هذا الانطباع إما سيدفع القارئ إلى قراءة الصفحات اللاحقة أو سيثبته على التوقف عن القراءة".

عروض ومساومات بيع النصوص Program Pitch

إن الطريقة الاعتيادية لبيع فكرة البرنامج هي عن طريق الترويج. تفتيش الشبكات وشركات الإنتاج المستقلة عن أفكار برامج جديدة وتقديم المئات من هذه الأفكار لها أسبوعيا لكنها تختار الواعدة والجيدة فيها فقط. يسمح لبتدع الفكرة أن يقدم المقترح شخصيا إلى المدراء التنفيذيين للبرامج الذين يمثلون الشبكات أو شركات. الإنتاج، لكن من الأفضل أن يتم التقديم عن طريق الوكلاء.

إن الهدف من الترويج للبرنامج هو إقناع المنتج أو الموزع بأن سلسلة هذا البرنامج (سواء كانت توثيقية أو موسيقية) ستجذب الكثير من المشاهدين وستجلب الربح الوفير للشركة. لذلك، ينبغي عليك أن تقدم ما هو أكثر من مضمون البرنامج. عليك أن تقدم وصفا للشخصيات والمؤدين وفكرة عامة عن الحبكة والعلاقات الزمانية والمكانية. يستحسن أن تقدم تخميناً للميزانية وفكرة عن المناطق التي

ستشاهد البرنامج وأنواع المعلنين الذين سيجذبهم البرنامج وغير ذلك من التفاصيل. بعبارة أخرى، حاول أن تقدم خطة عن الإنتاج والتوزيع والبيع. يمكن أن تستثمر بعض الشخصيات أو بعض فقرات برنامجك لأغراض تجارية (مثل ثياب الشخصيات أو بعض اللعب التي يستخدمونها أو التسجيلات الصوتية)، في هذه الحالة عليك أن تذكر هذه الأمور في النص أيضاً. يجب أن تقدم عناصر الترويج على نحو واضح وسريع، ويجب أن تكون كاملة ومبسطة إلى الدرجة التي تمكن مدير الشركة من تذكرها وتكرارها أمام العاملين في البرنامج. والأهم من ذلك، لا تكن مزعجاً ومضجراً. إن عناصر الترويج الناجحة هي ليست مجرد عرض شفوي. عليك أن ترفق بياناً مكتوباً، أي أن ترفق مادة مكتوبة على أوراق لكي تذكر المدير بما سمع أو رأى - إنه ملخص يتضمن عرضاً للسلسلات القادمة ووصفاً للشخصيات والحبكة والزمان والمكان والحوار والمؤثرات الصوتية أو الموسيقية، هذه الأشياء التي تسبغ على البرنامج نكهة خاصة. استعمل كل ما هو متوفر من المواد التي تعزز من تقديمك له، مواد مثل قصاصات مرئية، شرائح زجاجية (سلايدات)، خرائط، صور فوتوغرافية وغير ذلك.

هدفك هو إقناع المسؤولين بأن فكرتك جديرة بأن تحول إلى برنامج. إذا كنت قد أتممت النص فالأفضل أن تعيد قراءته من أجل التأكد من جودته إذا رحب المسؤولون به - عندئذ ستكون أمامك فرص أخرى لكتابة برامج أخرى وبالتالي الحصول على المال. عندما يرفض مسؤولو الشركة فكرة برنامجك فإنهم سيرسلون لك رسالة بهذا الصدد بسرعة. أما إذا رحبوا بها فإنهم سيخبرون وكيلك بذلك (أو يخبرونك أنت بالذات) بسرعة أيضاً. إذا مضت مدة ولم تعرف ما إذا وافقوا على الفكرة أم لا، فلا تتردد من الاتصال بوكيلك وإذا لم يكن عندك وكيل، فعليك الانتظار لفترة ما - لعدة أسابيع على سبيل المثال وبعداً اتصل بالشبكة أو بالشركة المنتجة بنفسك من أجل التعرف على النتيجة.

إن مقاييس صلاحية المضمون تختلف من مؤسسة إلى أخرى، كما وهي غير ثابتة. يقول الصحفي (كمال توماس) في صحيفة (ذي بوسطن كلوب) بأن شبكات التلفزيون الرئيسية "ألقت الأقسام المعنية بالمقاييس". على الرغم من أن تلك الأقسام كانت قد اهتمت بممارسة الرقابة الصارمة، مع ذلك فإنها كانت تتفحص البرامج خوفاً من تجاوزها حدود الذوق الرفيع ومن أجل التأكد من أن ادعاءات المعلنين

صادقة وصحيحة. يسأل (توماس) هذا السؤال: "لماذا ترغب الشبكات في التوصل من هذه المسؤولية الاجتماعية؟" ثم يجيب عنه قائلاً: "لأن هذه الرقابة قللت عدد المشاهدين وبخاصة مشاهدي التلفزيونات المحورية". ثم يقول: "لقد عودونا على قبول البرامج واطئة المستوى، وبعدها يقولون بأنه ما دام عدد المشاهدين قليل فينبغي عليهم زيادة ذلك العدد عن طريق مخاطبة القلوب والفرائز وليس العقول". هل يستطيع كاتب أن يكتب برامج ذات مضامين أخلاقية لتلفزيون لا يهجم سوى الكسب المادي؟ خلال عقد التسعينات، أصدرت (وكالة الاتصالات الفدرالية) (FCC) بعض التعليمات بخصوص وضع حد للفحش وقلة الاحتشام، لكن تلك التعليمات لم تكن محددة وواضحة. لقد منعت الوكالة مضمون البرنامج الذي يعد غير مقبول حسب المقاييس الاجتماعية للمنطقة، لكنها لم تحدد تلك المقاييس. إن الشيء المهم هو ينبغي على أي كاتب أن يدرس جيداً ما يقترحه من مضامين مثل المشروع بكتابتها بالصيغة النهائية.

حقوق النشر والتأليف Copyright

إنك لا تستطيع الاحتفاظ بحقوق الأفكار. إذا كنت كاتباً مبدعاً فستكتشف في يوم ما أو مكان بأن فكرة من أفكارك أو أكثر قد انتحلت دون أن يقدم لك أي تعويض. لقد عاش كل واحد منا هذه التجربة إلا وهي انه كتب سلسلة من التصاميم أو ملخصات أو أفكاراً للعديد من البرامج وفجأة اكتشف بأن هناك مجموعة من المنتجين والإذاعيين المجردين من الشعور بالمسؤولية قاموا بتكييفها كلا أو جزءاً من جانب آخر، يحدث أن تطرق فكرة معينة واحدة للعديد من الكتاب في مكان واحد، وعندما نسمع هذه الفكرة وقد نسبت إلى كاتب معين فإننا لا نعتبر ما قام به ذلك الكاتب سرقة أو انتحالاً. من أجل أن تحمي نفسك، حاول أن تحفظ حقوق عملك. لسوء الحظ، ليس كل ما يبدعه الكاتب للإذاعة والتلفزيون قادر للحفاظ على حقوقه. لا يمكن الحفاظ على الأفكار والعناوين للبرامج الإذاعية والتلفزيونية. بناء على ما أقرته (دائرة الحفاظ على حقوق النشر في الولايات المتحدة)، لا يمكن الحفاظ على الأشياء غير المنشورة مثل الملخصات الروائية، التصاميم، ملخصات حكايات المسرحيات والأفلام السينمائية، نصوص الأوبرا العامة، وغيرها من الملخصات السريعة. إن حقوق النشر تحمي قدرة الكاتب على

التعبير الأدبي والدرامي، لكنها لا تحمي الأفكار بحد ذاتها. لقد حددت (دائرة الحفاظ على الحقوق) الأعمال غير الخاضعة للحفاظ وعلى النحو التالي: " الأعمال التي لم تقدم بشكل تعبيري ملموس مثل: الألحان الراقصة، الأعمال الموسيقية التي لم تنوط (أي لم تدون بمجموعة من العلامات والرموز الموسيقية) أو تسجل على أشرطة، الحوار أو المشاهد القائمة على الارتجال والتي لم تكتب أو تسجل، الغناوين، الأسماء، العبارات الموجزة، الشعارات، الرموز أو التصميم المألوفة، الأفكار، الإجراءات، الطرائف، الأنظمة، العمليات، المفاهيم، الاكتشافات والأعمال المحتوية على المعلومات التي تعد ثروة عامة والأعمال التي لا يعرف مؤلفوها".

إن النصوص الكاملة لمسلسل معين والتي لم تنشر قد تكسب حقوق النشر. إذا كانت النصوص درامية أو موسيقية أو كوميدية أو سينمائية فيمكن أن تحفظ حقوقها بموجب الفقرة التي تصون الأعمال الفنية الأدائية والمعروفة بـ (PA) والتي تنص على حماية حقوق: "الأعمال المنشورة وغير المنشورة والتي أعدت من أجل الأداء" المباشر أمام الجمهور أو غير المباشر " بأي طريقة أو وسيلة، مثل: الأعمال الموسيقية التي يصاحبها الحوار، الأعمال الدرامية التي تصاحبها الموسيقى، الأعمال الدرامية الصامتة، الأعمال الراقصة، الأفلام وغيرها من الأعمال السمعية بصرية (audio visual) والتي تشمل الأعمال التلفزيونية والإذاعية. أن تسجيل نص معين عند الجهة المعنية يحمي ذلك النص فقط ولا يعطي الحماية للنصوص أو المسلسلات التي تتبع منه مستقبلاً. تستطيع الحصول على استمارات حقوق النشر وعلى نشرة تشرح بالتفصيل كيفية تحديد النصوص التي يمكن أن تتمتع بحقوق النشر وكذلك تشرح الإجراءات التي يجب أن تتخذ للحصول على الحقوق. يمكن الحصول على هذه المعلومات عن طريق الاتصال بدائرة حماية الحقوق، مكتبة الكونغرس، واشنطن، دي. سي، 20559، لقاء دفع مبلغ عشرين دولار لأجل حماية عملك خلال فترة حياتك، إضافة إلى خمسين سنة أخرى بعد الوفاة. سنقدم لك بعد قليل نموذجاً لاستمارة حقوق الأعمال الفنية الأدائية. هناك طريقة أخرى تكفل بها حماية النص وهي الاتصال بنقابة الكتاب في أميركا التي تقدم الخدمات للكتاب الأعضاء فيها وغير الأعضاء. يدفع العضو غير المنتمي لها مبلغاً قدره اثنان وعشرون دولاراً للنص الواحد المتكون من مائة وخمسين صفحة أو أقل، أما الطلبة فيستطيعون دفع مبلغ سبعة عشر دولار فقط.

استمارة الأعمال الفنية الأدائية

دائرة حفظ حقوق النشر في الولايات المتحدة

رقم التسجيل

الشهر اليوم السنة

لا تكتب المعلومات الإضافية فوق السطر. إذا احتجت إلى سطور إضافية استعمل ورقة إضافية.

1- عنوان العمل:

.....
العناوين السابقة للعمل

طبيعة العمل (اقرأ التعليمات)

.....
2- اسم الكاتب تاريخ الولادة

1- جنسية الكاتب ومجل الإقامة الدائم

هل كتب هذا العمل من أجل "الإيجار"

نعم كلا

ملاحظة: إن كاتب النص، بحكم القانون، يعد صاحب العمل بصورة عامة هنا ولا يعد مستخدماً (اقرأ التعليمات)

طبيعة النص. اعط فكرة موجزة عنه

3-

1- السنة التي اكتمل فيها العمل

ب- تاريخ أول نشر للعمل

السنة اليوم الشهر

4-

1- اسم / أسماء، المدعي / المدعين:

ب- تاريخ أول نشر

لا تكتب هنا. الحيز مخصص للدائرة

تاريخ استلام القسم الأول:

تاريخ استلام القسم الثاني:

رقم التحويل وتاريخه:

أكمل المعلومات المتعلقة بالفقرات 5، 6، 7، 8، 9 على ظهر هذه الورقة.

الحيز مخصص للدائرة - لا تكتب هنا

اسم الخبير:

اسم المدقق:

5-

لا تكتب المعلومات الإضافية فوق السطر. إذا احتجت إلى سطور إضافية استعمل ورقة إضافية

أجب بنعم أو لا

أ- هذه هي الطبعة الأولى للعمل.

ب- إنني أقدم الطلب لأول مرة.

ج- هذه هي طبعة منقحة.

6- أكمل الفقرة أ و ب

أ- العمل مشتق من

ب- العمل قائم على التجميع

7- اذكر تاريخ إيداع الأقساط

الاسم. رقم الحساب

اذكر العنوان الذي تود مراسلتك من خلاله.

8- شهادة:

أنا الموقع أدناه، أشهد بأنني

- كاتب

- مدعي حقوق النشر

- صاحب الحق / الحقوق

- الوكيل المخول

9- الاسم

رقم الشارع، رقم الشقة

❖ أكمل كل الفراغات

❖ وقع في الفقرة (8)

المدينة / الولاية / رقم المدينة البريدي

عنواننا: مكتبة الكونغرس،

واشنطن دي. سي، 20559

المؤهل الجامعي College Preparation

يؤكد أكثر مدبري المحطات بأنه ليس هناك من بديل للتجربة، ويضيفون بأن الكليات لا تُبدئ الطلبة الإعداد الكافي لكتابة البرامج الإذاعية والتلفزيونية. إن الكثير من الناس يدخلون حقل الإذاعة والتلفزيون بعد تخرجهم من الكليات مباشرة وهم لا يفهمون آلية عمل برامج الإعلانات التجارية. يقول مديرو المحطات أيضاً بأن بعض الطلبة لا يدرسون الخليط المناسب من المواد العلمية والإنسانية عن طريق التدريب، بل يتخصصون في حقل واحد فقط. إن المقررات الدراسية المتعلقة بالكتابة لوسائل الإعلام ضرورية لأنها تساعدك على إتقان التقنيات الأساسية والتصاميم العامة. إذا ما خططت للتخصص في حقل معين من حقول الكتابة مثل الإعلانات التجارية أو النصوص الدرامية، فعليك أن تدرس مقررات دراسية متقدمة في هذه المجالات. تأكد من أن المقررات التي ستدرسها ستعينك على إتقان استعمال النحو والتقييد والهاء وعلى التعبير الواضح والمباشر عن الأفكار. تأكد أيضاً بأن هذه المقررات توفر لك الأسس الصحيحة للتفكير والمناقشة والاستيعاب التي ستستخدمها مستقبلاً في خلق الشخصيات ومسار الحبكة لكوميديا الموقف أو للإعلان التجاري الذي يستغرق عرضه مدة ثلاثين ثانية أو لكتابة الأخبار والبرامج الوثائقية. سيخبرك مدير والمحطات بأنهم لابد وأن يلتقوا نظرة على سجلك الدراسي للتأكد من أنك درست المقررات المتعلقة بالتاريخ وعلم النفس والعلوم السياسية وعلم الاجتماع. إنهم يريدون منك أن تكون قد درست المقررات التي تجعلك متكاملًا علميًا ومتعدد الجوانب في آن واحد، وليس إنساناً ذا تخصص ضيق لا تفيد منه المحطة كثيراً. إذا رغبت في تطوير منزلتك الوظيفية فعليك أن تكون مستعداً لفهم المسائل الاقتصادية والمالية. إذن، يفضل أن تدرس بعض المقررات الإضافية المتعلقة بإدارة الأعمال والمحاسبة، إذا أردت أن تكون كاتباً ومنتجاً في آن واحد فعليك أن تحسن علاقاتك الشخصية مع الناس من أجل اكتساب كل متطلبات النجاح الاجتماعي. إذا درست مادة "المفاوضات" فإنها ستعينك على توقيع العقود مع الآخرين.

قام الدكتور (جوزيف اوليفر)، أستاذ علم الاتصالات في جامعة (ستيفن ايف. اوستن) في تكساس، بإجراء استفتاء بين مدرء المحطات المتميزين وكانت إحدى نتائج هذا الاستفتاء هي أن أغلب هؤلاء المدرء يفضلون المتقدمين للعمل الذين درسوا

المقررات المتعلقة بالوسائل الإعلامية التطبيقية والعملية. أكد هؤلاء المدراء حاجة المستخدمين إلى المهارات الكتابية الرصينة.

يوصي الدكتور (جيفري لكوفسكي)، المستشار في علم الاتصالات والأستاذ السابق لوسائل الإعلام، بوصي الطالب الراغب في أن يكون كاتب إعلانات تجارية بدراسة مجموعة من المقررات المتخصصة في كتابة النصوص الإذاعية والتلفزيونية والكتابة للمجلات وكتابة القصة القصيرة. إن الكتابة للمجلات وكتابة القصة القصيرة هما فقرتان أساسيات في تسهيل مهمة كتابة السيناريوهات بشكل درامي. يوصي (لكوفسكي) الطالب أيضاً بالحصول على الخبرة المتأتية من كتابة البرامج الإذاعية والتلفزيونية أثناء فترة الدراسة الجامعية ويؤكد على أن هناك الكثير من القضايا المسموعة بالإعلانات التي لم يعرها الكتاب ما تستحقه من اهتمام.

مما لا شك فيه أنه يتوجب عليك أن تدرس أكبر عدد ممكن من المقررات المتعلقة في الوسائل الجديدة والبرمجة والإنتاج. ادرس المقررات التي تؤكد الإبداع المرئي والصوري وبخاصة تلك التي تركز في استعمال الطاقات الفاعلية للإنترنت.

إن التدريب الإذاعي والتلفزيوني متوفر في حوالي ثلاثمائة كلية وجامعة. إن نصف هذا العدد من هذه المؤسسات الأكاديمية يمنح شهادة الماجستير وحوالي خمسين منها يمنح شهادة الدكتوراه. هناك حوالي مائتي كلية صغيرة تدرس البرامج أو المقررات المتعلقة بمادتي الإذاعة والتلفزيون.

الأهم من كل ذلك هو: ألا تحدد الفرص المهنية لمستقبلك عن طريق التركيز في حقل ضيق واحد. يجب على المواد الجامعية التي درستها أن تحولك إلى إنسان "متعدد الجوانب".

قائمة بالمصطلحات والمختصرات

Glossary of Terms and Abbreviations

A/B Rolls	استخدام شريطي فيديو في وقت واحد من أجل إيجاد التثبيت أو بعض المؤثرات الخاصة. مثلاً - انطلاق عدة صور من زوايا الشاشة وأخيراً تسيطر واحدة من هذه الصور على الشاشة جميعها.
Actuality	حادثة إخبارية تسمع أو تصور أثناء حدوثها
AM (Amplitude Modulation)	تغيير أو تعديل سعة الصوت (المتعلقة بالبث)
American Research Bureau (ARB)	مكتب الأبحاث الأميركي، هو شركة تجارية تنظم بيع وشراء مخططات البرامج
Analog (Non digital)	تقديم المعلومات للإذاعة والتلفزيون بطريقة تماثلية غير رقمية
Aperture	فتحة عدسة الكاميرا التي تنظم مقدار الضوء الذي يصل إلى الفيلم
Ascertainment Primer	تجديد إجازة المحطة التي يمكن الحصول عليها من وكالة الاتصالات الفيدرالية
Associated Press (AP)	إحدى وكالات الأخبار التي تفيد منها البرامج الإخبارية.
Attribution	عزو الخبر إلى مصدر ما.
Automation	استخدام أجهزة الكمبيوتر لتنظيم عمل بعض الأجهزة الإذاعية وإمداد التلفزيون ببعض اللقطات المأخوذة من الأقمار الصناعية.

Back Timing	استخدام الوقت المتبقي من البرنامج لتغطية فقرات أخرى
Bite	الاقتباس المسجل المستخدم في البرامج الإخبارية والوثائقية.
Blending	دمج وبت صوتين مختلفين في آن واحد من خلال الإذاعة
Boom	تقريب أو إبعاد الكاميرا عن المايكروفون
Bridge	الأصوات، وبخاصة الأصوات الموسيقية ، التي تربط بين فقرتين متتاليتين لبرنامج معين.
Browser	برنامج حاسوبي لتصفح مواقع الإنترنت والإبحار فيها
Bumped	الكثافة المتغيرة بسرعة
Bumper	المادة التي تضاف إلى بداية أو نهاية الإعلان التجاري
Cable	الكابل المحوري
Camcorder	جهاز يقوم بالتصوير وتسجيل الصوت في آن واحد
Cart	شريط تسجيل مرقم. تستخدم هذه الأنواع من الأشرطة في النصوص الإذاعية بعد أن يثبت رقمها على النصوص لتسهيل مهمة الحصول عليها وبثها وبسرعة
Cassette	الشريط الصوتي أو الصوري
CD-ROM	القرص المدمج المتضمن مادة يمكن استخدامها في أجهزة الكمبيوتر
Chain Break	فترة استراحة مخصصة لعرض الإعلانات المحلية
Chroma Key	إزالة لون معين من الصورة وإحلال لقطة أخرى محله
Chyron	الاسم التجاري لمولد الحروف الإلكترونية
Close-Up	اللقطة المقربة من الشاشة. هناك عدة أنواع لهذه اللقطات المتوسطة والقريبة جدا... الخ
Coaxial Cable	الكابل متحد المحور. كابل ذو موصلين متعدي المحور

Conflict	النزاع القائم بين شخصيتين مسرحيتين أو بين شخصية مع نفسها ، يخلق هذا النوع نوعا من التشويق وشد المشاهدین إلى إحداث المسرحية
Continuity	المحافظة على الاستمرارية
Control board	طاولة التحكم التي تنظم الأصوات المنبعثة من المايكروفونات والاسطوانات وتقوم أيضا بدمج الأصوات الصادرة من مصادر مختلفة
Co-op announcement	إعلان تعاوني
Copyright	حقوق النشر
Copywriters	كُتّاب الإعلانات التجارية
Crane	ذراع تثبت عليه الكاميرا ويتحرك بمرونة عالية
Crawl	حركة العناوين على الشاشة
Crawling titles	العناوين التي تتحرك ببطء عبر الشاشة
Credits	قائمة بأسماء الممثلين ومسئولي الإنتاج والإخراج والتي تظهر في نهاية التمثيلية أو البرنامج
Crisis	ذروة الأحداث ، وبعدها يعرف المشاهدون من سيكون الخاسر أو الرابح
Cross plug	إعلان يروج لأحد برامج المحطة أو لإحدى البضائع
Cross-fade	الانتقال من صوت إلى آخر
Cursor	مؤشر الكمبيوتر الذي يحدد موقعك
Cut	الانتقال الفجائي من صورة إلى أخرى
Cutting	الانتقال السريع من صوت إلى آخر أو من صورة إلى أخرى
DATV	تلفزيون عالي الوضوح
DBA	بث الأقمار الاصطناعية
Deep Focus	صورة ذات ثلاثة أبعاد تصورها الكاميرا

Demographic	تحليل خصائص ورغبات المشاهدين
Detail Set	اللقطات المقربة الكثيرة
Digital	المعلومات المحولة إلى أرقام والتي يقوم عليها عمل جهاز الكمبيوتر
Diss (Dissolve)	التبھيت أو الانتقال من صورة إلى صورة
Dolly	عربة ذات ثلاث أو أربع أرجل تحمل الكاميرا أو المايكروفون
Drive Time	الساعات التي تستد فيها الحركة السيارات. هذه الساعات مهمة بالنسبة لتوقيت بث البرامج
ECU	لقطة مقربة جدا
EFFX (EFX ,FX)	مؤثرات
EFP	بث الأخبار والإعلانات من خارج الاستوديو
Electronic Synthesizer	جهاز إلكتروني يخلق الأصوات
Empathy	التوحد العاطفي بين الشخصيات والمشاهدين
ENG	استعمال الكاميرا المحمولة لتغطية الأخبار
Equal Time Rule	التقسيم العادل للوقت المخصص للدعاية، من خلال الإذاعة والتلفزيون، لمرشحي المناصب السياسية
Establishing Shot	اللقطة التأسيسية التي توضح الجو العام للبرنامج
ET	التسجيل الإلكتروني
EXT	المناظر الخارجية للفيلم
Fade, Fade in, Fade Out	ظهور واختفاء الصوت (في الإذاعة) أو الصورة (في التلفزيون)
Fairness Doctrine	مبدأ النزاهة. عدم الاقتصار على سماع وجهات نظر فئة واحدة، بل وجوب السماح للفئات الأخرى بإبداء رأيها أيضاً
Fax	إرسال المواد المطبوعة أو الصور سلكياً أو لاسلكياً

FCC	وكالة الاتصالات الفدرالية
Feed	البث من خلال الشبكات أو من أماكن بعيدة
FF	لقطة للهيكل العام للشخصية
File	ملفات المعلومات والوثائق والرسوم المحفوظة في الكمبيوتر
Focal length	حجم وسعة عدسات الكاميرا التي تحدد طبيعة الصورة المصورة
Follow shot	حركة عربية الكاميرا لمتابعة المادة المصورة
Format	الشكل العام لفكرة ومضمون البرنامج
Freeze – frame	تجميد الصورة على الشاشة
FS	لقطة كاملة
Full – service station	محطة إذاعة غير متخصصة بنوع معين من البرامج. إنها تبث الموسيقى والأخبار والمقابلات وغير ذلك
Graphics	المواد المنظورة المستخدمة في البرامج
Hard news	تقرير الأخبار دون آراء المراسل
Hertz	قياس وحدة التردد وحدة تردد تعادل ذبذبة في الثانية
Home page	الصفحة الأولى في الانترنت التي تقود إلى صفحات أخرى
Hyper text	مادة مرتبطة بمادة أخرى على جهاز الكمبيوتر. المادة الثانية تكون أكثر دلالة وعمقا من المادة الأولى
ID	تشخيص المحطة
Infotainment	عناصر المتعة في الأخبار التي تكسب عددا إضافيا من المشاهدين
Instant	نظام عالمي يربط بين الشبكات الكمبيوتر في العالم
Instant replay	إعادة عرض لقطة معينة وبخاصة في البرامج الرياضية

INT	المنافذ الداخلية
Intro	مقدمة البرنامج أو المسلسل
ITFS	تلفزيون تعليمي يعرض برامجه عن طريق نظام الموجات الصغيرة
ITV	التلفزيون التعليمي البريطاني وهو تلفزيون مستقل وغير تابع إلى هيئة الإذاعة البريطانية B.B.C.
Key	مزج مصدرين مرئيين
Kine	الصور التي كان التلفزيون يعرضها في بداية عهده
LA	البث المباشر
Laser	كلمة مركبة من اوائل حروف كلمات أخرى، تعني أداة تضخيم إشعاع الترددات ضمن منطقة النور المنظور
LCU	لقطة مقربة كبيرة
Lead	استهلال ، مقدمة الخبر
Lead – in	مقدمة / جزء من فيلم يسبق الكلام المنطوق
limbo	ظهور شخص على الشاشة دون أن تكون لتلك اللقطة أية خلفية زمانية أو مكانية
Line – up	ترتيب مواد النشر أو البرامج
link	ربط مواد وثائق مختلفة مع بعضها على جهاز الكمبيوتر
Live-typed taped	التسجيل الحي
LS	لقطة طويلة
Magazine format	قالب المجلة. برنامج إخباري يضم موضوعات مختلفة
Magnetic tape	شريط مغناطيسي يستعمل في التلفزيون لتسجيل وحفظ البرامج

Matte	مزج صورتين في لقطة واحدة
MC	لقطة مقرية متوسطة
Medium	لقطة نصفية من الرأس حتى الصدر
Memory	قابلية الكومبيوتر على تخزين المعلومات
microwave	الموجة المغناطيسية القصيرة جدا التي تبث من خلالها بعض الفترات التي لا تستلمها أجهزة الراديو الاعتيادية
Mini cam	كاميرا سهلة الحمل والتنقل
Mini documentary	برنامج وثائقي قصير
Miniature	صورة مصغرة ذات أبعاد رمزية لمكان معين لا يمكن تقديمه كما هو لكلفته المادية
Mix	مزج الصور أو الأصوات سوية
Modem	ربط عدة أجهزة كومبيوتر عن طريق جهاز الهاتف من أجل التعرف على أخبار المؤتمرات
Montage	مونتاج العمل
MOR	برنامج موسيقي يبت الموسيقى الشعبية والكلاسيكية في آن واحد
MORTISE	فراغ متروك في صورة معينة يمكن أن يملأ بصورة أخرى
MS	لقطة نصفية من الرأس إلى الصدر
MU	موسيقى
Multiplex	مضاعف الإرسال إرسال عدة رسائل في آن واحد على نفس الموجة أو القناة.
NAB	اتحاد الإذاعيين والتلفزيونيين الوطني
Narrow casting	البث الموجة لطبقة معينة من المستمعين
OC, O/C	صوت شخصية لا تظهر على الشاشة

On mic	المتكلم أمام المايكروفون مباشرة
Outline	ملخص البرنامج يتضمن وصفا للشخصيات والحبكة وغير ذلك
Outro	ختام البرنامج أو المسلسل
Outtake	الفقرات التي سجلت أول الأمر لكنها لم تستخدم في البرنامج المعني
Pan	الحركة الاستعراضية للكاميرا
Participating	برنامج تتخلله عدة إعلانات تجارية، تقوم الشركات المعلنه بدفع كلفة ذلك البرنامج.
PB	سحب عدسة الكاميرا أو سحب الكاميرا إلى الخلف
PC	الكومبيوتر الشخصي
People metre	تقييم البرنامج من لدن المشاهدين
pic	الصورة الشخصية المرفقة بالنص
POV	وجهة نظر، ويقصد بها البرامج الوثائقية التي تعرض وجهة نظر معينة
Pre-interview	الانفاق على الأسئلة والأجوبة قبل عرض أو بث البرنامج
Promo	الإعلان التجاري الذي يروج للمحطة
Protagonist	الشخصية الرئيسية في المسرحية التي تدفع مسار الحبكة إلى الأمام
PSA	الإعلان عن خدمات عامة (غير تجاري)
psycho graphics	تحليل معتقدات المشاهدين ومواقفهم وسلوكهم وأذواقهم
PTV	التلفزيون الذي يتقاضى الأجور من المشاهدين
RAM	ذاكرة الكومبيوتر العشوائية
Rating	النسبة المئوية لعدد مشاهدي برنامج تلفزيوني معين
Remote	الإذاعة الحية التي تبث من خارج الاستوديو مباشرة

Responsive	التلفزيون التفاعلي الذي يتفاعل معها الجمهور
Rewrite	المادة كتابة الخبر للمرة الثانية (أو الثالثة) من أجل إضافة المعلومات الجديدة له أو لجعله أكثر متعة بالنسبة للمشاهدين
Routine sheet	ملخص تفصيلي لفقرات البرنامج يتضمن مواد مثل الفكرة والمودين وموقع الأحداث والزمن وغير ذلك.
Rundown sheet	ملخص عام للبرنامج غير ذاكراً للتفاصيل الواردة في الفقرة أعلاه
Scenario	ملخص النص السينمائي
Scroll	دفع شاشة الكومبيوتر إلى الأعلى أو إلى الأسفل
SE	المؤثرات الصوتية
Segue	الانتقال من مصدر صوتي إلى آخر
Service announcement	إعلان يقدم معلومات عامة
SFX	مؤثرات صوتية
Share	النسبة المئوية لمشاهدي برنامج واحد يعرض في وقت معين
Sitcom	كوميديا الموقف الذي تعتبر أساس البرامج التلفزيونية منذ عقد الخمسينات
SL	موقع الاستوديو
Slide	الصورة الشخصية للمشاركة في الحدث التي تعرض على الشاشة
SOF	الصوت المنبعث من الفيلم
Soft news/soft lead	تقرير إخباري يتضمن آراء المراسل الشخصية
Split screen	ظهور صورتين أو أكثر في آن واحد على شاشة التلفزيون
Stock	استخدام التسجيلات القديمة في برنامج جديد
Storyboard	الألواح القصصية مجموعة من الصور يرسمها مختص لتبيان تسلسل العمل وأجوائه

STV	تلفزيون الاشتراك محطة تلفزيونية تعرض البرامج للمشاهدين لقاء أجور
Summary	ملخص أو عرض عام لفكرة ومضمون برنامج معين
Super	وضع صورة فوق أخرى على شاشة التلفزيون
Switching	الانتقال من صوت إلى آخر
Talk	البرنامج الذي يركز على المقابلات والحوار
Tease	الملقدمات والإعلانات التي تستهدف جلب انتباه المشاهدين إلى البرنامج
Teleconference	عقد لقاء تلفزيوني بين عدة شخصيات متواجدين في أماكن مختلفة. يبت هذا اللقاء على الهواء
Tilt	الحركة العمودية للكاميرا
Titles	المعلومات المكتوبة التي تعرض على شاشة التلفزيون
Track	متابعة موضوع معين من خلال الكاميرا ومن خلال زيادة حدة الصوت
Travel shot	الحركة الجانبية لعرية الكاميرا
Treatment	ملخص النص السينمائي (السيناريو).
VC, VCU	نقطة مقربة جدا
VCR	مسجل الفيديو
VDT	شاشة الكومبيوتر
Verification	التثبت من صحة ودقة الخبر
Videodisc	قرص الفيديو (الذي حل محل شريط الفيديو)
VO, V.O	موضوع يرويه شخص بالصوت فقد ولا يظهر على الشاشة كصورة
Wide angle lens	عدسة ذات قابلية كبيرة على احتضان الكثير من المواد المرئية
Windows	النوافذ في جهاز الكومبيوتر

Wipe	المسح: صورة تظهر على الشاشة لتمحو الصور السابقة لتحل محلها
Wire photo	الصور المرسلة من خلال جهاز الهاتف التي تستخدم في نشرات الأخبار التلفزيونية
World Wide Web	شبكات العنكبوت العالمية التي غالبا ما يشار إليها بالحروف (www)
wrap, wrap-up	ختام البرنامج أو المادة التلفزيونية
WS	اللحظة الواسعة
XCU	لقطة مقربة جدا
XLS	لقطة عامة جدا
Zoom in, Zoom out	اقترب أو ابتعاد الكاميرا

Selected Readings

مصادر عن التاريخ والإنتاج والإدارة

History, Policy, Production, Management

- Barnouw, Erik. A History of Broadcasting in the United States. In three volumes: A Tower in Babel (to 1933), The Golden Web (1933-1953), The Image Empire (1953-1970). New York: Oxford University Press, 1966, 1968, 1970.
- Brown, James A. Radio- Television-Cable Management. New York: McGraw-Hill, 3rd edition, 1998.
- Hilliard, Robert L. and Michael C. Keith. The Broadcast Century (A History of American Television and Radio). Boston: Butterworth-Heinemann/Focal Press, 2nd edition, 1997.
- Hilliard, Robert L. and Michael C. Keith. Global Broadcasting Systems. Boston: Butterworth-Heinemann/Focal Press, 1996.
- Hilliard, Robert L. The Federal Communications Commission. Boston: Focal Press, 1991.
- Hilliard, Robert L. Television Stations Operations and Management. Boston: Focal Press, 1989.
- Keith, Michael C. The Radio Station. Boston: Focal Press. 5th Edition, 1999.
- Millerson, Gerald. Technique of Television Production. Boston: Focal Press, 13th Edition, 1999.
- Owen, Bruce M. The Internet Challenge to Television. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1999.
- Pringle, Peter K. Electronic Media Management. Boston: Focal Press, 4th Edition, 1999.

Smith, Anthony, ed. Television: An International History. New York: Oxford University Press, 2nd Edition, 1998.

Zettle, Herbert. Television Production Handbook. Belmont, CA: Wadsworth, 7th Edition, 1999.

الإعلانات التجارية Commercials

Keys, Jessica. Webcasting: How to Broadcast to Your Customers Over the Net. New York: McGraw- Hill, 1997.

Meeske, Milan D. and R.C. Norris. Copywriting for the Electronic Media. Belmont, CA: Wadsworth, 2nd Edition, 1992.

Oriik, Peter B. Broadcast Copywriting. Boston: Allyn & Bacon, 4th Edition, 1990.

Zeff, Robin Lee. Advertising on the Internet. New York: Wiley, 1999.

الاخبار News

Block, Mervin. Writing News for TV and Radio: The Interactive CD a Handbook. Chica Bonus Books, 1998.

Boyd, Andrew. Broadcast Journalism: Techniques of Radio and TV M s. Boston: Focal Pr s , 1997.

Carroll, Victoria. Writing News for Television. Ames: Iowa State University Press, 1997.

Chantler, Paul. Local Radio Journalism. Boston: Focal Press, 1997.

Fang, Irving. Writing Style Differences in Newspaper; Radio, and Television News. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1991.

Fink, Conrad. Introduction to Professional Newswriting. New York: Longman, 1992.

Harper, Christopher. And That's the Way It Will Be: News and Inform ion in a Digital World .New York: New York University Press, 1998.

Johnston, Carla Brooks. Election Coverage: Blueprint for Broadcaster. Boston: Focal Press 991.

Johnston, Carla Brooks. *Winning the Global TV News Game*. Boston: Butterworth-Heinemann/ Focal Press, 1995.

Johnston, Carla Brooks. *Global News Access: The Impact of New Communications Technologies*. West - port, CT: Praeger, 1998.

Yorke, Ivor. *Basic TV Reporting*. Boston: Focal Press, 1997.

الدراما Drama

Armer, Alan A. *Writing the Screenplay: TV and Film*. Belmont, CA: ds worth, 2nd Editi , 1993.

Baker, George P. *Dramatic Technique*. Reprint of 1919 edition. Westport, CT: Greenwood Press.

Blum, Richard A. *Television and Screen Writing: From Concept to Contract*. Boston: Focal Press, 1995.

Cooper, Dona. *Writing Great Screenplays for Film and TV*. New York: Macmillan, 2nd E , 1997.

Marc, David. *Comic Vision: Television Comedy and American Culture*, Malden, MA: Blac , 2nd Edition, 1997.

Nelson, Robin. *TV Drama in Transition: Forms, Values, and Cultural Change*. New York: Martin's, 1997.

Rouverol, Jean. *Writing for Daytime Drama*. Boston: Focal Press, 1992.

Waldron, Vince. *Classic Sitcoms: A Celebration of the Best Prime-Time Comedy*. Los Angeles Silman-James, 2nd Edition, 1997.

البرامج النقاشية Talk Shows

Hilliard, Robert L., and Michael C. Keith. *Waves of Rancor: Tuning in the Radical Right*. Armonk, NY: M. E. Sharpe, 1999 .

Kurtz, Howard. *Hot Ai7*. New York: Basic Books, 1997 .

Shattue, Jane. *The Talking Cure*. New York: Routledge, 1997.

Children's Programs البرامج الأطفال

- American Academy of Political and Social Science. Children and Television. Thousand Oaks, CA: Sage, 1998.
- Gunter, Barrie. Children and Television. New York: Routledge, 1997.
- Pecora, Norma Odom. The Business of Children's Entertainment. New York: Guilford Press, 1998.
- Priddy, Morris. Production and Marketing of a Children's Television Show. Virginia Beach, VA: Regent University, 1998.

الموسيقى ، البرامج الوثائقية ، المقابلات وغيرها

- Music, Documentary, Interviews, Soaps, Corporate, Other.
- Biagi, Shirley. Interviews That Work. Belmont, CA: Wadsworth, 2nd Edition, 1991.
- Donime, Andrew, and Ken C. Pohlmann. Writing for New Media. New York: Wiley, 1998.
- Dizazzo, Raymond. Corporate Scriptwriting; Boston: Focal Press, 1992.
- Hobson, Katherine. Music Industry and the Internet: Usage, Retail & Digital Distribution Projections. New York: Jupiter Communications, 1998
- Internet Underground Music Archive. Music's Online Future. Santa Cruz, CA: IUMA, 1998.
- Kibom, R. W. An Introduction to Television Documentary: Confronting Reality. New York: St. Martin's, 1997.
- Magne, Lawrence. 1997 Passport to Web Radio; Music; Sports, News and Entertainment from the Hometowns of the World. Penn's Ark, PA: IBS North America, 1997 .
- Rosenthal, Alan. Writing Docudrama: Dramatizing Reality for Film and TV. Boston: Focal Press, 1994.
- Writer's Market. Cincinnati: Writer's Digest Books, published annually; includes "Jobs and Opportunities for Writers." .

المترجم في سطور

مؤيد حسن فوزي

- أستاذ الأدب الإنكليزي في قسم اللغة الإنكليزية في كلية الآداب / جامعة بغداد.
- ماجستير في الأدب الإنكليزي من جامعة انديانا / الولايات المتحدة الأمريكية.
- يقوم حالياً بتدريس الأدب الإنكليزي لطلبة الدراسات الأولية والعليا.
- اشرف على العديد من رسائل الماجستير وناقش العديد من رسائل الماجستير والدكتوراه.
- نشر مجموعة من الأبحاث باللغة الإنكليزية.
- شارك في العديد من المؤتمرات العلمية داخل وخارج العراق.
- ترجم الكتب التالية إلى العربية: "الحداثة" (بجزئين)، رواية "الأسياذ"، "طبيعة السيرة"، مسرحية "العبة".
- له العديد من الكتب المترجمة قيد الطبع منها: "من يخشى الموسيقى الكلاسيكية ؟" "التربية والتعليم للقرن الحادي والعشرين".
- ترجم مجموعة كبيرة من الأبحاث إلى اللغة العربية منها: "مكانة الأدب الإنكليزي الحديث"، "الأدب الأوربي في القرون الوسطى"، "جزرة فلاديمير"، "موقوفات لغة المسرح"، "الرواية الأسترالية الحديثة".
- عضو جمعية المترجمين العراقيين.

وفي هذه الطبعة حاولت أن أحافظ على المبادئ الأساسية، واقتراح تطبيقات لكل صيغة سمعية أو مرئية مقدمة في الكتاب - وهذا ما جعل من كتاب: الكتابة للتلفزيون والراديو، المرجع الأساسي الرائد في مجاله منذ نشره لأول مرة عام 1962. ويتمثل الاختلاف الرئيسي في هذه الطبعة في إضافة فصل عن وسائل الإعلام الجديدة - وبشكل خاص، الإنترنت، حيث أخذت كتابة البرامج للإنترنت بالتطور سريعاً، وسيجد العديد من الطلاب الذين يهيئون أنفسهم لمهن الكتابة والإنتاج للتلفزيون والراديو والسينما في وقت ليس بالبعيد جداً أنهم يقومون بهذه الأعمال الكتابية للإنترنت. ومن هنا فقد وضعت أسس وتقنيات كتابة المسرحية وكوميديا الموقف والأخبار وأشكال الكتابة الأخرى لتلائم الإنترنت. ولا يتطرق هذا الكتاب إلى كتابة البرامج الجاهزة للحاسوب والتي تعتبر الآن برامج تقليدية.

يتناول الفصل الثاني "وسائل الإعلام الجديدة" ويبحث في المتطلبات الخاصة بالإنترنت والتي تحتاج لإحداث تكيف في صيغ النصوص الإذاعية والتلفزيونية والسينمائية، وتم حذف بعض المواد التوضيحية والقديمة من هذه النسخة، ولكن لم تحذف أي مادة أساسية لتعلم قواعد الكتابة لوسائل الإعلام. وظلت المادة الخاصة بالكتابة لفئات معينة من الجمهور مثل المادة المخصصة للفئات العرقية أو للنساء أو للأطفال كما هي على أمل أن يكون الطلاب أكثر إدراكاً لتعدد ثقافات المجتمع الذي يعيشون فيه. لقد احتفظت الكتاب بشكله ومحتوياته الثابتة في كل فصل بحيث يمكن للمدرسين تعيين الفصول كواجبات دراسية وفق الترتيب الذي يرونه مناسباً للمنهج الدراسي الخاص بكل منهم. وأود أن أنبه الطلاب إلى مبدأ أساسي بالنسبة لهذا الكتاب وهو أن الخلق والإبداع لا يمكن تعلمهما مثلما أن المهوبة لا تُدرس، بل إن المبادئ الأساسية والتقنيات هي التي تدرس. فإن كنت ستخصص الوقت والطاقة والجهد اللازم لتعلم الطرق الأساسية لكتابة المواد الخاصة بوسائل الإعلام بمختلف صيغها وأشكالها، فسيكون بمقدورك كتابة نص مناسب بل وحتى نص جيد لأي برنامج إذاعي أو تلفزيوني. وإضافة إلى ذلك فإن كنت موهوباً في الكتابة ومصمماً على استخدام هذه المهوبة مع معرفة قواعد وتقنيات الكتابة الأساسية وبذل الجهد اللازم لذلك، فستقدم إسهاماً مهماً لجمهورك وللصناعة الإعلامية، وقد تفوز بجائزة مهنية قيمة على المستوى الوطني أو الدولي.

ولا تنسى وأنت تقوم بكل ذلك أن الإذاعة والتلفزيون - بما تملكه من وسائل الاتصالات الكهربائية والأقمار الصناعية والانترنت - هي من أكثر القوى شاعلية وتأثيراً على عقول ومشاعر بل وحتى على أفعال وسلوكيات البشر. وهذا سيمنحك باعتبارك كاتباً متخصصاً لوسائل الإعلام، سلطة عظيمة، سواء رغبت بذلك أو لم ترغب، ومع السلطة تأتي المسؤولية. ومن خلال السلطة، ستتمكن بشكل أساسي من خدمة مصالح وسائل الإعلام ومصالح الجمهور أفراداً وجماعات، إذ يمكن من خلال تأثير وسائل الإعلام المختلفة خلق عالم أفضل من هذا العالم لكل الناس الذين يعيشون فيه.

WRITING

for Television, Radio, and New Media

وفي هذه الطبعة حاولت أن أحافظ على المبادئ الأساسية، واقتراح تطبيقات لكل نقطة سمعية أو مرئية مقدمة في الكتاب - وهذا ما جعل من كتاب: الكتابة للتلفزيون والراديو المرجع الأساسي الرائد في مجاله منذ نشره لأول مرة عام 1962.

ويتمثل الاختلاف الرئيسي في هذه الطبعة في إضافة فصل عن وسائل الإعلام الجديدة - وبشكل خاص، الإنترنت. حيث أحدثت كتابة البرامج للأنترنت بالتطور سريعاً، وسيجد العديد من الطلاب الذين يهيئون أنفسهم لمهن الكتابة والإنتاج للتلفزيون والراديو والسينما في وقت ليس بالبعيد جداً أنهم يقومون بهذه الأعمال الكتابية للأنترنت. ومن هنا فقد وضعت أسس وتقنيات كتابة المسرحية وكوميديا الموقف والأخبار وأشكال الكتابة الأخرى لتلائم الإنترنت. ولا يتطرق هذا الكتاب إلى كتابة البرامج الجاهزة للحاسوب والتي تعتبر الآن برامج تقليدية.

يتناول الفصل الثاني "وسائل الإعلام الجديدة" ويبحث في المتطلبات الخاصة بالإنترنت والتي تحتاج لإحداث تكيف في صيغ النصوص الإذاعية والتلفزيونية والسينمائية، وتم حذف بعض المواد التوضيحية والقديمة من هذه النسخة. ولكن لم تحذف أي مادة أساسية لتعلم قواعد الكتابة لوسائل الإعلام. وظلت المادة الخاصة بالكتابة لفئات معينة من الجمهور مثل المادة المخصصة للفئات العرقية أو للنساء أو للأطفال كما هي على أمل أن يكون الطلاب أكثر إدراكاً لتعدد ثقافات المجتمع الذي يعيشون فيه. لقد احتفظت الكتاب بشكله ومحتوياته الثابتة في كل فصل بحيث يمكن للمدرسين تعيين الفصول كواجبات دراسية وفق الترتيب الذي يرونه مناسباً للمنهج الدراسي الخاص بكل منهم. وأود أن أنبه الطلاب إلى مبدأ أساسي بالنسبة لهذا الكتاب وهو أن الخلق والإبداع لا يمكن تعلمهما مثلما أن المهوية لا تُدرس، بل إن المبادئ الأساسية والتقنيات هي التي تدرس. فإن كنت ستخصص الوقت والطاقة والجهد اللازم لتعلم الطرق الأساسية لكتابة المواد الخاصة بوسائل الإعلام بمختلف صيغها وأشكالها، فسيكون بمقدورك كتابة نص مناسب بل وحتى نص جيد لأي برنامج إذاعي أو تلفزيوني. وإضافة إلى ذلك فإن كنت موهوباً في الكتابة ومصمماً على استخدام هذه المهوية مع معرفة قواعد وتقنيات الكتابة الأساسية وبذل الجهد اللازم لذلك، فستقدم إسهاماً مهماً لجمهورك وللصناعة الإعلامية. وقد تفوز بحائزة مهنية قيمة على المستوى الوطني أو الدولي.

ولا تنسى وأنت تقوم بكل ذلك أن الإذاعة والتلفزيون - بما تملكه من وسائل الاتصالات كالبثقيات والأفهار الصناعية والآن الإنترنت - هي من أكثر القوى فاعلية وتأثيراً على عقول ومشاعر بل وحتى على أفعال وسلوكيات البشر. وهذا سيمتدح باعتبارك كاتباً متخصصاً لوسائل الإعلام، سلطة عظيمة، سواء رغبت بذلك أو لم ترغب. ومع السلطة تأتي المسؤولية. ومن خلال السلطة، ستتمكن بشكل أساسي من خدمة مصالح وسائل الإعلام ومصالح الجمهور أفراداً وجماعات. إذ يمكن من خلال تأثير وسائل الإعلام المختلفة خلق عالم أفضل من هذا العالم لكل الناس الذين يعيشون فيه.



ISBN 978-6148000-09-6



9 786148 000096