

الرسالة التي أرسلها إليّ الرفيق بطرس روحانا الأستاذ الجامعي التي تضمنت بعض الملاحظات النقدية حول العمل في تلفزيون الجديد مقرونة ببعض الاقتراحات التفصيلية لتطوير العمل فيه -  
:1993

جانب الصديق المحترم كريم مروة  
تحية طيبة،

ما هي الدوافع التي لا تزال تحملني على وضع نفسي في موقع من يُدعُ أكثر بكثير من مرتين من قبل الجحر ذاته؟ هناك من يزعم أنني بطبعي أشبه إحدى شخصيات الكاتب الفرنسي المشهور فولتير أعني شخصية CANDIDE. لكني أنا شخصياً أستبعد هذا الزعم فأدعي أنني لا أزال أحضن حلمًا حبيبيًا يهمس في روحي أفكارًا طيبة عن نزعة البشر إلى فعل الخير والصواب وعلى قدرتهم المتفاوتة في تحقيق تلك النزعة، وهم والله خسيسون ونبلاء، جبناء وأشداء، عباقره وبلهاء... بالوقت عينه وفي ظروف مختلفة، مثلي ومثلك تمامًا!

الآن، تدعوني يا صديقي المحترم إلى وجبة مللتها منذ زمن لكثرة ما دُعيت إليها ولكثرة ما شاركت فيها عبثًا! فأتساءل بصوت عال وبصدق خالص: وما الحاجة إلى مساهمتي في صياغة سياسة خاصة في "التلفزيون الجديد" وقد فعل الحزب ومن ثم إذاعة صوت الشعب ومن بعدهما التلفزيون الجديد بلساني فعل المبراة بالقلم، إخلاصي وعطائي فعل العنزة التي تحلب وتكبّ؟ وما وثقتكم بي يومًا يا جماعة، وبينكم، أعني في قبة السلطة، مطلق الأحكام والإشاعات من عتات المتزلفين والمنافقين والكتبة والعاطلين عن التفكير والعمل، اللهم سوى في ذواتهم ومطامحهم هتكت طبيعتي الصادقة والمخلصة كما هتك عقلي ولساني وهتكت مخيلتي. استحلب القوادون الذين يشاركونك القبة وقتي وطاقتي ووقت وطاقه غيري في سبيل تغذية المؤسسات التي يريدون ولا يملكون وليست هي مسجلة باسمهم... ثم اغتالوا وجودي ووجود غيري عن سابق تصور وتصميم بواسطة سلاح طالما أحسنوا استخدامه: وضع صدقي ومصداقيتي في ما يتعلق بانتمائي الفكري (المرادف) لانتمائي الحزبي بالنسبة إليهم في قفص الاتهام بطريقة حريرية تليق بأرباب النكتة في العمل السياسي و(التجاري).

أسوق هذا الكلام يا صديقي، وليس في نيتي اتهام أحد أو الحكم على أحد من الذين لا يزالون أحياءً يرزقون من دم الحزب وهو يزدادون سموًا يومًا بعد يوم، حدثًا إعلاميًا بعد حدث إعلامي، شهيدًا بعد شهيد، ضحية بعد ضحية، انتكاسة بعد انتكاسة، مؤتمر بعد مؤتمر في مواقع المسؤولية الحزبية في القبة الفضفاضة أو على مشارفها. ليس في نيتي على الإطلاق الدخول في حفلة نق. ولست أنوي إدخالك في حوار معي حول الكلام الذي ورد أعلاه. فالأمران لا يناسبان الموقف ولا يؤديان بالتالي إلى إيجاب. ما أريد الإفصاح

عنه هنا هو رغبتى العميقة فى المساهمة بإطلاق حركة إعلامية ثقافية سياسية متميزة هدفها إعادة الاعتبار إلى القيم الإنسانية والاجتماعية فى منطلقات وأهداف ووسائل النشاط الثقافى والسياسى والإعلامى التى يراد لها أن تنقضى وأن تُمحي تماماً من ذاكرة الشعوب ومعيوشها، ليس فى لبنان فحسب بل فى العالم كله. أقول إن رغبتى هى المساهمة مرة جديدة بإطلاق حركة إعلامية ثقافية سياسية. لكن الرغبة تصطدم بجدار سميك من الحذر الشديد إزاء نماذج مجربة من الأشخاص المنضمين إلى المسيرة أو من الذين سوف يلتحقون بها. فما أنذا الآن أهدر وقتاً ثميناً فى صياغة رسالتى إليك وفى قلبى شك بالنتائج التى سوف تسفر عنها. لا أحب موقفى هذا ولا أؤيده لكنه الآن سيد. هل ترى؟

لذلك سوف أستجيب إلى دعوتك لى عبر أفكار واقتراحات مقتضبة جداً ومحصورة لا تطال غير بعض جوانب العمل التلفزيونى الذى أصبو إليه شخصياً. لكنى قبل أن أصوغها أود أن اسجل ثلاث نقاط رئيسية أعتقد أنها السبب الأساس فى منع التلفزيون الجديد من القيام بالدور الذى من أجله وجد من حيث المبدأ، تماماً كما هو الحال بالنسبة للحزب....

1. طغيان السياسة السياسية على الفكر السياسى وخصوصاً على الثقافة لدى القيمين على المؤسسات السياسية والاجتماعية والإعلامية الملحقة (للأسف) بالحزب. إنهم يرغبون بأداء مهامهم على أكمل وجه. إذ ليس هناك من يرغب فى النجاح. لكن المشكلة فى المنهج الذى يعتمدونه لتحقيق تلك المهام.

2. طغيان الذات، ذات المسئول الفرد على العمل والعلاقات والدوافع والأهداف. ثم تصوّر يا صديقى كيف يمكن أن تتجسد تلك الذات اللعينة خصوصاً لدى أولئك الذين شبّوا على السـتـالـينـيـة فـطـابـت لهم وأثمرت لصالحهم مواقع قرار وأحكاماً مبرمة وسلطة على العباد والأفكار والمال فغابت الأفكار الحميدة واضمحت الثقة بالآخرين.

3. الشخص غير المناسب فى المكان غير المناسب لأسباب حزبية. نعم بهذه البساطة. لكن فى المقابل أجدنى أقيم تقييماً عالياً نوايا هؤلاء الأشخاص والأعمال التى نجحوا فى تحقيقها لصالح التلفزيون الجديد من ناحية بنائه وتجهيزه وتأهيل عدد مهم من العاملين فى حقل الإعلام والتقنيات التلفزيونية. ذلك برغم أن هذا النجاح لا يشمل للأسف الإعلام "الجديد" بحد ذاته فضلاً عن الثقافة "الجديدة" والفن الجديد. ومرد ذلك لا ريب الفكر التقليدى المقلد (فى الإدارة والإعلام والثقافة والفن) لدى القيمين على شأن الإعلام فى الحزب ولدى المسئولين الأساسيين أى الذين يسألون عن التلفزيون. ما العمل إذن؟

لست أدري جل ما أستطيع قوله فى هذا الصدد ألخصه كالتالى:

## 1- على صعيد الأهداف:

- اكتشاف ومن ثم تدعيم الجوانب المشرقة والتوحيدية في ثقافة الشعوب عبر التحقيقات والمقابلات والبرامج الثقافية والمسلسلات المحلية والعربية والأجنبية أو السهرات التلفزيونية والامتناع عن شراء أو تصوير البرامج والأفلام التي لا تتناسب وغاياتنا الثقافية والفكرية أو التي تندرج في عداد البرامج والأفلام الرخيصة فنيًا وثقافيًا... حتمًا تجاريًا.

- يجب أن يكون شعارنا الأبرز: نكون منارة ذاكرة المواطنين وسفينة أحلامهم ولسانهم المباشر بدون تحفظ أو لا نكون.

- الإقلاع نهائيًا عن محاولة تقليد المؤسسة اللبنانية للإرسال. هذه الأخيرة تعمل وفق سياسة خاصة بها تتناقض قطعًا مع سياستنا المحتملة. علينا أن ننافسها بسياستنا الخاصة التي لا تقل جاذبية عن سياستها إن نحن عرفنا تحديدها وعرفنا بالتالي كيفية صياغتها بلغة التلفزيون.

- جذب الأجيال الشابة عبر إشراكهم مباشرة في التعبير عن حاجاتهم ورغباتهم وأحلامهم وقلقهم أو الكشف عن تلك الحاجات والرغبات والأحلام إلخ، عبر أفلام وأعمال تلفزيونية درامية مدروسة بدقة و/أو عبر خلق مناسبات (نشاطات) شبابية ورعايتها ونقلها على الشاشة.

- ملاحقة كل المواهب الفنية والأدبية المغمورة في المناطق اللبنانية كافة و/أو إثارتها ورعايتها في أماكن تواجدها.

- إعلام المشاهدين بالفنون الشعبية التقليدية العربية على أنواعها.

## 2- على صعيد الإدارة:

- إنشاء وحدات إدارية مستقلة يدير كل واحدة منها متخصص من الشباب. على أن يقوم المدير العام بدور المنسق أولًا والمنشّط ثانيًا والمراقب ثالثًا والحاكم أخيرًا.

- أن يتسلم الإدارة العامة شخص مشهود له بالكفاءة في علم الإدارة الحديث خصوصًا في التسويق marketing في المجال الإعلامي التلفزيوني.

- أن يتم التعاطي مع العاملين في التلفزيون على أنهم جديرون بالعمل في المؤسسات الإعلامية الأخرى. ولا بد من أجل الحفاظ عليهم أن تؤمن الإدارة لهم الأمور التالية:

أ. المقابل المالي اللائق.

ب. إمكانيات الإبداع الاختياري برعاية الإدارة المختصة الكاملة.

ت. كل المال المطلوب لإنجاز الأعمال التي تحكم عليها لجنة متخصصة أنها مثيرة

للاهتمام (برامج وأعمال درامية..).

ث. استبعاد جميع الذين أثبتت التجربة عدم أهليتهم أو الذين تسلقوا سَلَمَ المواقع الإدارية بفضل المحاباة والعلاقات الخاصة و/أو الحزبية.

ج. إيقاف موجة "المونة" المزعجة التي يمثلها حزيون قياديون. أترك الأسماء مغلقة بانتظار رد مناسب من قبلكم في هذا الشأن.

ح. تسمية مديري برامج وإنتاج جديدين ولجنة قراءة للنصوص والبرامج من الأشخاص المشهود لهم بالكفاءة في هذه الشؤون. ولا ضير في هذا الخصوص أن يأتي هؤلاء الأشخاص من خارج الطاقم التقليدي ومن غير الحزبيين.

خ. الاتكاء على حملة الشهادات الجامعية في أعمال الإدارة والتنفيذ الإداري والفني والتقني، خصوصًا على خريجي الجامعة اللبنانية.

د. السعي إلى استعادة الطاقم التقني والفني الذي هجر التلفزيون الجديد وانتسب إلى إحدى التلفزيونات الأخرى لأسباب بحت مالية أو لأسباب تتعلق بسوء المعاملة من قبل الإدارة.

ذ. اعتماد سياسة الإكثار من المرسلين في المراكز والمناطق وتخصيص هؤلاء بالمال والامتيازات.

ر. اعتماد سياسة تشغيل أكبر عدد ممكن من الشبان والشابات عبر البرامج والتحقيقات والمسلسلات والسهرات التلفزيونية.

ز. السعي إلى فرض سقف عال في ما يتعلق بأقسام الإنتاج التلفزيوني كالأخبار والمسلسلات والتحقيقات والأعمال الفنية الدرامية وغيرها بحيث يصبح هذا السقف مرجعًا غير ثابت بل متطور إيجابًا لنقبّل الجمهور لهذا العمل أو ذاك في التلفزيون الجديد والتلفزيونات الأخرى. بمعنى أن نساهم في تحويل المشاهدين إلى أصحاب حكم ذوي معرفة وإزاء المادة التي يتم بثها على الشاشة الصغيرة.

س. الاكتفاء بالعدد اللازم من العاملين المتفرغين على أن يتم الاستعانة بالكادرات والعاملين بحسب الحاجة المؤقتة. بمعنى آخر، استبعاد سياسة التشغيل والترقية على أساس الحزبية أو على أساس "التنفعة الشخصية".

ش. وبالمقابل، استبعاد سياسة العقاب بالإقالة و"التسقيط" على أساس الحزبية أو على أساس ردة الفعل والمزاج الشخصيين.

على أمل أن تأتي هذه الرسالة بالنتفع على المعنيين بها.

وتفضلوا بقبول الاحترام والمحبة.

بطرس روحانا

بيروت في 1993/6/27

ملاحظة:

في أعقاب الرسالة التقيت بطرس روحانا وناقشنا معاً الأفكار التي وردت في الرسالة. وكنت شريكاً له في بعض ملاحظاته النقدية وفي بعض اقتراحاته التجديدية للتلفزيون. وأطلعت على المشروع الذي كنت قد أعدته يتناول رؤيتي لـ "التلفزيون الجديد" ولدورنا فيه. وجاء ذلك بعد جهود مضيئة من قبلي لتحويل تلك الاقتراحات إلى واقع منطلقاً من مخاوفي التي سرعان ما أثبتتها الوقائع في ما يتعلق بالتلفزيون الذي اضطررنا إلى بيع حصتنا وحصّة صديقنا فؤاد الكردي فيه للصديق رجل الأعمال تحسين خياط الذي أصبح المالك الحصري للتلفزيون. وفيما يلي نص المشروع الآنف ذكره.

عناوين عامة لمشروع خطة تطوير التلفزيون الجديد (NTV)

مقدمة:

مضى عامان ونيف من عمر التلفزيون الجديد. وبالإمكان اليوم الاستنتاج بأن هذا التلفزيون قد برر للمشاهدين الحاجة إليه، بما يتميز في برامجه المتنوعة وفي نشرات الأخبار الموضوعية، وفي البرامج السياسية الشاملة كل القضايا التي قدمها. وهو، إذ لم يتمكن من تحقيق كامل الأهداف التي وضعها المساهمون فيه أمامه، لأن تحقيقها يتجاوز الإمكانيات المتوافرة لديه، فهو قد خطا في هذا الاتجاه خطوات لا بأس بها. فقد كان في أساس أهدافه أن يكون تلفزيوناً لكل اللبنانيين، بفئاتهم الاجتماعية المختلفة، وباتجاهاتهم وتياراتهم السياسية والفكرية المختلفة، يعبر عن همومهم ومشاكلهم وقضاياهم واهتماماتهم الخاصة والعامة جميعها. وكان ينطلق في ذلك من التزام واضح بمسلمات أساسية لم ينحرف في برامجه عن الأمانة لها. وهي المسلمات التي تتعلق بتحرير الأرض من الاحتلال. وبوحدة الكيان والشعب والمجتمع والدولة ومؤسساتها. وسيادة الوطن واستقلاله كاملين غير منقوصين. كما تتعلق بإعادة البناء والإعمار في كل المناطق على أساس واضح من العدالة والمساواة في الحقوق بين جميع الفئات وبدور مميز وأساس للدولة، وإزالة كل آثار الحرب ونتائجها السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وتحقيق المصالحة الوطنية، وترسيخ أسس السلم الأهلي، وتعزيز الديمقراطية بكل جوانبها في الدولة ومؤسساتها وفي المجتمع. كما تتعلق بهموم الناس في حياتهم ومعاشهم وثقافتهم ومعارفهم وبكل ما له علاقة بالخدمات العامة في كل المجالات...

هذا الالتزام بهذه القضايا هو الأساس في تميّز التلفزيون الجديد. فقد كان مفتوحاً للجميع من دون تمييز، حتى ولو بدا أحياناً في شكل مباشر أو غير مباشر، منحاوياً لقضية دون أخرى، أو لموقف دون آخر، أو

لجانِب من جوانِب النشاط أكثر من جانب آخر.

إلا أن جملة من العوامل الذاتية، وجملة من العوامل الموضوعية الخارجة عن إرادة القيمين على التلفزيون الجديد، قد عرّضته لصعوبات مالية وإدارية وعمالنية، أثّرت سلبًا على الموقع الذي كان قد بدأ يحتله بين التلفزيونات القائمة. الأمر الذي استدعى عقد جمعية عمومية غير عادية للمساهمين اتخذ فيها قرار جريء يقضي بزيادة رأس المال من ضمن خطة للتطوير تطال كل الجوانب والبيادين فيه، الإدارية والمهنية والمالية والتجهيزات لجهة تحسين الصورة وتوسيع دائرة التغطية، وما يتعلق بالبرامج وتنويعها وإنتاجها، وما يتصل بالموارد الذاتية منها والآتية من الخارج، ولا سيما من عالم الإعلان والإعلام في داخل البلاد وخارجها. وإذا كان من الضروري اليوم الانخراط فورًا في اتخاذ التدابير الضرورية إزالة ثغرات وعناصر الخلل الذاتية، فإن من الضروري، بالمقابل، وضع خطة لمواجهة جملة من الضغوط التي تمارسها عليه شركات الإعلان والإعلام الكبرى بأشكال مختلفة.

لقد اتخذ هذا القرار في الجمعية العمومية غير العادية تأكيدًا من المساهمين تمسّكم بهذا المشروع الإعلامي وحرصهم على تطويره، وسعيهم لجذب قوى جديدة مالية واجتماعية وثقافية وسياسية وإعلامية للمساهمة فيه وفي تطويره وإنجاحه، وتحقيق أهدافه في التميز الذي هو، في الأساس، مبرر قيامه إعلاميًا وثقافيًا واجتماعيًا وسياسيًا واقتصاديًا ومديًا.

وفيما يلي العناوين العامة لهذه الخطة:

### **1- كيف يكون التلفزيون الجديد متميزًا:**

أشرنا في المقدمة إلى الأهداف التي وضعها التلفزيون الجديد أمامه منذ البدء، والمنطلقات التي التزم بها، وهي ستظل الأساس في الحطة الجديدة. إلا أن هذا الأساس في تميز التلفزيون الجديد الذي رافقه منذ الولادة يحتاج إلى مزيد من الجهد لكي يترجم بشكل ملموس في كل ما يصدر عبر شاشته من برامج. وفي هذا المجال فإن الخطة الراهنة للتطوير ستعطي حيزًا كبيرًا لهموم الجمهور الواسع من المشاهدين ولاهتماماتهم ولمشاكلهم ولمطامحهم ولما يزيد في ثقافتهم ومعارفهم ويرفع من وعيهم بالأوضاع التي يعيشون فيها في بلادهم، ولما يحيط بهم في المنطقة وفي العالم من شؤون وقضايا. كما ستفرد الخطة حيزًا خاصًا للأجيال الجديدة، للأطفال وللشباب، ولاهتماماتهم ولمطامحهم التي لا حدود لها. كما ستقل إليهم في نشرات الأخبار، وفي البرامج السياسية المختلفة، ما ستصل بحاجاتهم إلى المعرفة من نشاطات ومواقف وآراء حول شؤون البلاد والشعب في لبنان، وحول ما يجري في الوطن العربي وفي العالم. وستفرد حيزًا هامًا للمبدعين في مجالات الفنون والآداب والعلوم، لكي يمارسوا عبر شاشة التلفزيون إبداعاتهم ويعمموها على الجمهور الواسع.

إلا أن الخطة ستهتم، إلى جانب هذا كله، بعموميته، في أن تكون للمحطة برامج خاصة تتميز بها عن

التلفزيونات الأخرى، تعطي للتلفزيون الجديد النكهة الخاصة به واللون الخاص به. وقد يكون التميز هنا موجهاً، بشكل خاص، في مجالين أساسيين هما: الأول يتصل بالبرامج السياسية المتنوعة، بما في ذلك الوثائقي الراهن منه، والتاريخي لشبابنا عربياً ودولياً. والثاني يتصل بالبرامج الخاصة بالشباب. وهو موضوع ستكون له أهمية استثنائية في المرحلة المقبلة. وبمقدار ما يبذل التلفزيون الجديد في هذا الميدان، وبمقدار ما يسرع في احتلال موقعه في كل هذه البرامج، يكون قادراً على اكتساب مشاهدين في هذا الوسط الذي يتزايد عدده، ويتزايد دوره، ويتزايد الاهتمام به في كل الأوساط.

## 2- الإعلان والإحصاء كمصدر أساسي للموارد:

تشير تجربة السنتين الماضيتين إلى أن التوجه نحو عالم الإعلان بالنسبة للتلفزيون هو أساسي. ومن دونه لا يستطيع التلفزيون أن يقوى على الاستمرار. ولا بد، في الخطة الجديدة المقترحة، أن يكون هذا الأمر في أولى الاهتمامات. وواضح أن المهمة صعبة جداً. إذ أن علينا أن نجتاز جملة من الحواجز الصعبة سواء من شركات الإعلان ذاتها، وهي مرتبطة بشركات كبرى وبوسطاء لهم مصالحهم، أم من مؤسسات الاستطلاع التي ترتبط هي بدورها بهذه الشركات، شركات الإعلان، والشركات التجارية المعلنّة، وبعض مؤسسات الإعلام التي ترمي جميعها إلى احتكار شاشات التلفزيون لصالحها ولصالح مؤسساتها عبر إضعاف وإفقار وحرمان المؤسسات الأخرى، وصولاً إلى إلغائها وإخراجها من المزاحمة. وهي، في أي حال، عملية مالية وعملية سياسية في آن.

لذلك لا بد من اقتحام عالم الإعلان والإحصاء بأساليب مختلفة مباشرة وبصورة غير مباشرة. وهناك وجهات في هذا المجال لا بد من الأخذ بها منفردة ومجمعة:

**الوجهة الأولى،** هي محاولة الوصول إلى قلب المراكز المتحكمة بالإعلانات حتى لو اضطررنا لدفع ثمن نحدد حجمه. وهذا الدخول قد يكون مباشرة من جانبنا أو بالواسطة.

**الوجهة الثانية،** هي في السعي إلى الاتفاق مع شركات لتأسيس شركة (أو شركات) إعلان أو المشاركة في شركة قائمة.

**الوجهة الثالثة،** هي في اللجوء إلى تحرير عقود فصلية أو سنوية مع أصحاب السلع (مصانع أو تجار) وبالأخص في ما يتعلق بالإنتاج السلعي الوطني، بسبب صعوبة الأمر بالنسبة للسلع المستوردة (الكبيرة التوزيع).

**الوجهة الرابعة،** هي في إمكانية تأجير ساعات بث بشروط محددة.

**الوجهة الخامسة،** هي في تكثيف الجهود لتأمين الرعاية البرمجية.

**الوجهة السادسة،** هي في السعي إلى الدخول إلى عالم الإحصاءات عبر شركات متخصصة قائمة أو

شركات نساهم في تأسيسها، دون أن يعني ذلك عدم العمل على وضع خطة للضغط المستمر على شركات الإحصاء التي تتحكم بالنتائج، من خلال احتكارها عملية الإحصاء ذاتها.

### 3- التجهيزات الفنية:

إن عنصر التجهيزات الفنية هو العنصر المقرر في عملية تشغيل التلفزيون. قبل إعداد البرامج لا بد من تأمين صورة نقية، ولا بد من تأمين إيصال الصورة النقية هذه إلى أوسع جمهور ممكن. وقد واجهت التلفزيون الجديد، منذ البدء، صعوبات في كلتي المسألتين، وقد بذلت جهود كبيرة لتجاوز هذه الصعوبات. وتحققت نجاحات لا بأس بها. إلا أن تطور انتشار التلفزيونات من جهة، واشتداد المزاحمة، بفعل ذلك، من جهة ثانية، والحاجة على تجهيزات متطورة والعجز عن تأمينها من جهة ثالثة، بسبب ضعف الإمكانيات المادية وضعف الإيرادات الناتجة عن المحاربة، إن كل ذلك يفرض، اليوم، علينا في الخطة الجديدة مواجهة كل هذه القضايا بأكثر ما يمكن من الجدية والمسؤولية. وفي هذا المجال تواجهنا المهام التالية:

**المهمة الأولى،** تتعلق بالتجهيزات الموجودة، وما تتطلبه من صيانة. وقد يقتضي ذلك تجديد بعضها.

**المهمة الثانية،** استكمال التجهيزات تلبية للحاجات الملحة لتحسين الصورة، وتوسيع الإرسال وتلبية حاجات العمل، والتغطية بكل مستوياتها ومستلزماتها.

**المهمة الثالثة،** تتعلق بالتجهيزات المتطورة التي تحتاج إلى دراسة ووضع خطة واضحة ومحددة لها، وفق هذه الدراسة. وهذا يتطلب الدخول في مفاوضات لاستدراج عروض حول هذه التجهيزات ونوعها، وإمكانية الحصول على قروض طويلة الأمد لتسديد ثمنها، إن أهمية هذه التجهيزات تكمن في أنها إلى جانب تحسين الصورة وتوسيع الإرسال، تشكل عنصرًا من عناصر الموارد المالية. إذ يمكن استخدامها في مهمات خارجة عن نطاق التلفزيون.

إن القرار بزيادة رأسمال الشركة يهدف، فيما يهدف إليه، العمل على تطوير التجهيزات الفنية للتلفزيون، لكي يفي بالحاجات المشار إليها، في كامل الخطة. وتبقى المهمة الأساسية في التجهيزات الفنية هي التوسيع المتواصل لرقعة التغطية في كل المناطق.

### 4- البرامج:

البرامج هي التي تحدد التميز التلفزيوني. وهي التي تشكل أساس المنافسة في هذا الميدان. والبرامج تتشكل من ثلاثة عناصر: الموضوع ومضمونه وطريقة إخراجها والبشر والكفاءات والإنتاج. وعلينا في خطتنا الراهنة أن نغني بهذه العناصر، منفردة ومجمعة. وعلينا أن نأخذ في عين الاعتبار المنافسة في السوق الخارجية التي تجعل الكلفة عالية فيما يتعلق بالكفاءات البشرية وبتكاليف الإنتاج. إلا أننا نستطيع، في موضوع البرامج أن نستند إلى تميز التلفزيون الجديد في أهدافه وتوجهاته في اجتذاب العدد الأكبر من

الكفاءات المهمة المهنية والفنية والثقافية بشكل عام. وهي بمعظمها ديمقراطية ليس لبنانياً وحسب، بل حتى عربياً.

إن الوضع الراهن لبرامجنا هو استمرار لفترة سابقة كان فيها التلفزيون الجديد يشق طريقه وينافس التلفزيونات الأخرى ويتقدم على بعضها. إلا أن الأوضاع التي نشأت خلال هذه الفترة باتت تتطلب نقلة نوعية في البرامج، سواء منها السياسية تنوعاً وأداءً في المواضيع والأشخاص والكفاءات المهنية، أم في سائر البرامج التي تتوجه إلى كل الفئات أو إلى فئات متخصصة ببعضها. ونقصد هنا بالبرامج كل ما له علاقة بالبحث خارج نشرات الأخبار والبرامج السياسية. وهي بمعظمها حتى الآن خارجية مشتراة، والقليل منها هو إنتاج محلي، ومن إنتاج التلفزيون الجديد. وهو أمر طبيعي. علمًا بأن التلفزيون الجديد يتميز، في هذا المجال، بأنه قد سعى، منذ البدء كنقطة انطلاق وكمبدأ لأن يعزز الإنتاج الوطني. وهو أمر نعتز به.

وإذا كان الاهتمام الحالي ما يزال ينصب باتجاه تنويع البرامج، إلا أن الجهود القائمة، في ظل الإمكانيات الحالية، لن تستطيع تلبية هذا الطموح. من هنا الأهمية التي تفردتها الخطة الجديدة في هذا المجال، بحيث لا يبقى موضوع أو قضية أو هم من الهموم أو اهتمام من الاهتمامات في المجالات السياسية والثقافية والترفيهية إلا ويكون لها برنامج، وهو أمر يدخل في الطموح، ويجري العمل لتحقيق ما يمكن تحقيقه منه بالتدرج.

وتقترح الخطة ثلاثة مستويات لتعزيز البرامج وفق الإمكانيات:

- المستوى الآتي، يتمثل في الاستمرار في الإنتاج القليل الكلفة وفي شراء الإنتاج العربي والخارجي المختار بدقة ليتجاوب مع هويتنا وتميزنا وتوجهاتنا، بالإضافة إلى ضرورة توسيع دائرة اتصالاتنا للاستفادة من الإمكانيات المتاحة من نوع التسهيلات التي تقدمها الآن الـ (ب.ب.س) عربياً ودولياً.

- المستوى المتوسط، يتمثل بالاعتماد على الإنتاج المشترك مع شركات محلية وعربية وأجنبية. وثمة اقتراحات ملموسة في هذا المجال لا بد من دراستها.

- المستوى الأبعد، يتمثل بالاعتماد على الإنتاج الخاص بنا عبر شركة إنتاج مستقلة ننشئها، أو عبر شركات نساهم بإنشائها مع شركات آخرين، أو عبر الدخول في شركات قائمة. أما فيما يتعلق بالبرامج الموجودة حالياً، سواء تلك التي تتم بعقود، أم تلك التي لم يوقع حولها عقود، فمن الضروري أن يعاد النظر فيها من أجل البحث في كيفية إنتاجها في ضوء الخطة الجديدة.

إلا أننا سنحتاج، في البرامج كلها بشكل عام، وفي بعضها على الأقل، إلى أن نخلق للتلفزيون نجومًا يستقطبون في برامجهم جمهوراً كبيراً. وهذا ما يمكن أن يبدأ من المذيعين والمذيعات في النشرة الإخبارية، وصولاً إلى البرامج الخاصة ببعض الفنانين المشهورين ذوي المواهب المعروفة والذين يتمتعون بالتفاف

جمهور كبير حولهم وحول ما يمكن أن يقدموه من برامج. والمشروع المرفق للبرامج يقدم صورة أولية حول ما يمكن تحقيقه، وحول الجدوى الاقتصادية، بالأرقام.

#### 5- الهيكلية الإدارية:

التنظيم الإداري علم قائم بذاته مثل سائر العلوم. لذلك فإن لكل ميدان من الميادين ولكل مؤسسة من المؤسسات هيكلتها الخاصة بها. حتى بين التلفزيونات، فإن لكل تلفزيون بحسب وضعه وتخصصه وبحسب وجهته العامة وطموحاته، هيكلته الخاصة به. ونعتقد بأننا سنكون بحاجة في إطار الخطة الجديدة إلى إعادة النظر بالهيكلية القائمة لجهة المزيد من تحديد المهمات فيها، بدءاً من رئيس مجلس الإدارة وصولاً إلى أبسط موظف. وفي ضوء هذا التحديد للمهمات يجري البحث عن الكفاءات التي تستطيع أن تقوم بها. وهي عملية تخضع للبحث وللتدريب وللتدرج، إذا لم تكن كل الكفاءات متوفرة، أو إذا لم تكن الإمكانيات المالية تسمح بالاختيار الفوري للكفاءات الأفضل. علمًا بأن البحث عن الكفاءات الأفضل مهما غلا ثمنها، هو الخيار الأفضل لحسن العمل. وهذا ما نقتحه للمرحلة المقبلة في إطار الخطة الجديدة. الكفاءات هي الأساس في ملء المراكز وتنفيذ المهمات. ولا مقياس أو معيار آخر في هذا المجال.

#### 6- وضع خطة للترويج للمحطة وبرامجها المختلفة:

إن قضية الترويج للمحطة هي من المهمات التي ينبغي التفتيش دائماً عن أشكال جديدة لها، سواء داخل المحطة ذاتها وبين البرامج، أم عبر المحطات الأخرى، إما بالتبادل أم لقاء ثمن معين، وكذلك في وسائل الإعلام المكتوبة، وفي الشوارع والأماكن العامة، وداخل المؤسسات التي تستقبل أناساً كثيرين (التعاونيات، المحلات التجارية الكبرى، أماكن العمل والدراسة إذا أمكن وغيرها..). المهم أن تبقى هذه المهمة حاضرة دائماً. وفي هذا المجال قد يكون من المفيد تنظيم جوائز، وسوى ذلك.. ولشركات الإعلان وللرعاية دور هام في هذا المجال.

إلا أن الترويج يرتبط بأمرين متلازمين: الأول هو العمل لتوسيع التغطية لتشمل أكبر مساحة ممكنة من البلاد، والأمر الثاني هو التحسين الدائم في البرامج.

#### 7- العمل لإصدار قانون يشرع الإعلام المرئي والمسموع:

إن غياب قانون يشرع الإعلام المرئي والمسموع، أو وضع قانون غير ديمقراطي من نوع قانون المطبوعات الحالي، من شأنهما أن يشكلا خطراً دائماً على المؤسسات الإعلامية المسموعة والمرئية. لذلك فإن العمل لإصدار قانون يشرع وينظم وسائل الإعلام المرئية والمسموعة هو، في الوقت الراهن، مهمة أولى بالنسبة لنا وبالنسبة لكل التلفزيونات الأخرى.

خلاصة:

إنَّ كل هذه العناوين التي عرضناها للخطة الجديدة لتطوير التلفزيون الجديد هي عناصر يكمل بعضها بعضًا، ولا يمكن أخذها منفصلة بعضها عن بعض. من هنا الحاجة إلى البدء فورًا بعد استكمال عملية الاكتتاب، وانتخاب مجلس إدارة جديد، في إنشاء فرق عمل لوضع هذه الخطة موضع التنفيذ.