

التخطيط التلفزيوني

وسبل التعامل مع التطورات الفضائية

أ.د. مظفر مندوب

اولاً: التمهيدي:

اصبحت مقولة عالم الاتصال الكندي (مارشال ماكلوهان) (العالم اصبح قرية الكترونية) بمثابة معلومات ارشيفية مقارنة بما حصل من تطور كبير وسريع في عالم الاتصال خلال العقدين الاخرين من القرن العشرين وما سيحصل لاحقا خلال القرن الحادي والشعرين حتى اصبح العالم يطلق عليه في ظل شبكة الاتصال الحديثة فضائيا (شاشة صغيرة) وهذه الحقيقة تؤشر التطور الكبير الذي تم احرازه في هذا الميدان. اما المقولة الاخرى لعالم الاتصال الكندي المذكور (الوسيلة ذاتها الرسالة) فانها ظلت متجددة ومتطورة في معناها وغزاها فكل تطور تقني جديد في وسائل اتصال يعني بالضرورة تطورا اعلاميا في مضمون الرسالة اذا احسن صياغتها وتوظيفها فعندما بدأ البث التلفزيوني الملون اصبحت برامجه اكثر جذبا لمشاهديها واكثر شعبية للوصول الى اهدافها.

خاصة عندما يخطط لها بالصيغ التي تتلاءم والاهداف المرسومة للرسالة التلفزيونية. ويوم بدأ البث الفضائي يغطي مساحات عالمية اوسع وينطلق من محطات تلفزيونية عديدة ومختلفة بدأ المخططون يعيدون النظر بخططهم السابقة في ضوء التطورات الجديدة والسريعة، في عملية البث التلفزيوني فضائيا حتى يستطيعوا مواكبة هذه التطورات التي فرضتها تحديات البث الفضائي الاجنبي على محطات التلفزيون الوطنية المستقلة والمستهلكة للبرامج المترامنة مع هذه التطورات. فقد طرأت تغييرات شاملة على م وادارة تكنولوجيا الاتصال وعلى الاخص في مجال الاعلام المرئي والمسموع خلال عقدي الثمانينات والتسعينيات في كل من اوربا الغربية

والولايات المتحدة الامريكية مما ادى الى احتدام الحوار حول الادوار الجديدة للاعلام سواء في المجال السياسي او الثقافي والاجتماعي^(١).

ولعل اخطر هذه الادوار ما يقوم به الاعلام في تشكيل انماط معينة من السلوك الانساني وتهميش انماط اخرى من خلال لغة اورة ورموزها هذه الادوار الجديدة واهميتها قد ادركتها الحكومات في دول الشمال الصناعية واليكن ان تقوم بها وسائل الاعلام لقياس كفاءة الاداء السياسي والاقتصادي للنظم المعاصرة^(٢).

وهذا بدوره يشكل تحديا اعلاميا لا بد ان تواجهه دول الجنوب المستقبلية والمستهلكة للمعلومات والبرامج بكل ما تملكه من امكانات وخطط طموحة للنهوض بواقعها البرامجي الازاعي والتلفزيوني خاصة بعد اتاحت الدول الغربية المحتكرة لتكنولوجيا المعلومات تتحكم في تصنيعها وقنوات توزيعها ومناطق بثها من خلال الاقمار الصناعية وهذا يشكل بدوره تحديا اعلاميا وتقنيا لا بد من معالجته. وفقا لهذه المعطيات والمتغيرات اصبح موضوع استقبال البث التلفزيوني الاجنبي فضائيا يثير اهتمام الباحثين الاعلاميين والخبراء والمشرفين على محطات التلفزيون وخاصة خلال العقد الاخير من القرن العشرين الذي تضاعف فيه عدد القنوات الفضائية الوافدة بشكل سريع امتد الى مساحات تجاوزت الحدود حتى وصل بثها اليومي الى (٢٤ ساعة) تقدم خلالها نماذج مختلفة من البرامج ما بين الترفيهية والتنقيفية والاعلامية والقضية الاخرى التي اثارته اهتمام المختصين والمخططين في ميدان البث التلفزيوني في البلدان المستقبلية للبث الفضائي هي الكيفية التي يتم فيها التعامل مع البرامج الوافدة الخاصة تلك البرامج التي تنتجها شركات تجارية والتي تعتمد على حصيله بيع الاعلانات من سلع متداولة في الغرب وتعتمد برامجها غالبا على ما تنتجه الهيئات الرسمية او الغير رسمية او شركات الانتاج التلفزيوني الخاص والتي غالبا ما يطغى على انتاجها افلام وبرامج العنف والجنس الرخيص اضافة الى الاعلان عن بضائع غير متداولة او مرغوب في تداولها في المناطق العربية^(٣).

لكن المشكلة القائمة حاليا والتي يمكن ان تزداد تفاقمها لاحقا عندما يصبح البث البرامجي الفضائي مباشرا ومتاحا امام الجميع وليس حكرا على البلدان المتطورة فقط.

والتطورات التقنية الفضائية في الغرب سريعة وهائلة والتطور الذي انجز بهذا الشأن تزويد القمر الصناعي بمعامل نووية صغيرة تزود القمر الصناعي بطاقة كهربائية هائلة ومستمرة توصل الاشارة المنطلقة من القمر الى المنازل وتحقق البث المباشر على شاشات التلفزيون للمشاهدين دون الحاجة الى المرور بالمحطات الارضية التي يمكن عن طريقها التحكم في الارسال والاستقبال والسيطرة على البرامج التي يراد عرضها على الناس^(٤).

فالتطور التكنولوجي في مجال الارسال والاستقبال الفضائي يتجه الى زيادة قوة جهاز بث الاقمار وبالتالي تصغير حجم معدات الاستقبال العادي نفسها فيتساوى عندئذ الراديو والتلفزيون ويقتضي الحاجة الى فرض اي قيود^(٥)، على عملية البث البرامجي التلفزيوني من خلال الاقمار الصناعية وهنا يبرز دور المخططين للنهوض بهذه العملية في الاتجاه الايجابي فقد اصبحت برامج التلفزيوني بانواعها المختلفة تشكل التحدي الحقيقي الذي يواجه التلفزيون في عصر البث الفضائي والمعلومات لانها تمثل عنصر الجذب الاول للمشاهد وهي المجال الطبيعي والخصب والذي تلتقي من خلاله المحطة التلفزيونية مع جمهورها ومع رغباتهم واحتياجاتهم. فالتلفزيون يعتبر احدى وسائل النظام الاعلامي وهو عامل تأثير في المجتمع^(٦).

وخاصة في ضل البث الفضائي الوافد الامر الذي اصبح يشكل تحديا للقيم السائدة في المجتمعات النامية بضمنها الاقطار العربية.

وفي العراق الذي يعتبر التلفزيون فيه محور بحثنا فانه اقدم المحطات التي انطلقت في الوطن العربي في الثاني من مايس عام ١٩٥٦م^(٧).

لكن تلك الانطلاقه التي مضى عليها اكثر من ٤٨ عام بحاجة الى المزيد من الخطوات الطموحة لمواجهة التطورات التقنية والاعلامية في عصرنا الراهن بالرغم التحول الايجابي الذي شهده تلفزيون العراق منذ عقد السبعينات عندما دشنت بدايته باصدار قانون المؤسسة

العامة للاذاعة والتلفزيون بهدف تطوير العمل داخل المؤسسة تقنيا وبشريا وتم اقرار هذا القانون في ١٩٧٠/١/١^(٨).

الذي وضع هيكلية جديدة لاقسام الاذاعة والتلفزيون واخضاعها لخطة مركزية طموحة نشير الى ابرز محاورها لاحقا. وشهد عام ١٩٧٦ انطلاق البث الملون وارتباط تلفزيون العراق بالمحطة الارضية في الدجيل بالاقمار الصناعية وينتظر ان يشهد العمل في دائرة الاذاعة والتلفزيون خلال القرن الحالي المزيد من التحول والتطوير تقنيا واعلاميا في الساحة الاتصالية عربية ودولية فيها متغيرات كبيرة وسريعة في عمليات البث التلفزيوني من خلال الاقمار الصناعية .

ويرتكز التلفزيون في العراق بتحقيق اهداف رسالته الاعلامية على العديد من المنطلقات والافكار التي تضمنتها خطته للتعامل مع المتغيرات المتلاحقة من خلال البث الفضائي اقليميا ودوليا ونركز على استخدام مصطلح التعامل وليس المواجهة لان الاخير اصعب الى التحقيق نتيجة الهوى الساحقه في القدرات التكنولوجية والاتصالية بين البلدان المتطورة والنامية بما فيها العراق خاصة بعد تعرضه للظروف الاستثنائية بسبب الحرب.

وفقا لتلك المتغيرات والتطورات والملاحظات يمكن صياغة المشكلة الاساسية التي يرتكز عليها بحثنا وتنطلق من العبارة الاتية (واقع التخطيط التلفزيوني في العراق وما يؤديه من مهام باتجاه صياغة او قيام استراتيجية برامجية جديدة للتعامل مع التطورات الفضائية الاجنبية) وانطلاقا من هذا المفهوم يمكن صياغة تساؤلات المشكلة وفقا للسياق الاتي:

١. ماهية التخطيط من وجهة نظر عامة والتخطيط الاعلامي بصورة محددة ؟
٢. من المستلزمات الكفيلة لصياغة وتحديد مفهوم التخطيط التلفزيوني يتوافق مع التطورات الفضائية من وجهة نظر عامة في العراق على وجه التحديد من خلال الكشف عن عناصره واهدافه وخصائص خطته المركزية؟

٣. ما المؤشرات او السبل الكفيلة باتجاه التوصل الى صياغة مقترحات وافكار تشكل منطلقا في اقامة استراتيجية برامجية تلفزيونية في العراق للتعامل مع التطورات الفضائية الاجنبية.

ثانيا: التخطيط التلفزيوني

المفهوم - العناصر - الاهداف

قبل تسليط الضوء على تفاصيل المحور الرئيسي للبحث (التخطيط التلفزيوني وامكانية قيام استراتيجية برامجية للنهوض بواقع البث البراميجي للتعامل مع التطورات الفضائية الاجنبية) تقتضي الضرورة العلمية والاعلامية للاشارة لثلاث نقاط اساسية ليتحتم على المخططين التلفزيونيين ان يولوها اهتمامهم وهي :

١. تطوير وتحديث الاجهزة والمعدات.

٢. تدريب الكوادر الاعلامية في مختلف الاختصاصات

٣. قياس ردود افعال المشاهدين اتجاه واقع الارسال البراميجي الوطني والاجنبي الذي يتعرضون اليه.

وقدر ما يتعلق الامر بالنقاط المشار اليها لابد من التاكيد على ان استراتيجية عمل كل وسيلة الاعلامية تفرض عليها المبادرة لمواكبة اخر التطورات في ميدان التكنولوجيا الحديثة وتسعى الى ادخالها والاستفادة منها وفقا لامكانيات المتاحة والتي يمكن ان تتاح لاحقا.

اما بالنسبة لتدريب الكوادر الاعلامية فانه يشكل اهمية علمية تهدف الى رفع الكفاءة للعناصر البشرية التي تتولى تشغيل وصيانة الاجهزة والمعدات المستخدمة في ميدان اعلام المرئي من خلال صقل قدراتهم وتنمية مهاراتهم وتزويدهم بالمعلومات لكونها من الاساسية المطلوبة من

العمل التخطيطي باعتبار ان الانسان صاحب الرسالة الاعلامية هو الاداة الحقيقية للوصول لهذه الرسالة الى جمهورها المستهدف^(١).

والنقطة الثالثة تشكل محورا مهما في خطة العمل التلفزيوني في ضل التدفق البرامجي الفضائي فعلية التواصل بين الوسيلة وجمهورها ضرورة تحتمها التطورات التقنية المستمرة في الساحة الاتصالية المرئية لان من خلالها يمكن قياس نوع ردود الافعال اتجاه الرسالة التلفزيونية وما يطرأ عليها من متغيرات في المواقف سلبا وايجابا وهذا الجانب يحفز المخططين ان يولوه اهتمامهم ومتابعتهم في عالم اتصالي اصبحت فيه مقاييس التوجيه الاعلامي التلفزيوني من خلال الفضاء لاتتسم بالثبات والاستقرار انما تحيط بها التحولات والمفاجئات المتجددة والمتطورة وهذا يعني بالضرورة ان تكون هناك خطة استراتيجية تعبر عن شخصية المحطات التلفزيونية الوطنية واخرى طارئة للتكيف مع الواقع المتجدد والمتغير في ميدان الاتصال الفضائي .

هذه المتطلبات وغيرها تعد مدخلا مهما لتحديد مفهوم التخطيط التلفزيوني اكثر توافقا مع المتغيرات السريعة والهائلة في ميدان الاتصال الفضائي المرئي اضافة الى تسليط الضوء على واقع التخطيط التلفزيوني في العراق عناصر واهدافا لكونه يمهد الطريق الى اقتراح الاستراتيجية الطموحة باتجاه التعامل التطورات الفضائية.

المفهوم :

بدأ من الاشارة الى عدد من الافكار والمعلومات التي تشكل منطلقا وركيزة لمفهوم التخطيط التلفزيوني وعناصره واهدافه او المجالات التي يمكن ان يغطيها ويتفاعل معها بصيغ اكثر مرونة وجدوى وهذا بدوره يعتمد في تنفيذه على واقع العقلية التخطيطية التي تقود تلك العملية في مراحلها المختلفة وما متوفر امامها من مستلزمات وظروف موضوعية تستجيب لمطالبها ومقترحاتها المفيدة والهادفة بهذا الشأن ويمكن القول هنا ان لكل مرحلة من مراحل التطور والتغيير سماتها ، وان تحديد هذا السمات يرتكز على الواقع التخطيطي الذي تتميز فيه كل

مرحلة. ومع تزايد الاهتمام في التلفزيون كوسيلة اتصالية برزت أهمية التخطيط الذي يتطلب استقراراً للماضي وتفاعلاً مع الحاضر وفهماً ووعياً بالمستقبل وما يحمله من تحولات وتطورات وهذا يعني بالضرورة أن المفتاح لفهم خلفية العملية التخطيطية في جميع مجالاتها يوجب فهم تاريخها ومراحل تطورها^(١٠).

انطلاقاً من كون النشاط الإعلامي في أي مجتمع له عمقه التاريخي والمرحلة المتصلة والمتطورة وعلاقته المتفاعلة بمجمل النشاطات الأخرى في المجتمع. وفي الوقت نفسه تمثل أداة أو وسيلة يستخدمها المجتمع استخداماً فعالاً في خدمة أهدافه الوطنية داخلياً وخارجياً جنباً إلى جنب الجهود السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعلمية المختلفة^(١١).

ويتوقف هذا الاستخدام الأمثل للإعلام في أي مجتمع على قدرة المخططين الإعلاميين على تقويم الأهمية النسبية للإعلام وإدراك أبعاد الدور الذي يقوم به المجتمع وتكامله مع النشاطات الأخرى اقتصادياً وسياسياً وثقافياً وتربوياً وحضارياً^(١٢).

والقضية التي ما تزال بحاجة إلى متابعة متواصلة وفهم متعمق لمجاراتها هي المتغيرات السريعة والهائلة في صناعة الإعلام المرئي فالعالم أصبح مهيمناً عليه فضائياً، فاقمار الاتصالات تضاعفت أعدادها واتسعت مساحات انتشارها وطال أمد عمرها من خلال تطور تقنياتها وزيادة قوتها الشعاعية في نقل المعلومات وتغطية الأحداث في ظل البث الفضائي المباشر الذي الغى دور المحطات الأرضية الوسيطة ووضع العالم أمام اعتبار مرحلة جديدة من الاتصال التلفزيوني .

وهذا ما حفز المخططين إلى بذل الجهود الحثيثة لمواكبة هذه الظاهرة الاتصالية المتطورة والتي ينتظر أن تشهد المزيد من التحولات في هذا الاتجاه.

ومن أجل أن نؤشر سمات التخطيط التلفزيوني التي تتوافق مع المتغيرات المحيطة به والتحديات التي تواجهها فضائياً نستطلع بدلاً واقع مفهوم التخطيط من وجهة نظر عامة والتخطيط الإعلامي بصورة محددة تمهيداً لما يمكن صياغته لمفهوم للتخطيط التلفزيوني يكون

اكثر تفاعلا مع واقع الاتصال المرئي وما يحيط به من تحديات فضائية اصبحت تفلق وتربك واقع الخطط المرسومة في محطات التلفزيون الوطنية في بلدان عديدة ما تزال امكاناتها الاقتصادية والاعلامية لا تضاهي او تواكب ما يجري من حولها من تطورات تقنية في بلدان محددة العدد لكنها كبرية الامكانات والطاقات في هذا الميدان والتي تشكل مصدرا وممولا لتلك التحديات .

ووفقا لما حددناه ووضحناه من ملاحظات تمهيدية بخصوص مفهوم التخطيط يمكننا القول ان التخطيط بمعناه العام يعني (تعبئة وتنسيق توجيه الموارد والطاقات والقوى البشرية والمعنوية والمادية والسياسية والادارية المتاحة حاضرا او مستقبلا لتحقيق اهداف اقتصادية واجتماعية متفق عليها بحيث تكون مترابطة ومحددة ومرسومة في اطار سياسي يؤمن المجتمع وتنجز الاهداف المرسومة له في فترة او سلسلة فترات زمنية محددة على ان يكون في اقصر وقت واقل تكاليف ممكنة مع حسن الاداء) (١٣).

وهذا يعني توظيف واستغلال كل الطاقات والامكانات البشرية والمادية المتاحة او التي يمكن نتاج باتجاه اهداف الخطة مع الاستخدام الامثل لهذه الطاقات والامكانات وتشير هذه الحقائق الى ان من بين الخطوات الاساسية لتخطيط من وجهة نظر عامة رسم سياسية عامة ومستمرة لتحقيق غايات معينة في مدة محددة وباقل تكلفة وبجهود ممكنة (١٤).

ووفق لذلك التصور فان التخطيط ياخذ اتجاهاين :

الاول: هيكلية: - وهي مجموعة الاقرارات والاجراءات التي تستهدف تغيير الهيكلين الاجتماعي والاقتصادي لمجتمع معين اي استئصال الجذور القديمة لمجتمع ما واقامة مجتمع جديد مكانه.

الثاني: وظيفي:- وهو التخطيط الذي يقوم ضمن نطاق الاطار القائم مكتفيا باحداث التغيير في الوظائف التي يؤديها هذه النظام الذي تجري عملياته التنفيذية ببطء.

اما الخطة: فهي تعني الوليد الذي تتجسد فيه عملية التخطيط وهي الاطار الذي يشمل تحديدا عدديا للاهداف المرجوة وزمن بلوغها وكيفية تحقيقها وهي اذ تتناول الاوضاع الاقتصادية فانها تعنى بالمسائل الاجتماعية وما له صلة بها والتي يدخل الاعلام في اطارها ايضا.

والملاحظ ان الافكار التخطيطية المشار اليها تدعونا الى القول ان التخطيط الاعلامي- احد الاجراءات المكتملة لعملية التخطيط الشاملة في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والعسكرية وغيرها كما ان يشكل الركيزة الاساسية لوضع مجمل الخطط الفرعية للمؤسسات الاعلامية في مجال تخصصها (١٥).

وانطلاقا من اهمية ودقة الدور في عملية التخطيط الاعلامي فان تحقيق الاهداف المخطط لها مركزيا يتطلب من ضمن ما يتطلبه اقناع المخططين في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدور الخبير الذي يمكن ان تلعبه وسائل الاتصال الاعلامي والثقافي في تحقيق الاهداف التي يراد تحقيقها في خططهم (١٦).

وما يتعلق بالتلفزيون فان اي تخطيط حديث للوضائف الاستراتيجية التي يتولى التلفزيون انجازها ضمن المراحل المرسومة لها وهي الاعلام والتنقيف والترفيه والتعليم وغيرها والتي لا تنتهي في اطار زمني محدد انما تتجدد وتتطور باستمرار وفقا لواقع ومتطلبات العمل البرامجي في التلفزيون والتطورات التقنية والاعلامية التي يتعامل معها في عصر المعلومات والسماوات المفتوحة يتطلب دوما تشخيص الاحتياجات والمستلزمات الاساسية التي تساهم في توفير الوقت والجهد والمال في عمليات التنفيذ وجمع المعلومات وتحليلها وتبادلها (١٧)، بهدف رسم الخريطة البرامجية بما يغطي تلك الاهداف ويسهل عملية انجاز الاشواط المرسومة لها خاصة بعد ان شهد العقد الاخير من القرن العشرين تطورا هائلا في استخدامات الاعلام المرئي في مجالات المختلفة فضلا عن انتشار استخدام اجهزة الاستقبال على نطاق واسع في العالم فان امكاناته التقنية هي الاخرى وصلت الى مراحل متطورة واتسمت بالتحول السريع في استخدام الاقمار الصناعية في عالم الاتصالات الحديثة وهذا ما ساهم بدوره بحصول ثورة

هائلة في ضخ المعلومات واستقبالها بذلك دخلت الاهداف استراتيجية للتقزيون مرحلة جديدة ومتطورة باتجاه نشرها في صفوف الجماهير وتحقيق الاستجابة المنتظرة منها وهذا لا يتوقف فقط على التطور الساحق في استخدام تقنيات التلفزيون حسب انه ليس بالتكنولوجيا وحدها يتقدم الانسان وان الامر معقود اولا واخيرا على ارادة التقدم والقدرة على تحديد الاهداف المرحلية تحديدا دقيقا في ضوء حاجات المجتمع الحقيقية وليس المظهرية وفي ضوء امكاناته وتعبئة الوسائل المادية والتكنولوجية والبشرية وغيرها ورسم خطط التنفيذ والالتزام بادائه مع اتخاذ تدابير متابعة والتقوم في كل مرحلة من مراحل التنفيذ^(١٨).

وعندما نريد ان نعطي تقويما لما استعرضناه من افكار ومعلومات ومستلزمات ومستجدات تقنية وفكرية في العمل التخطيطي عامة والاعلامي خاصة نجد ان التخطيط التلفزيوني لايمكن ان تحدد له وصفة جاهزة وثابتة ومطلقة في ظل الواقع يتسم بالتغيير والتطور الا ان عنصر الثبات يكمن في نوعية الوظائف لهذه الوسيلة وهذه الوظائف هي الاخرى بحاجة الى التطوير والتجديد في استخدامها . وهذا يشير الى ان التخطيط التلفزيوني في ظل واقع التطورات الفضائية الراهنة او اللاحقة بحاجة الى متابعة مستمرة ورصد واع لمستحدثات التقنية المتزامنة مع هذه التطورات وتحديد المستلزمات المتوافقة معها فمستلزمات التخطيط في مرحلة ماضية ليس ذاتها تفصيلا في مرحلة لاحقة ويجب ان تتميز بالموازنة والادراك الواعي والعلمي لما يجري في التركيبة الداخلية والخارجية لهيكلية الواقع البرامج التلفزيوني المطلوب تغييرها او تطويره وهذا يتطلب بالضرورة دعم المسؤولين عن التخطيط بمجمل الخدمات التلفزيونية للنهوض بمستواها شكلا ونوعا وكما باتجاه تحقيق اهدافها من خلال تطوير اساليب العمل ضمن المراحل المرسومة لها ، وبالنسبة لصيغ التعامل مع التطورات الفضائية فاننا بحاجة الى تحديد واضح لنوعية الاهداف المطلوبة انجازها مع وضع الاطار الزمني للتحرك بشأنها فضلا عن توفر المعلومات الدقيقة والخاصة بالموارد البشرية والمادية المتاحة سواء كانت في شكل اموال ومعدات او اجهزة فنية عند بدأ اعداد الخطة او تلك التي تتاح حتما خلال فترة التنفيذ على انه ينبغي في ظل هذه المرحلة الجديدة مراعاة مجموعة اخرى من

الاعتبارات في وضع الخطة التلفزيونية اهمها ضرورة توافق اكبر قدر من المرونة في الخطة وتقضي الضرورة ايضا وضع خطة بديلة تكون جاهزة للتنفيذ في الظروف الطارئة مع الاخذ في الاعتبار مشاركة مجموعة كبيرة من العاملين في وضع الخطة الجديدة . وتاتي بعد ذلك الخطوات المطلوبة لمتابعة تنفيذ الخطة بكل بنودها لضمان حسن التنفيذ واكتشاف المعوقات وازالتها وقياس الاثار الناتجة عن التنفيذ لمعرفة مدى مطابقة الخطة لتصورات واضعيها والمطلوب ايضا في اطار عملية التخطيط التلفزيوني توخي الدقة في العمل البرامجي ليوصل التلفزيون تجسيد المصدقية في استقطابه لاهتمام المشاهدين ويضاف الى ذلك اعتماد اسلوب استطلاع الرأي للمشاهدين في اي عمل تخطيطي لمعرفة اتجاهات المشاهدين وما يريدونه وما يرفضونه^(١٩).

حتى يتسنى للمخططين صياغة خططهم البرمجية بالمستوى الذي يحقق الاستجابة المتوخاة منها.

ب- العناصر

كانت قد وضعت صيغ محددة للتخطيط البرامجي في العراق تنطلق من الخطة المركزية لدائرة الاذاعة والتلفزيون وتضمنت هذه الخطة العديد من العناصر التي لها علاقة بتنفيذ خطتها الاعلامية وهذه العناصر لا تتعارض في اطارها مع اية عناصر تتضمنها اية خطة اخرى^(٢٠). وهي:

١. تحديد الاهداف التي يراد تحقيقها خلال سنوات الخطة.
٢. حصر الامكانيات البشرية والمادية والفنية المتاحة لاستخدامها في تحقيق تلك الاهداف وتطوير هذه الامكانيات خلال سنوات الخطة.

٣. وضع برنامج عمل لكل سنة من سنوات الخطة مع الاخذ بالاعتبار الامكانيات المتاحة خلال هذه السنة .

٤. وضع خطة تنفيذية مرحلية في اطار الخطة العامة لتحقيق الاهداف العامة يدخل من بينها الدورات البرمجية الاذاعية والتلفزيونية.

٥. وضع نظام للمتابعة والتقويم لمعرفة مدى نجاح الخطة التنفيذية في تحقيق الاهداف العامة .

٦. ان تحقيق اهداف التخطيط يتطلب اولا تحديد الوسائل المستخدمة على هذا الطريق مع اعتماد اسلوب الاستخدام الامثل في الامكانيات من الناحية الاقتصادية.

٧. استخدام صيغ المشاركة الجماعية من خلال الاخذ باقتراحات وملاحظات عدد اكبر من العاملين واخضاعها للمناقشة والمراجعة حتى اكتمال صيغتها النهائية^(٣١).

٨. ان يكون هناك الى جانب الخطة العامة خطط فرعية تتناول تفاصيل العمل في القطاعات المختلفة بما يساهم في وجود نوع من المرونة في عملية تحقيق الاهداف التي تضمنتها الخطة المركزية اضافة الى اعتماد مبدأ المتابعة للتأكد من تنفيذها للتعرف على مدى انسجامها مع الاهداف المطلوب تحقيقها .

وهذا يشير على ان عملية المتابعة مهمة لا يتمكن العاملون في التلفزيون وحدهم بالقيام بها وذلك فان الموجهين في مجال التربية يمكن ان يساهمو في هذه العملية^(٣٢).

وعندما نستطلع هذه العناصر نخرج بمحصلة انها مستوحاة من المفاهيم والافكار التي حددت للتخطيط بمعناه العام والمتخصص لكنها وظفت هنا في اطار يتلائم مع ضرورات العمل وهيكلته في دائرة الاذاعة والتلفزيون والتي حصلت فيها العديد من المتغيرات منذ اقرار خطتها الاعلامية الخمسية عام ١٩٧٠ .

ج- الاهداف:

حددت اللجنة العليا للتخطيط البرامج الاذاعية والتلفزيونية في العراق مجموعة من الاهداف التي يجب تحقيقها خلال المرحلة المقبلة وقد وضعت اللجنة قبل طرح اهدافها الملاحظات الاتية^(٣٣):

١. ان الالتزام بخطة طويلة الامد لا يعني الجمود وعدم المرونة في مواجهة الظروف الطارئة التي ربما تؤدي الى تعديل بعض الخطط التنفيذية خلال فترات زمنية محدودة. (حددت فترة خمس سنوات لتحديد اهداف التخطيط من تاريخ تحديد هذه الاهداف عام ١٩٧٠ ولغاية عام ١٩٧٦) وتجدد نفسها من الاخذ بنظر الاعتبار ظروف التطبيق ومتطلبات كل مرحلة .
٢. الخطة طويلة الامد لا تلغي الخطط المرحلة او القصيرة التي توضع لفترة ثلاث اشهر فكلاهما يكمل الاخر .
٣. العاملون في الاذاعة والتلفزيون سواء في البرامج او الشؤون الفنية او الادارية او المالية او خدمات التدريب والبحوث والمتابعة على اختلاف مستوياتهم الوظيفية مطالبون بالمشاركة في مناقشة هذه الخطة ومتابعة تنفيذها لضمان تحقيق الاهداف العامة .

اما الاهداف العامة التي حددها اللجنة المذكورة واوصت بتحقيقها خلال خمس سنوات من تاريخ اعلان الخطة فانها تناولت جوانب عديدة في المجالات السياسية والصناعية والثقافية والتعليمية وخدمات عامة وتجارية كما حددت باب خاصا للاطفال والمرأة والشباب . وتنفيذ الاهداف المشار اليها يتم مرحليا من خلال الخطط البرمجية القصيرة والمتوسطة او الطويلة الامد والتي تنفيذ من خلال عملية البث البرامجي في تلفزيون العراق .

والخطط القصيرة لا يتجاوز اطارها الزمني ثلاثة اشهر و المتوسطة من ستة اشهر الى عام كامل والطويلة من ثلاثة سنوات الى خمس ، للأطر الزمنية لهذه الخطط، فالمخططون

يختلفون احيانا في تصميم خططهم البرمجية في ضوء الاهداف المرسومة لهذه الخطط والسياسة التي تنطلق منها والامكانات المادية والبشرية المتاحة لتحقيق هذه الاهداف.

اما الصيغ التنفيذية للخطة العامة للاذاعة والتلفزيون في العراق فان خطوطها العامة قد تضمن العديد من التعليمات الموجهة الى لجان تخطيط البرامج يتم بموجبها وضع الخطط التنفيذية لتحقيق الاهداف التي سبق ذكرها وقد ت هذه التعليمات على ما يأتي:

١. ان يجتمع المدراء بلجنة تخطيط البرامج التابعة لمديريتهم لمناقشة سبل تنفيذ الاهداف المرسومة للبرامج المنوطة باقسامهم وتحويل هذه الاهداف الى خطط برمجية لمدة اثني عشر شهرا على ان تتبعها لاحقا الخطط التنفيذية للاعوام المقبلة ويحدد المدير مهام كل رئيس قسم بهذا الشأن.

٢. ان يجتمع رؤساء الاقسام البرمجية دوريا بالعاملين معهم من الكتاب والفنانين

٣. ترفع الخطط التنفيذية للاقسام الى لجنة البرامج المشار اليها في الفقرة الاولى لمناقشتها واحالتها بعد ذلك الى اللجنة العليا للتخطيط ولا يبدأ التنفيذ الا بعد اقرارها.

٤. تشير التعليمات المذكورة الى ان المطلوب من كل ذلك هو تحديد البرامج التي يمكن للاقسام المختلفة تنفيذها خلال السنة الاولى للخطة وتحقيق جانب او اكثر من اهدافها الى جانب البرامج المعتادة التي تلتزم الاقسام المختلفة بتنفيذها خلال الدورات الاذاعية والتلفزيونية الدورية.

ومن خلال الملاحظات المشار اليها لا بد من مراعاة الاعتبارات الاتية عند وضع البرامج التنفيذية للخطة^(٢٤).

١. ان يكون كل قطاع من قطاعات البرامج مشرفا على تنفيذ الاهداف المتصلة باختصاصه فقط فالخدمة الاذاعية والتلفزيونية خدمة متكاملة كل قطاع منها مكمل الاخر .

٢. التزام بعض البرامج في تنفيذ اهداف الخطة بطريقة مباشرة وغير مباشرة لا ينفي وجود برامج اخرى لا تتصل بهذه الاهداف وتقدم خططا لاغراض الترفيه العام كالاغاني العاطفية او الادراما الانسانية والحلقات والمسلسلات الاجنبية .

٣. يراعي بوضع الخطط التنفيذية الامكانات البشرية والمادية والفنية المتاحة لتنفيذ اذ ان المخططين في كل قسم ومديرية سيكونون مسؤولين عن تنفيذ ما اقترحوا من برامج بعد اقرارها.

٤. استخدام الاساليب الفنية الازداعية والتقليدية المناسبة التي تساهم في تحقيق اهداف الخطة فيكون مثل استغلال البرامج الترفيهية بشكل غير مباشر في تحقيق الاهداف شأنها شأن البرامج المباشرة بل ربما كان الاسلوب الغير مباشر في كثير من الاحيان اكثر تاثير واقناعا.

٥. الاهتمام بالمستوى الانتاج الفني للبرامج والحرص على رفع المستوى الفني للعاملين في كل قسم .

٦. ان تتم الاستعانة بالخطط التي اقترتها الوزارات او القطاعات الدولة او القطاعات الشعبية للمرحلة المقبلة حتى تخرج البرامج الاعلامية متناسقا مع خطط القطاعات الاخرى المعنية كبرامج الخدمات والشباب والمرأة والعمال والفلاحين والاطفال ... الخ.

ونخرج مما تقدم ان العملية التخطيطية في التلفزيون سلسلة مترابطة من الافكار والمستلزمات والجهود والامكانات والعناصر والاهداف والاجراءات التي تعتمد صيغ التنظيم والموازنة في عملية المتابعة والتنفيذ كما تم اقراره في خطة عامة او خطط فرعية متصلة بها ويبقى للعنصر البشري الدور الفعال في هذه العملية عندما تتاح امامه فرص التطوير والتحفيز لتوظيف امكاناته وزج كل طاقاته وابداعاته التخصيصية في العمل الى جانب توفير المستلزمات الاساسية التي يتطلبها العمل التخطيطي في التلفزيون.

فالوقت قد حان في ظل التطورات التقنية والاعلامية الراهنة او اللاحقة ان يعاد النظر في صياغة برنامج تخطيطي جديد للتلفزيون في العراق لا يواكب فقط انجاز خطط برامجية اعتيادية وتعبوية وانما صياغة مشروع يواكب كل جديد ومتغير في الاعلام المسموع والمرأى فضائيا ويعطي للانتاج الوطني التلفزيوني ثقله المؤثر في الوسط الجماهيري المستهدف ودوره المتميز في التعامل مع التطورات البرامجية من خلال البث الفضائي وهذا الهدف يدخل في اطار الخطوة اللاحقة للبحث باتجاه صياغة عدد من المقترحات التي يمكن اعتبارها محاولة لقيام استراتيجية برامجية طموحة للتلفزيون في العراق كخطوة فاعلة للتعامل مع تطورات البث الفضائي .

ثالثا: التخطيط التلفزيوني في العراق وسبل التعامل مع التطورات الفضائية:

نشير بدأ الى ان المسؤولية في تنفيذ اهداف الرسالة الاعلامية في التلفزيون والتي تعد ركيزة ومنطلقا لاقتراح استراتيجية اكثر فاعلية وجدوى لبرامج التلفزيون في العراق تقع على الكوادر التي تتولى عملية الاشراف والتخطيط والمتابعة والتنفيذ في دائرة التلفزيون والاذاعة وتقتضي الضرورة قبل الاشارة الى التفاصيل اللاحقة التي لها علاقة بهذه العملية توضيح انه هناك جانبيا اساسين لهما اهميتهما في اطار الاهداف المرسومة للرسالة الاعلامية من خلال التلفزيون هما (٣٥):

أ. المضمون الذي تستخدمه الوسيلة الاعلامية

ب. الاثر الذي تخلفه الوسيلة الاعلامية

فالمضمون يتصل بمدى قدرة وسيلة الاتصال في ترجمة اهدافها المحددة في مجالات الاعلام والترفيه والتثقيف والتعليم والتي تنفذ من خلال الاهداف المركزية المحددة امام الوسيلة

الاتصالية والتي لا تنتهي في اطار زمني محدد انما تجدد وتتطور سبل ايصالها الى الجمهور المستهدف منها .

اما الاثر فهو واقع رد الفعل المتحقق من المضمون الذي تركز عليه وسيلة الاتصال الى جانب خصائص هذه الوسيلة ومدى مواكبتها تطورات التكنولوجيا في عالم الاتصالات الحديثة التي اصبحت تحدياتها الفضائية تخلخل العمل البرامجي لمحطات التلفزيون المستقبلية في البلدان المتواضعة الامكانيات في هذا الميدان الامر الذي ضاعف من مسؤوليات المخططين لبرامج التلفزيون ، فالتحولات الكبيرة والسريعة في هذا الميدان ودخولنا ما يطلق عليه بالعصر الفضائي الجديد يدعونا الى اعادة صياغة الخطط التلفزيونية السابقة بما في ذلك شكل ومضمون البرامج وحتى واقع العمل التلفزيوني برمته من ناحية هياكله وكادره وتخصصاته المختلفة وفترات بثه ومناطق تغطيته وردود الافعال على برامجها فالمعروف ان البرامج التي تطلقها القنوات الفضائية الاجنبية تختلف في كثير من ملامحها واسلوب تقديمها والاهداف المرسومة لها عن البرامج الاعتيادية التي تقدم من خلال محطات التلفزيون الوطنية فلجمهور المستهدف منها اكثر حجما ومساحات البث اكثر اتساعا هذا الواقع الجديد يحفزنا حتما الى التفكير جديا في تطوير واقع البث البرامجي للتلفزيون في العراق من خلال اقرار وتبني استراتيجية برامجية تواكب المتغيرات الجديدة فضائيا وتعمل على ادخال الرسائل الهادفة الى التغيير والتطوير في البرامج الاذاعية والتلفزيونية التي تجتذب المستمعين والمشاهدين من اجل تحقيق الرسالة الاعلامية الاهداف المرسومة لها وفق المراحل الزمنية المحددة امامها^(٣).

حتى ان رؤية المخططين والباحثين الاعلاميين بدأت تتغير وتتضح لها معالم جديدة في ظل المتغيرات السريعة في عالم الاتصالات وتركز على الاختلافات بين فئات المتلقين فمجتمع المشاهدين وحتى المستمعين يتركب من فئات اوقطاعات تجمع بين افراد وحاجات ورغبات واهتمامات ليست متماثلة فالشباب مثلا يميل الى التركيز على البرامج التي تتوافق مع مشاكلهم واهتماماتهم وطموحاتهم في هذه المرحلة من العمر وكذلك الحال بالنسبة لاختلاف اهتمامات بقية فئات المجتمع في برامج التلفزيون التي يتعرضون لها لان البرامج تصنع وترسل الى

فئات اجتماعية مختلفة ووفقا للاهداف المرسومة لها فهذه نقطة مهمة وضعها المخططون في حساباتهم وهم يقدمون على صياغة مخططاتهم البرمجية ، خاصة ان التلفزيون اصبح يواجه تحديات ومنافسة قوية في ظل عالم الاتصالات من خلال الاقمار الصناعية في ظل البث الفضائي المباشر وهذا يشير الى ان المرحلة الاكثر تطورا لهذا الخصوص في البث التلفزيوني المباشر بعد التغيير الحاصل في تقنيات الاقمار الصناعية وامكانية مشاهدة ما تبثه تلفزيونات العالم مباشرة دون الحاجة الى محطات ارضية للاتصال بالاقمار الصناعية بمجرد تحديد القناة المطلوبة والضغط على مفتاح القنوات. واذا كان الامر يحتاج الى اطباق خاصة لاستقبال البث المباشر فان الاتجاه حاليا الى ان يكون الطبق جزء من مكونات جهاز التلفزيون على غرار جهاز الرديو وهذا يفرض على التلفزيون ضرورة التعايش وتكييف برامجه وتطوير تقنياته والتحول الى تطوير الانتاج المحلي وتحقيق فورية التحرر الى مواقع الاحداث وتحقيق المشاركة والتفاعل بين المشاهدين والتلفزيون^(٣٧). وهذا بالطبع يمكن مراعاته بالنسبة للاذاعة المسموعة.

ولابد من الاشارة بهذا الشأن الى ان فتح نوافذ المشاهدة المتعددة سواء البرامج العديدة او الاجنبية التي تبث عبر الاقمار الصناعية ما يزل محدودة المساحة على الخريطة الاتصالية العربية ذلك ان تعامل السلطة الرسمية مع تكنولوجيا الاستقبال الفضائي يشكل مصدر قلق من مخاطر البث المباشر البرامج التلفزيونية عبر الاقمار الصناعية انعكاساته المختلفة^(٣٨). سلبا على الواقع الاجتماعي العربي او الوطني ولكن هذا لا يعني ان التوجه القائم من وجهة نظر عامة يدعو الى الانغلاق وعدم التعاون مع ما يجري من تطورات في الساحة الاتصالية الدولية، فالوضع يشير الى ان الساحة العربية شهدت انبثاق مئات القنوات الفضائية العربية فضلا عن تعامل مع قنوات اوربية عديدة بشأن استقبال برامجه ضمن سياقات متفق عليها واخرى يتم استقبالها خارج هذا التنسيق وخاصة في البلدان التي سمحت باستخدام الهوائيات الخاصة لاستقبال البث الفضائي اذا امام المخطط التلفزيوني متغيرات جديدة لابد ان يضعها في الاعتبار بالرغم ان هذه المتغيرات ليست وليدة الساعة انما مضت عليها اكثر من ثلاث

عقود مع بداية دخولنا القرن الحادي والعشرون ولكن كل فترة متغيراتها في سمات التعامل معها وفعلا اتخذت بعض محطات التلفزيون العربية عدد من الاجراءات الايجابية لمواكبة تطورات وتحديات البث الفضائي والوافد .

وكان الاشقاء المصريون سباقين للتعامل مع هذه التطورات والتحديات من بينها استحداث عدد من القنوات التلفزيونية المحلية والاقليمية وكانت القناة المصرية الفضائية قد انطلقت في ١٢/١٢/١٩٩٠ باللغة العربية التي غطت ببثها اضافة الى المنطقة العربية اوربا وافريقيا^(٢٩). وتغطي كثيرا من المناطق في اسيا وافريقيا واوربا وامريكا لنقل الصورة العربية الصمريه الى الخارج ثم تم انطلاق القناة الفضائية الثانية في ٣١/٥/١٩٩٦ وهناك اجراءات اخرى لا لتطوير امكانات البث والانتاج البرامجي بها خصوصا وكان بينهما اطلاق القمر الصناعي المصري (نيل سات) في ٢٨/٤/١٩٩٨^(٣٠).

وبادرت بلدان اخرى في المغرب العربي والخليج العربي الى اتخاذ اجراءات مماثلة للتقليل من الاثار السلبية التي يمكن ان يخلفها تعرض المشاهد العربي الى القنوات الفضائية الاجنبية في الحالات التي يكون الهدف المرسوم لها تجاريا^(٣١).

واقدمت ايضا المحطات التلفزيونية في لبنان وسوريا والاردن على اتخاذ اجراءات وقائية للتعامل مع تحديات البث الفضائي الوافد اضافة الى تطوير واقع انتاجها الوطني.

وفي العراق تستمر الجهود الحثيثة باتجاه استحداث قنوات جديدة تساهم في تطوير عملية البث البرامجي من خلال التلفزيون بمحطاته وقنواته المختلفة وسيكون امام المشاهد العراقي فرصة اكثر واوسع في الحصول على المعلومات والتنوع في المشاهدة والطرح والتدفق الغزير من البرامج^(٣٢). خاصة بعد ان اصبح استخدام الدش متاحا للجميع.

هذه الخطوات او الاجراءات المنتظرة تحفز الى مضاعفة الجهود التخطيطية في التلفزيون للارتقاء الى واقع المسؤوليات التي تفرضها عمليات استحداث مثل تلك القنوات وهذا يعزز في الوقت نفسه مقترحن خلال البث بشأن امكانية صياغة مشروع برامجي ينطلق من رؤيا

استراتيجية برامجية للتعامل مع التطورات الفضائية. هذه التطورات التي تزامن معها بروز ظواهر جديدة نجمت عن امتلاك العديد من الشركات الخاصة لمحطات ارضية ووسائل نقل الاشارة التلفزيونية التي كانلوقت قريب حكرا على مؤسسات مثل (انتلسات) وادارات المواصلات الحكومية ومن تلك الظواهر طغيان الاعتبارات الاقتصادية والتجارية على البرامج التلفزيونية وخضوعها بصورة شبه كلية الى نتائج السير وراء رغبات المشاهدين وايضا انتشار ظاهرة التفاوت الصارخ بين الوسائل التكنولوجية المتاحة وبين الابداعية المتوفرة في اوساط الانتاج البرامجي^(٣٣).

فضلا عن ظاهرة اضمحلال الحدود التي كانت خلال العقود الماضية تسمح لمحطات التلفزة الوطنية باحتكار البث في اقطارها وظاهرة تزايد قنوات البث المختلفة والتسابق في مضاعفة ساعات الارسال على نحو جعل الحاجة الى البرامج تفوق طاقة الانتاج. ان الواقع المشار اليه جعل المحطات التلفزيونية الواعية لمسؤولياتها والمتعمقة في تجربتها وكما يجري حاليا بالنسبة لعدد من القنوات الفضائية الناجحة تعلم ماذا يحدث قبل وقوع الحدث بفترة واهم الاحداث والتطورات التي ستواكبها على وفق ستراتيجية دقيقة لخريطة برامجها على اسس علمية وحسابات مدروسة جدا^(٣٤).

ففي الاعلام المرئي كما في كل النشاطات الاعلامية الاخرى تكمن اساسيات العمل واهدافه في نوع الاسلوب المستخدم لتحقيق الاهداف المرسومة وهذا يعني بالضرورة ادراك ستراتيجية العمل بكل ابعادها والتي يتوقف عليها نجاح او فشل هذه الوسيلة في مواجهة التحديات الحضارية والثقافية والتي هي الاخرى تركز على ستراتيجمات اعلامية مضادة. ويحفز ذلك الى اعادة النظر في واقع الاستراتيجية الحالية للتلفزيون في العراق وامكانية صياغة اخرى جديدة اكثر توافقا مع المتغيرات اللاحقة من اجل ان ترتقي الى مستوى التعامل مع التطورات الفضائية التي لها ابعادها السياسية والاقتصادية والامنية والتربوية والاعلامية والثقافية والتي نقترح في اطار بحثنا ان نتحصر ملامحها وخصائصها وتوجهها على ما يأتي:

١. ان لا تكون برامج التلفزيون مفرطة في تركيزها على الطابع المحلي مع التركيز في الوقت نفسه على تطوير الانتاج البرامجي المحلي كما ونوعا وفق موازنة مدروسة وهادفة.
٢. ان تتناول البرامج بطرق مبسطة وهادفة ومشوقة مشاكل الناس وكل ما يسترعي اهتمامهم ومتابعتهم.
٣. الركون الى عدد من الفترات المفتوحة على الهواء من خلال برامج البث المباشر التي يشارك فيها المتخصصون والمشاهدون.
٤. تطوير استخدام البرامج الاخبارية والسياسية حتى تشكل نقطة جذب مهمة للمشاهدين خاصة اذا جاء في طار النقل الحي للاحداث.
٥. استحداث عدد من القنوات المتخصصة في برامج الشباب والرياضة والمرأة والمنوعات والثقافة.
٦. استحداث صيغ تخطيطية تواكب التطور الراهن في مديران الاتصال الفضائي واعتماد سياسات اعلامية واضحة تفتح الافاق للعمل الاعلامي المبدع.
٧. توظيف المهارات الاساسية للعاملين لاستخدام التقنيات التلفزيونية من خلال ربط البرامج التدريبية للعاملين بالمشروعات البرامجية المقترحة التخطيط لها وتنفيذها بما يواكب المتغيرات السريعة في الساحة الاتصالية الفضائية.
٨. توفير المواد والوسائل بما يتفق واسلوب التعامل مع التطورات الفضائية الخارجية مادية وبشرية وتقنية وخدمية وغيرها.
٩. اقرار برامج للتنسيق والتعاون مع الدوائر والمحطات التلفزيونية الشقيقة والصديقة والاستفادة من تجاربها وخبراتها في ميدان استقبال وبث البرامج التلفزيونية خاصة من خلال البث الفضائي اضافة الى الاستفادة من الامكانيات المتاحة التي يمكن ان تتاح للقمر الصناعي (عربسات).

ان تنفيذ هذه المقترحات والخيارات بحاجة الى وضوح الرؤيا وتحديد الاهداف المرسومة تحديدا واقعيا بالاعتماد على صيغ التنسيق والتعاون الوثيق مع كافة الجهات المعنية باتجاه تحقيق الاهداف المرسومة اعتمادا على الكفاءات الاعلامية التي تمتلك مقومات ثقافية ولغوية واجتماعية وسياسية وادارية لمعرفة سايكولوجية الجمهور وعناصر الاتصال به وهذا يشير الى ان المعرفة المسبقة بمواصفات الجمهور الذي نتحدث اليه عامل محفز واساسي في وضع اي استراتيجية اعلامية من من خلال التلفزيون او اي وسيلة اخرى، وهذا يوصلنا الى تحديد المفهوم الخاص بهذه الاستراتيجية التي نعني بها: (خطة العمل اللازمة للتاثير في الجماهير وحملها على السلوك بطريقة معينة ولا بد ان نختار الاهداف الواقعية التي يمكن تحقيقها عن طريق الوسائل والامكانيات المتاحة مع دراسة الجماهير التي تسعى الى تغيير مفاهيمها او تفسيراتها للاحداث ولما كان العمل الاعلامي لا يمضي في فراغ فلا بد من ربط الف والاستراتيجية باعتبارات الموقف العام سياسيا وعسكريا واقتصاديا واجتماعيا ونفسيا)⁽³⁶⁾.

ويمكن هنا القول بقدر ما يتعلق الامر بالتلفزيون ان تتطلق استراتيجية العمل البرامجي من مفهوم واعي لما يجري من ظواهر ومتغيرات وتحديات تقنية واعلامية من خلال البث الفضائي حتى يتسنى للعاملين فهم الطريقة التي يتعاملون بها مع هذه الظواهر او المتغيرات وهذا بدوره يتطلب وجود كوادر متخصصة باعتبارها من المستلزمات الضرورية لاي عملية تخطيطية ففي مجال العمل التلفزيوني لا بد من اعداد الكوادر الكفؤة والقادرة على تشغيل واستخدام الاجهزة الفنية المتطورة والا فالمسألة لا يمكن ان تتم لمجرد وجود الاجهزة التقنية الحديثة انما الضرورة تقتضي اولا وجود خبراء ومتخصصين بالمستوى الفني المطلوب الذي يتيح لهذه الاجهزة القيام باداء دورها بطريقة فعالة ومبدعة هذا الجانب الفني يكمله الجانب العلمي والاسلوب المتبع في تخطيط البرامج وتكون هنا مهمة معدو ومنتجو البرامج العمل على غرس النظرة العلمية في نفوس المشاهدين للانتقال بهم الى مراحل متطورة في حياتهم ويتطلب هذا الامر معرفة اتجاهات الراي العام ولهذا انشأت في معظم الاذاعات وتلفزيونات

العالم وخاصة المتطورة فيها اقسام استطلاع لاراء المستمعين والمشاهدين في البرامج المختلفة التي تذاغ عليهم^(٣٦).

ومن اجل ان يكون للاستراتيجية البرمجية العراقية في التلفزيون دورها الفاعل نصل الى صياغة المقترحات الآتية:

١. اعادة النظر باستحداث مديرية التخطيط الملغاة في دائرة الاذاعة والتلفزيون السابقة مرى اخرى لتباشر نشاطها في تقويم عملية البث البرمجية في التلفزيون والاذاعة وانجاز البحوث الميدانية لاستطلاع اتجاهات المشاهدين والمستمعين تجاه البرامج التي يتابعونها.

٢. اعادة النشاط المتميز الذي كان منوطا بمعهد التدريب الاذاعي والتلفزيوني لما كان ينظمه من دورات تخصصية في مختلف فنون العمل الاذاعي والتلفزيوني.

٣. اعادة اصدار مجلة الفنون الاذاعية التي كانت تصدر عن المعهد والتي تعني بكتابة البحوث والمواضيع المتخصصة في العمل الاذاعي والتلفزيوني.

٤. الاستفادة من خبرات اساتذة المختصين في الجامعات في رفق عملية البث البرمجي في التلفزيون بالافكار والمقترحات والمشاركات المفيدة والهادفة وخاصة في كلية الاعلام – جامعة بغداد.

٥. التقليل من اسلوب الطرح المباشر في البرامج التلفزيونية وتطوير اساليب اعدادها وتقديمها واخراجها بالقدر الذي يضيف عليها جانبا من التنويع والتشويق.

٦. ان يتولى رؤساء الاقسام صياغة خطط سنوية يثبتون فيها حصيلة ما قدموه وانتجوه خلال عام كامل وما هم بصدد انتاجه في العام اللاحق وفقا لجدول زمني يتسم بالثبات والاستقرار مع الاخذ في الاعتبار المناسبات والاحداث الطارئة والتعامل معها بمرونة هادفة لا تؤثر على السياق الاعتيادي للبث البرمجي الاعتيادي.

٧. استحداث قسم للارشيف والمعلومات من خلال شبكة الانترنت او المصادر الاخرى في مختلف الاختصاصات ليكون ممولا للمعلومات المفيدة في كتابة واعداد البرامج

الاذاعية والتلفزيونية فضلا عن استحداث ارسيف مصغر في كل قسم يتضمن نشاطاته التي نفذت او تنفذ لاحقا.

٨. الركون الى الاجتماعات الدورية في الاقسام لتسليط الضوء على ابرز الافكار والمقترحات لتقويم عملية التدفق البرامجي المستقبل من الخرج او الذي يبثه التلفزيون الى مشاهديه مباشرة، واستحداث ديناميكية ومرونة في العمل واقرار نظام للحوافز والتدريب فضلا عن مواكبة ما يجري من تطورات في العمل الاذاعي والتلفزيوني في الساحة الاتصالية العالمية.

الخاتمة:

يمكن القول ان البحث في شوطه الاخير استطاع ان يحقق الاهداف المرسومة له وان يجيب على التساؤلات المطروحة امامه من خلال ما توصل اليه من افكار ومقترحات تقوم عملية التخطيط والتوجيه البرامجي من خلال التلفزيون بشكل عام والتلفزيون في العراق على وجه التحديد. وان هكذا بحوث تظل الحاجة اليها قائمة ما دامت عملية التطوير والتغيير مستمرة في الساحة الاتصالية التي يظل التلفزيون فيها اكثر تعرضا واستجابة في هذا الاطار لكونه اكثر وسائل الاتصال تواجدا في حياة الناس واصبح مشهوده تقاس اعدادهم بالمليارات وليس الملايين في ظل البث الفضائي المباشر. وان التناقس في هذه الساحة سوف يستمر والتطورات الفضائية ايضا سوف تزداد ولكن هذا لا يعني نهاية المطاف وان البلدان الاقل تطورا تستسلم لما يجري من حولها من ظواهر التطور والتغير الاعلامي والتقني من خلال الاقمر الصناعية ذلك ان الامر يعتمد على صيغ التعامل مع تلك الظواهر والقدر على البناء والتغير المحدد الخطى والاهداف وهذا بدوره يعتمد ايضا على الامكانيات المتاحة او التي يمكن ان تتاح مستقبلا على هذا الطريق.

ويمكن القول في الختام ان المقترحات التي خرج بها البحث يمكن اعتبارها خطوة في الاتجاه الصحيح للتعامل مع تلك المتغيرات والتطورات فضلا عن اعتماد الصيغ التخطيطية المتطورة والواعية والناضجة في الطرح والمعالجة والمتابعة والتنفيذ.

الهوامش

- ^١ - د. عواطف عبد الرحمن - حرية الاعلام المعاصر وتحديات العولمة- مجلة الدراسات الاعلامية - المركز العربي الاقليمي للدراسات الاعلامية للسكان والتنمية والبيئة - القاهرة - العدد ٩٣ - ص ٧٣.
- ^٢ - المصدر السابق - ص ٧٣.
- ^٣ - سعد لبيب - نحو سياسة تلفزيون جديدة لمواجهة تحديات القنوات الفضائية الاجنبية/ مجلة اتحاد الاذاعات العربية القاهرة العدد - ٣ - ١٩٩٦ - ص ٧١
- ^٤ - د. ابراهيم امام - كيف تتصدى لطوفان البث التلفزيوني المباشر - مجلة تلفزيون الخليج - العدد - ١٩٩٨ / ٣/ ص ٣٦.
- ^٥ - المصدر السابق - ص ٧٠
- ^٦ - د. هادي الهيتي - اتصالات الفضاء واحتمالات تأثيرها على الاسرة العربية - نشرة فكرية اعلامية توثيقية تصدرها المنظمة العربية للأسرة - عدد ٢ - تشرين الثاني - ١٩٩٤ - ص ١٦٦
- ^٧ - مظفر مندوب - التلفزيون ودوره التربوي في حياة الطفل العراقي - رسالة ماجستير- جامعة القاهرة - كلية الاعلام - ١٩٨٠ - ص ٨٥
- ^٨ - المصدر السابق - ص ٨٨
- ^٩ - حمدي الكنسي - الافاق الجديدة في عصر البث الفضائي والمعلومات على صعيد البرمجة والتخطيط والتنسيق - مجلة اتحاد الاذاعات العربية ، العدد ٤ - ١٩٩٨ ص ٢٩.
- ^{١٠} - محمد فلاح القضاء - العوامل المؤثرة في ولادة التلفزيونات العربية وتطورها - مجلة دراسات - الجامعة الاردنية- المجلد - ٢٥ - العدد ١ - عمان - شباط - ١٩٩٨ - ص ٨٦.
- ^{١١} - د. سمير حسين - بحوث الاعلام - مجلة بحوث - بغداد - العدد ٣ - ١٩٨١ ص ٥٩.
- ^{١٢} - المصدر السابق - ص ٥٩.

- ١٣- د. احمد كمال احمد - التخطيط الاجتماعي - مكتبة القاهرة الحديثة - القاهرة ١٩٧١- ص ٦٩.
- ١٤- محمد ضياء الدين - التلفزيون والتنمية الاجتماعية- الدار القومية للدعاية والنشر كلية الاعلام - جامعة القاهرة - ص ٢٩.
- ١٥- المصدر السابق - ص ٥١ .
- ١٦- المصدر السابق - ص ٥١ .
- ١٧- محمد حمدي - توثيق البحوث الاعلامية دراسة نقدية مقدمة الى اجتماع خبراء بحوث الاعلام - مجلة البحوث للدراسات الاذاعية والتلفزيونية - المركز العربي لبح المستمعين والمشاهدين/ بغداد / ١٩٨١ / ص ٥٤.
- ١٨- سعد لبيب - وقفة مع القمر العربي بعد مرور ثلاث سنوات على اطلاقه / الدراسات الاعلامية/ القاهرة / العدد ١٩٨٨/٢١/ ص ١٢.
- ١٩- حمدي الكنسي - الافاق الجديدة للاذاعة في عصر البث الفضائي والمعلومات على صعيد البرمجة والتخطي والتنسيق - مجلة اتحاد الاذاعات العربية.
- ٢٠- مؤشرات التطور / مجموعة بحوث واحصاءات / اعداد المؤسسة العامة للاذاعة والتلفزيون / بغداد/ ص ٧.
- ٢١- مظفر مندوب - مصدر سبق ذكره - ص ١٢٢ .
- ٢٢- مشروع تطوير استخدام التلفزيون التعليمي في تدريب العلوم في الاقطار العربية - اشراف المنظمة الالعربية للتربية والثقافة والعلوم- اجتماع خبراء القاهرة - ١٩٧٢- ص
- ٢٣- مؤشرات التطور - مصدر سبق ذكره .
- ٢٤- المصدر السابق.
- ٢٥- د. مظفر مندوب - محاضرات في مادة المدخل الى الفن الاذاعي/ قسم الاعلام / كلية الاداب/ جامعة بغداد/ غير منشور / ١٩٩٨.
- ٢٦- عبد المعز عبد الرحمن محروس- المفاهيم والادوات المستخدمة في بحوث المستمعين والمشاهدين في ضوء التجارب العلمية في المنطقة العربية - مجلة البحوث - مركز بحوث المستمعين والمشاهدين / بغداد/ العدد السابق/ ١٩٨٢- ص ٥١.
- ٢٧- عبد المجيد شكري- تكنولوجيا الاتصال الجديد ي انتاج البرامج ي الراديو والتلفزيون / دار الفكر العربي- القاهرة- القاهرة - ١٩٩٦- ص ٦٠.
- ٢٨- د. عبد القادر بن الشيخ - هوائيات الاستقبال الفردي والجماعي في البلاد العربية - مجلة الاذاعات العربية - القاهرة - العدد ٦-١٩٩٨- ص ٢٥.
- ٢٩- سعد لبيب - مصدر سابق - ص ٧١.
- ٣٠- المصدر السابق- ص ٧١ .
- ٣١- د. مظفر مندوب - البث الفضائي الوافد وتحدياته الاعلامية لبلدان العالم الثالث- بحث غير منشور - جامعة بغداد- كلية الاداب - قسم الاعلام- بغداد - ١٩٩٩- ص ١٥.

^{٣٢} - فيصل الياسري- مقابلة اجرتها معه جريدة الاعلام الصادرة عن قسم الاعلام في كلية الاداب - جامعة بغداد / العدد ١٧٦ / ص٨٨ / ٢٠٠١.

^{٣٣} - رؤوف الباسطي - التلفزة العربية بين تحديات المحيط ومقتضيات التطور - مجلة الاذاعات العربية / العدد ١٩٨٩/١/ص١٨-١٩.

^{٣٤} - مشروع انشاء قناة تلفزيونية ثقافية تساهم فيه المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (الالكيس) مجلة الاذاعات العربية - العدد ٢- ١٩٩٧- ص٣٦.

^{٣٥} - ابراهيم امام - الاعلام والاتصال بالجماهير - مكتبة الانكلو مصرية - الطبعة الثانية - ١٩٧٥- ص٣١٦-٣١٥

^{٣٦} - د. خليل صابات - نحو تحديد افضل للاثر الاجتماعي للتلفزيون - مجلة الفنون ، تصدر عن معهد التدريب الاذاعي والتلفزيوني - بغداد - العدد ٥- ١٩٧٣.