

طبيعة العمل التلفزيوني والسينمائي
دراسة كيفية مقارنة

د. إبراهيم بن عبد الله الزايد
قسم الإذاعة والتلفزيون والفيديو - كلية الإعلام والاتصال
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

ملخص الدراسة

يعد الإنتاج الإعلامي مجال مهم واستراتيجي لإمكانية تأثيره في حياة الأفراد والجماعات، وهو نشاط اجتماعي-ثقافي وتجاري في نفس الوقت، جعل من المادة الثقافية في معظمها سلعة استهلاكية، ويضاف إلى هذين البعدين الاستراتيجيين الثقافي السلوكي من ناحية والتجاري الاقتصادي من ناحية أخرى؛ البعد السياسي في مفهومه العام. وكما هو مستقر لدى دارسي الإعلام فإن الانتاج السينمائي يقع عليه عبء بقاء صناعة السينما واستمرارها، أما الانتاج التلفزيوني فهو مجموعة عمليات ابداعية جاذبة لشريحة أكبر من الجمهور لتصل إلى جمهور عريض جداً من المشاهدين. وبين انتاجيات السينما وانتاجيات التلفزيون يقع غموض في فهم معنييهما والفرقة بين عمليهما، وهو ما تحاول هذه الدراسة استجلاءه، من خلال إجراء دراسة نظرية مقارنة تعتمد في مادتها على المراجع العلمية النظرية، والمراجع الميدانية التطبيقية السابقة.

وستركز هذه الدراسة على الموضوعات التالية:

1. خصائص (طبيعة عمل) الانتاج التلفزيوني.
2. خصائص (طبيعة عمل) الانتاج السينمائي.
3. مراحل الانتاج في العمل السينمائي.
4. مراحل الانتاج في العمل التلفزيوني.
5. مصطلحات متداولة في العمل التلفزيوني والسينمائي.

الكلمات المفتاحية : مقارنة؛ السينما؛ التلفزيون.

مقدمة:

يعد الإنتاج الإعلامي مجال مهم واستراتيجي لإمكانية تأثيره في حياة الأفراد والجماعات، وهو نشاط اجتماعي-ثقافي وتجاري في نفس الوقت، جعل من المادة الثقافية في معظمها سلعة استهلاكية، ويضاف إلى هذين البعدين الاستراتيجيين الثقافي السلوكي من ناحية والتجاري الاقتصادي من ناحية أخرى؛ البعد السياسي في مفهومه العام.

وكما هو مستقر لدى دارسي الإعلام فإن الانتاج السينمائي يقع عليه عبء بقاء صناعة السينما واستمرارها، أما الانتاج التلفزيوني فهو مجموعة عمليات ابداعية جاذبة لشريحة أكبر من الجمهور لتصل إلى جمهور عريض جداً من المشاهدين.

ويعرف الانتاج التلفزيوني: Television production¹ بأنه: "مجموعة النشاطات المتصلة بالمنتج أو المنتج، أي تلك المادة التي تصبح بفضل تلك النشاطات جاهزة للبث"، وهذا يعني أن الإنتاج التلفزيوني عملية مركبة وطويلة تتشكل في جملة من الحلقات منها؛ الإدارة، وكتابة النصوص، والترجمة، والتسجيل، والتصوير، والتقديم، وغيرها.

وهي أيضاً عملية إبداعية، تهدف إلى تحويل الأفكار من فكرة إلى مجموعة من الصور والأصوات، ووضعها في قالب فني شيق، بهدف توصيلها إلى جمهور المشاهدين، والتأثير عليهم. و"هذه العملية الإبداعية تحتاج إلى تكاتف خبرات عديدة في مجالات الادارة والتخطيط والمحاسبة والهندسة الاذاعية والتصوير بكل أنواعه والصوت وفنون الإضاءة والديكور والأزياء والمكياج والتمثيل والمؤثرات والتسويق والبحوث".

¹ الشلبي، محمد؛ العياري، منصف (2003) الإنتاج الإعلامي العربي للتلفزيون مجاًلاً، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (49)، تونس: منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية.

كما يعرف الانتاج السينمائي: Film production² بأنه المحرك لكافة المهن السينمائية المتخصصة القائمة على تنفيذ الفيلم حتى يصبح قابلاً للعرض الجماهيري - وبعبارة أخرى هي العصب الأساسي الذي يقوم عليه بناء الفيلم، بداية من مرحلة دراسة الجدوى وحتى مرحلة العرض الجماهيري، والذي يندفع من خلاله العمل السينمائي قدماً إلى الأمام على مستوى كل تخصص سينمائي طبقاً للبرنامج المخطط له مسبقاً قبل بدء التنفيذ.

وهي المهنة التي يقع على عاتقها ليس فقط عبء بقاء صناعة السينما واستمرارها، بل كذلك نموها وازدهارها اقتصادياً، وذلك في حالة إذا أمكن أدائها بمستوى من الكفاءة المتميزة من خلال مديري الإنتاج الدارسين الذين يوفقون بقدراتهم وخبراتهم المتعمقة في التوظيف الاقتصادي الأمثل لعناصر الإنفاق السينمائي دون أدنى إخلال بعناصر الجودة الفنية والفكرية وبعوامل الجذب السينمائي الأساسية والتي لها مردودها في تعظيم إيرادات الأفلام وتدعيم اقتصاديات صناعة السينما³.

مشكلة الدراسة:

بين انتاجيات السينما وانتاجيات التلفزيون يقع غموض في فهم معنييهما والفرقة بين عمليهما، وهو ما تحاول هذه الدراسة استجلاءه، من خلال إجراء دراسة نظرية مقارنة تعتمد في مادتها على المراجع العلمية النظرية، والمراجع الميدانية التطبيقية السابقة.

وستركز هذه الدراسة على الموضوعات التالية:

1. خصائص (طبيعة عمل) الانتاج التلفزيوني.
2. خصائص (طبيعة عمل) الانتاج السينمائي.

² Konoplev, B. N. (2004) *Outline for the production of a film*, 3 nd ed. Moscow.

³ Goriunova, G. N., and V. G. Chernov. () *Economy of cinema*. 2 nd. Moscow.

3. مراحل الانتاج في العمل السينمائي.
 4. مراحل الانتاج في العمل التلفزيوني.
 5. مصطلحات متداولة في العمل التلفزيوني والسينمائي.
- خصائص (طبيعة عمل) الانتاج التلفزيوني:**

تتمحور آليات البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية حول ثلاث أدوات رئيسة وهي؛ التلفزيون بكونه جهاز استقبال، والأقمار الصناعية كأدوات للبث، والقنوات الفضائية كظاهرة اتصالية ناتجة عن التطورات الحاصلة في مجال الاتصالات الفضائية وتقنياتها. ولقد اكتسح التلفزيون مختلف مجالات الحياة الإنسانية، وامتدت وظائفه لتشغل كل أوجه النشاط الإنساني، إلى حد أصبح فيه أهم مصادر الثقافة والمعرفة وإحدى أهم ركائز التأثير والتغيير وخاصة بالنسبة للقوى التي تسعى للهيمنة الإعلامية والثقافية، ويعد من بين وسائل الإعلام الجماهيري التي استفادت من الثورة التكنولوجية لما لها من قدرة على التأثير، وإمكانية تغيير المواقف والاتجاهات والقدرة على الاستحواذ على قطاع واسع من الجمهور، فبعد استخدام الألوان في منتصف الستينات في العشرة الأخيرة من القرن الماضي تبع ذلك تطورات جذرية، فظهر ما يعرف بالتلفزيون عالي الدقة (TV.HD) وبدأ شكله يتجه أكثر فأكثر نحو الاستطالة والاقتراب من شاشة السينما، ليسمح له بعرض الأفلام السينمائية 35 ملم، دون الحاجة إلى استخدام ذلك الفاصل الأسود، وهو ما يرشح التلفزيون لأن يحل محل دور العرض السينمائي التي ظلت تنفرد به لمدة طويلة، كما يعتبر إدخال الصوت الرقمي الستيريو فوني (هيفي) من آخر أنواع التطويرات قصد تحقيق استماع جيد ومشوق لجمهور الوسيلة، كما أصبح بالإمكان أن ترسل المحاضرة أو البرنامج الواحد بعدة لغات ليختار كل مشاهد اللغة التي تناسبه ليستمع بها إلى البرنامج، مثل ما تعمل به حاليا بعض القنوات الفضائية، مثل قناة يورو نيوز في انتظار أن تعمم المشاركة على الكثير من القنوات

التلفزيونية مستقبلا خاصة منها التي تبث وتستقطب قطاعا واسعا من الجمهور عبر مختلف أنحاء العالم الذي يتميز بالتنوع اللغوي إضافة إلى التنوع الثقافي والاجتماعي. وبما أن التكنولوجيا الحالية تتجه كلها نحو التصغير أكثر فأكثر فقد نحى التلفزيون نفس المنحى حيث تتجه الأبحاث إلى إنتاج تلفزيونات حائطية لا يتعدى سمكها 10 سم، وقد بدأت تعرض بالفعل في بعض الأسواق كما بدأنا نلاحظ تغيرات جذرية يشهدها الإخراج التلفزيوني، أيضا بالنسبة لتنمية مشاركة المشاهد الذي تحول من وضعية الاستقبال السلبي إلى مشارك أو مخرج إضافي بفضل منحه إمكانية اختيار وضعية الكاميرا أو الزوايا التي تلتقط بها الصورة وإمكانية إعادة اللقطات التي يريدها، كما تطورت أجيال من التلفزيونات التي تعرض على شاشتها أربع برامج أو أربع قنوات تلفزيونية يختار من بينها المشاهد البرنامج الذي يريده من خلال تكبير وجودها على الشاشة وحصر البرامج أو القنوات الأخرى في زوايا معينة منها حتى يتسنى له متابعة القناة التي يريدها أو البرنامج الذي يريده دون تفويت فرصة عدم مشاهدته للقنوات الأخرى. إلى جانب كل ذلك انخفاض أسعار التلفزيون ومختلف ملحقاته جعلت من هذه الوسيلة في متناول الكثير من الشرائح الاجتماعية يتشارك في اقتنائه الغني والفقير على حد سواء، بعد أن كانت في الستينات تعبر عن الثراء والرفاه الاجتماعي.

كل هذه المزايا إضافة إلى القدرات التي يمتلكها التلفزيون في نقل المعلومات من حيث التركيبة الثلاثية المنفردة (صوت، صورة، حركة) وكثافة انتشاره وكثافة مضامينه وإمكانية تأثيره في القيم والسلوكيات والمواقف جعله من أهم وسائل الاتصال الجماهيري.

خصائص (طبيعة عمل) الإنتاج السينمائي:⁴

تمثل مهنة الإنتاج السينمائي النشاط المحوري الذي تدور حوله كافة المهن السينمائية المتخصصة إلى أن يتم الانتهاء من تصوير وتشطيب الفيلم ويصبح جاهزاً للعرض. وهي المهنة التي تتولى مهمة تدبير كافة المستلزمات المادية (السلعية) ، والخدمية ، والبشرية السينمائية المتخصصة بالقدر والمستوى الذي يلزم لإنجاز الفيلم بأفضل جودة فنية وفكرية ممكنة دون أي إسراف أو ضياع في الإنفاق، وبمعنى آخر إنجاز الفيلم بأقل تكلفة ممكنة، وعلى الوجه الأكمل فنياً وفكرياً بدون التأثير سلبياً على عناصر الجودة والإبهار، فالإنفاق المسموح به هو الإنفاق المبرر الذي له جدواه وعائده الفنية والاقتصادية دون إغفال لعنصر الجودة.

وبشكل عام فإن مهنة الإنتاج السينمائي هي المهنة التي يحمل القائمين عليها أمانة الحفاظ على أموال الممولين السينمائيين بتوظيفها التوظيف الاقتصادي الأمثل في مجال إنتاج الأفلام الروائية....وبعبارة أخرى هي المهنة المسؤولة عن الحفاظ على رؤوس أموال المنتجين السينمائيين باستثمارها الاستثمار الاقتصادي والفني السليم في مجال إنتاج الأفلام الروائية بما يكفل استمرارهم في السوق السينمائية، لأن القائمين عليها ينوبون عن هؤلاء الممولين في استثمار أموالهم في هذا المجال المتخصص وهو إدارة إنتاج الأفلام.

ويسعى العاملون في هذه المهنة إلى عدة وظائف تبين خصائص وطبيعة العمل السينمائي، وهي:

أولاً: العمل على تحقيق التوازن بين الاعتبارات الفنية والاعتبارات الاقتصادية، وذلك على مستوى مراحل الإنتاج ابتداء من مرحلة دراسة الجدوى الاقتصادية المسبقة إلى مرحلة

⁴ ليوفيتسكي، جيل؛ سيرو، جان (2012) شاشة العالم: وسائل إعلام وسينما في عصر الحداثة الفائقة ، ط1 ، ترجمة: راوية صادق، القاهرة: المركز القومي للترجمة .

العرض الجماهيري للفيلم بدور العرض السينمائي على أن يكون ذلك دون تغليب لأي من هذين الاعتبارين على الآخر.

وذلك لأنه في حالة تغليب الاهتمام مثلاً بالاعتبارات الاقتصادية (التجارية) سيترتب على ذلك تأثير سلبي على مستوى الجودة الفنية والفكرية للأفلام مما سينعكس أيضاً على المستوى العام لصناعة السينما وعلى سمعتها ومستقبلها وبالتالي على اقتصادياتها على المدى البعيد. ومن ناحية أخرى فإنه في حالة تغليب الاعتبارات الفنية بالقدر الذي يمكن أن يؤثر على جماهيرية الفيلم فإن ذلك سيؤثر سلباً على اقتصاديات الفيلم، وبالتالي على اقتصاديات صناعة السينما عامة.

فالفيلم الروائي بطبيعته سلعة جماهيرية، وهو وسيلة اتصال، ووسيلة تعبير عن فكر بالإضافة إلى كونه فن هدفه الارتقاء والسمو بالفكر والأحاسيس. ولتوصيل هذه الرسالة يتعين أن يكون موضوع الفيلم مفهوماً وواضحاً لدى كل فئات الجماهير بمستوياتها المختلفة ضماناً للإقبال الجماهيري بالقدر الذي يحقق حجم الإيرادات الذي يكفي لتغطية تكاليف إنتاج وتسويق الفيلم مع تحقيق فائض مناسب بمعدل يتلاءم مع حجم مخاطرة الاستثمار في هذا المجال المتميز بما يكفل استمرار صناعة السينما وأداء رسالتها بشقيها الاقتصادي، والفني تجاه المجتمع على أفضل صورة ممكنة.

ثانياً: العمل على تحقيق التنسيق والترابط والتوفيق بين المتطلبات والرغبات المتعارضة، وذلك على مستوى المهن السينمائية المتخصصة القائمة على تنفيذ الفيلم بشكل متوازن، من خلال إمكانية تعميق العلاقة بين هذه المهن وبعضها البعض كفريق عمل في متكامل بما يعود بالصالح العام على الفيلم اقتصادياً وفنياً، وينعكس أثره بشكل إيجابي على سمعة أعضاء الهيئة الفنية المشتركة في إنجاز الفيلم، لأن الفيلم في نهاية الأمر ينسب إليهم جميعاً، وهو ما سيكون له صدى كبير في الوسط السينمائي، وبالتالي سيعود عليهم بمرود اقتصادي

كبير نتيجة الاتجاه لإسناد المزيد من الأفلام الجديدة إليهم بشكل متوالي وذلك لما يتميزوا به في أعمالهم من المرونة والتفاهم والتعاون والإخلاص من منطلق إحساسهم بالصالح العام للفيلم، والذي تشتمل ضمناً على صالحهم.

ثالثاً: العمل على إيجاد الحلول العملية السليمة لكل ما قد يطرأ من مشاكل أو عقبات أو ما قد يترتب على ذلك من اختناقات، وذلك على مستوى كل عمل خلال مراحل وخطوات إنتاج الفيلم خاصة في مرحلة التصوير، ومواجهتها في الوقت المناسب بما يكفل استمرار تدفق مسيرة العمل تجنباً لحدوث أعطال كبيرة يمكن أن يترتب عليها ضياع تكلفة يوم تصوير دون محاولة الاستفادة بأكبر قدر منها. كما ستؤدي هذه الأعطال إلى زيادة مدة تصوير الفيلم، ولذلك فإنه يتعين بقدر الإمكان محاولة السيطرة على الموقف، والتفكير في إيجاد حلول عملية سريعة للمشاكل الطارئة بالتعاون مع المخرج ومساعدته، من خلال إجراء التعديل الملائم في برنامج التصوير المعتمد لمواجهة المشكلة الفجائية التي قد تطرأ في ضوء الإمكانيات المتاحة من ممثلين، ومجاميع، ومعدات تصوير، وإضاءة، وخامات، وإكسسوارات، وأماكن تصوير، أو ما يتبع ذلك. يضاف أيضاً ما يسهل الحصول عليه وتديره من متطلبات جديدة أخرى ولزوم تنفيذ التعديل المقترح في برنامج العمل، وكل ذلك بأسرع ما يمكن خاصة إذا كان التفكير قد اتجه لتصوير بعض مشاهد الشوارع أو الحداثق، والتي لم يتم تصويرها بعد، وذلك طالما أن تصاريحها ستكون جاهزة مسبقاً من قبل بدء تصوير الفيلم.

وعموماً يتوقف أسلوب التصرف الذي يتخذ تجاه أية مشكلة طارئة وغير متوقعة خلال التصوير على عدة اعتبارات منها؛ طبيعة المشكلة وحجمها وآثارها المحتملة على مسار العمل، وأيضاً حسب مرحلة الإنجاز التي وصل إليها العمل في الفيلم، أي في ضوء الظروف العامة المحيطة بتوقيت حدوث هذه المشكلة الطارئة على أن يكون التصرف بفكر هادئ

وعقلانية وبمشاركة واعية وفعالة من جميع أعضاء المهن السينمائية المتخصصة بالفيلم الجاري تنفيذه للوصول إلى قرار جماعي يتخذ في مواجهة هذا الوضع المفاجئ بالشكل الذي يكفل تقليل حجم الأضرار الاقتصادية بقدر الإمكان إلى أدنى قدر ممكن.

وهكذا نرى أن مهنة الإنتاج السينمائي تتمثل أهميتها بشكل عام؛ في أنها المهنة ذات النظرة الشمولية العامة للعمل السينمائي، والهادفة إلى مراعاة كل أبعاده الفنية والاقتصادية بشكل متوازن لما فيه الصالح العام للفيلم ولصناعة السينما ولفريق العمل الفني القائم على صناعة الفيلم، من خلال القدرة على تعميق العلاقة فيما بين أعضاء هذه المهن كفريق عمل متكامل.

مراحل الانتاج في العمل السينمائي⁵

مراحل الإنتاج في العمل السينمائي هو الدافع الأكبر المحرك لكافة المهن السينمائية المتخصصة القائمة على تنفيذ الفيلم حتى يصبح قابلاً للعرض الجماهيري، بداية من مرحلة دراسة الجدوى وحتى مرحلة العرض الجماهيري، والذي يندفع من خلاله العمل السينمائي قدماً إلى الأمام على مستوى كل تخصص سينمائي طبقاً للبرنامج المخطط له مسبقاً قبل بدء التنفيذ.

تتم عملية الإنتاج في عدة خطوات بعد اختيار العمل السينمائي:

⁵ انظر:

- David Bordwell, Janet Staiger, Kristin Thompson (2006) *The Classical Hollywood Cinema: Film Style and Mode of Production to 1960*. UK: Taylor & Francis (e-library).
- Bastian, Cleve (2013) *Film Production Management, 3 Ed.*, UK: Focal press (e-library).

دراسة الجدوى:

يتم خلالها عدة مراحل متعلقة بالنص السينمائي
موافقة الرقابة على النص

فلا يتم البدء في الخطوة التالية الا اذا كانت إدارة الرقابة موافقة على إنتاج النص.

دراسة الموقف التسويقي المرتقب

دراسة ميول الناس السينمائية، وموضوع النص السينمائي، والفئة الموجه لهم ومدى قابليتهم لمحتوى الفيلم.

الموقف التكنولوجي لمحتوى النص

يجب أن تتوافر لدى الجهة المنتجة الإمكانيات التكنولوجية ووسائل التقنيات الحديثة المناسبة لتصوير المشاهد الواردة في النص، من كاميرات مناسبة، وخدع فنية، وفنيون متخصصون وبرامج وأجهزة خاصة لضمان إيصال فكرة الكاتب بصريا وسمعيا.

اللياقة البدنية والاداء الحركي للممثلين

اختيار الممثلين المناسبين بحسب أدوارهم في النص، ويكونون على مستوى مناسب من اللياقة البدنية والأداء.

الموقف التمويلي

التأكد من إمكانية تدبير كافة المتطلبات التمويلية من السيولة النقدية اللازمة لمواجهة كل تكاليف إنتاج وتسويق الفيلم.

اعداد الميزانية المبدئية

يتولى مدير الإنتاج السينمائي إعداد أرقام الميزانية التقديرية البدائية ليتفق عليه التفريغ الإنتاجي للسيناريو، أي تفريغ السيناريو لأغراض إنتاجية بحسب الممثلين ومواقع التصوير

والطاقم الإنتاجي المستخدم.

التحضير

يتم فيها البدء بتدبير المستلزمات المادية، وعمل العقود:

- التعاقد مع كاتب السيناريو
- التعاقد مع مدير الإنتاج
- التعاقد مع الطاقم الفني
- الممثلين الرئيسيين، الثانويين، المهن السينمائية الأخرى.
- التعاقد مع الاستوديوهات
- توفير الخامات السينمائية
- مشاركة الطاقم الفني
- فني اختيار مناطق التصوير المناسبة
- استخراج تصاريح التصوير
- في المواقع الخاصة، أو العامة من الجهات المعنية، المسؤولة.
- متابعة إنجاز المواد الخام
- الديكور، الملابس والاكسسوارات.
- تجربة الأجهزة السينمائية
- اعداد الميزانية النهائية

مرحلة التصوير

وتتم على مرحلتين

- متابعة آلية سير تصوير المشاهد.
- تحويل الشريط السينمائي إلى صور.

مرحلة التشطيب

إضافة الصوت إلى الصورة، الديالوج "الحوار"، والموسيقى التصويرية، والمؤثرات الصوتية الأخرى.

مرحلة العرض

اختيار دور العرض المناسبة، واعداد الملصقات والاعلانات الفلمية والحملات الاعلانية الترويجية للفلم.

التوزيع

وهو عملية بيع حقوق الاستغلال للفيلم السينمائي. كما تقوم منشآت سواء كانت فردية أو شركات بهذه العملية، ويطلق عليها كلمة "موزع". وتقوم منشآت التوزيع أو الموزع ببيع حقوق الاستغلال لحساب المنتج. وإن كان في هذا المجال لا يتم البيع باسم المنتج، وإنما باسم الموزع كما لو كان الفيلم ملكه مقابل أجر اتفق علي أن يسمى "عمولة توزيع". ويكون التوزيع داخلي وخارجي، ويعتمد على السوق الداخلية بشكل أكبر، ولها طرق متعددة.

المنتج

المنتج السينمائي، ويسمى "المنتج المنفذ" وهو من يقوم بعملية تلقي النص واختيار المخرج المناسب له وفق الإمكانيات المادية المتوافرة لدى شركة الإنتاج التي ستقوم بإنتاج الفلم. باختصار هو من يقوم بعملية الإنتاج السينمائي.

مراحل الإنتاج في العمل التلفزيوني⁶

إن الإنتاج التلفزيوني هو مجموعة النشاطات المتصلة بالمنتج أو المنتج أي تلك المادة التي تصبح بفعل تلك النشاطات جاهزة للبث. ويجب القول بدءاً إن ذلك يقتضي النظر إلى أمرين وهما؛ عملية الإنتاج من ناحية والمنتج من ناحية أخرى. أي المسار المتبع والنتيجة المتحصل عليها.

وتنضاف إلى هذين البعدين ثلاثة أبعاد أخرى وهي أولاً ما يسبق مرحلة البدء في الإنتاج ثم ما يلي مرحلة المنتج ونقصد بذلك مرحلة التفكير فيما سينتج ثم مرحلة ما يأتي بعد المنتج أي التسويق والبث والتقييم، والبعد الثالث وهو المحيط الذي يحدث فيه كل ذلك أي مختلف الملائمات المحلية والإقليمية والدولية السياسية والاقتصادية منها والمالية والثقافية والقانونية وغيرها من النظم والمنظومات التي تحكم عملية الإنتاج أو تؤثر فيها.

ويمكن إجمال القول لمعالجة مفهوم الإنتاج وواقعه باعتماد ثلاثة مستويات هي:

- القدرات البشرية والإمكانات المادية.
- المادة الإعلامية المنتجة في حد ذاتها.
- المحيط الذي يحدث فيه ذلك كله.

⁶ أنظر:

- Hilary Wyatt, Tim Amyes (2005) *Audio Post Production for Television and Film: An Introduction to Technology and techniques*, 3^{Ed.}, UK: Focal Press (e-library).
- Jim Owens, Gerald Millerrson (2012) *Television Production*, 15th Ed., UK: Focal Press (e-library).

مسألة القدرات البشرية والإمكانات المادية

أولاً: مسألة القدرات البشرية

إن المنتج ومفهومه متصلان اتصالاً شديداً بمسألة القدرات البشرية الفاعلة في ذلك المجال. وتفسير ذلك إلى أن المنتج الإعلامي يقوم على مفارقة ذات طرفين؛ فهو منتج ذو منطقة عمل إبداعي من ناحية، ومن ناحية أخرى أنه بضاعة تسوق كأي سلعة أخرى قصد الاستهلاك.

وهذا الوضع يتطلب من المشرفين على هذا الحقل العمل على التوفيق بين مقتضيات مجالات متعددة ومختلفة يصعب التوفيق بينها في أحيان كثيرة وهي مقتضيات يتصل بعضها بالتمويل والتنظيم والتوظيف والتخطيط والتنسيق بين الجهات المتداخلة التي لا تخضع عادة للضوابط نفسها ولا تعمل بالمفاهيم نفسها في نظرتها إلى تلك الجوانب. فكيف يمكن على سبيل المثال لا الحصر التعامل مع المبدعين الذين يؤمنون عادة الأفكار التي تحول إلى مادة إعلامية؟ وكيف يكافؤون ومن يفعل؟ وما إلى ذلك.

ثم إن مسألة القدرات البشرية لا تطرح في شأن أولئك فقط بل تتعداها إلى القدرات الفنية والتقنية من جهة والقدرات الإدارية من جهة أخرى. والمفارقة هنا أيضاً هي أن المنتج الإعلامي الذي لا يكون جيداً بمضمونه فقط بل بشكله يقتضي قدرات بشرية إبداعية فنية تقنية تكون على درجة عالية من المهارة في مجال يفرض بفعل التحولات التكنولوجية، وتغيرات عميقة متسارعة تجعل تلك المهارات المكتسبة بالية.

ثانياً: مسألة الإمكانات المادية

إن ما سبق ذكره يضع المهتمين بالإنتاج الإعلامي أمام حقيقة مفادها أن الإنتاج الإعلامي يقتضي أموالاً طائلة للتغلب على صعوبتين:

أما الأولى؛ فهي مكافئة القدرات البشرية الإبداعية في مجالي الفكرة من ناحية والتنفيذ الفني التقني من ناحية أخرى وقد يعرضهم إلى صعوبات إجرائية متصلة بالتنظيمات الإدارية الوظيفية المعمول بها.

أما الثانية؛ فهي توفير المال اللازم لمواكبة ما تحدثه التحولات التكنولوجية من حاجة إلى توفير معدات فنية تقنية مكلفة من ناحية وسريعة التقادم من ناحية أخرى وهي معدات إن لم يتم توفيرها يصبح المنتج الإعلامي العربي في وضع منافسة لا يقدر عليها.

المنتج الإعلامي:

وهو البعد الأهم على الإطلاق لأنه هو نهاية المطاف. والمنتج مفهوم شامل مجرد غير إنه في الوقت ذاته بضاعة وجب عند إنتاجها تصنيفها إلى أنواع أو أنماط تقتضي مسميات. ويمكن تصنيف ذلك باعتماد المستويات التالية:

- طبيعة المنتج.
- مضمونه.
- هدفه.
- جمهوره.

طبيعة المنتج: ويقصد بذلك الجواب عن السؤال التالي: هل المنتج ذو طبيعة واقعية أم هو من وحي الخيال أم هو خليط بين هذا وذاك؟

فالمنتج يمكن أن يكون نقلا لواقع مقيد بمكان وزمان يتصل بأشخاص يحملون أسماء وصفات كالأشرطة الوثائقية ويمكن أن يكون من نسج الخيال كمعظم الأفلام والمسلسلات وغيرها ويمكن أن يكون في منزلة بين المنزلتين كالحديث عن واقع بتشخيص من صنع الخيال. والوقوف عند ذلك أمر مهم حتى لا يحدث خلل في حجم المنتج فتغرق السوق عندئذ بكم هائل من البرامج ذات الطبيعة الواقعية مثلا ويظهر نق أو فراغ في غيره.

المضمون: وكذلك الشأن فيما يتصل بالمضمون في معنى أن المنتج الإعلامي يعالج مجالات الحياة جميعها بل يتعداها إلى الخيال والصعوبة.

هنا تتمثل في التصنيفات المتعددة والمتداخلة أحياناً. ويمكن القول أن تصنيف موضوعات المنتج على النحو التالي تفي بالحاجة.

- البرامج ذات الموضوعات السياسية.

- البرامج ذات الموضوعات الاقتصادية.

- البرامج ذات الموضوعات الثقافية.

- البرامج ذات الموضوعات الاجتماعية.

- البرامج ذات الموضوعات العلمية.

- البرامج ذات الموضوعات الدينية.

- البرامج ذات الموضوعات الرياضية.

- البرامج ذات الموضوعات المتنوعة.

الوظيفة: والوظيفة غير المضمون لأن المضمون الواحد قد يؤدي وظائف مختلفة إما في برنامج واحد أو في برامج مختلفة فهو أشبه بالعجين نضع منه ما نشاء. ويمكن تحديد أربع وظائف رئيسية تنفرع عنها وظائف ثانوية أخرى؛ الوظيفة الاختبارية والوظيفة التفسيرية التحليلية التربوية والوظيفة الدعائية التأثيرية التوجيهية والوظيفة الترفيهية.

ويعتقد الباحث أن الوقوف عند توحيد المفاهيم والمصطلحات أمر مهم في مجال الإنتاج الإعلامي لأن ذلك يقود إلى التنسيق في مستويين: مستوى التخطيط للإنتاج ومستوى تنفيذ الإنتاج ثم كذلك التسويق لأن إطلاق مسميات مختلفة غير موحدة على بضاعة واحدة يقود ضرورة إلى الغموض في الفهم فالغموض في التعامل بين المنتجين والمستهلكين.

ثم أن توحيد المصطلحات من ناحية والنظر إليها عند التخطيط والإنجاز يجعل المشرفين على الإنتاج يتفطنون إلى قضية التنوع في المنتج طبيعة ومضموناً ووظيفة وكذلك جمهوراً. الجمهور: من نافلة القول إنه لا يمكن إنتاج مادة إعلامية دون التفكير في طبيعة الجهة المستهدفة أي المستهلك. والمستهلك هنا هو القنوات التلفزيونية التي تقتني بضاعة عرضها من جهة والجمهور المشاهد من ناحية أخرى.

أما جمهور المشاهدين فإنه من اليسير القول إنه وجب النظر عند التفكير في الإنتاج إلى سنه وجنسه ومستواه التعليمي وظروفه المهنية إلى غير ذلك مما هو متعارف عليه. غير إنه وجب الانتباه اليوم إلى أن اتساع مجال البث وتعددده يفرض النظر إلى اعتبارات أخرى وهي الجنسية واللغة والدين والعادات والتقاليد وهي جوانب لا تثير مشكلات كبيرة عندما يكون البث قطرياً في حدود معلومة.

وأما القنوات فوجب النظر إلى حاجاتها على الأقل من منطارين؛ منظار موقع بعضها باعتبار مجال البث الذي أصبح من العسير تحديده ثم من منظار طبيعة البرامج التي تبث، في معنى أن تعدد القنوات الفضائية قاد إلى ظهور قنوات متخصصة في بعض فئات البرامج وهو ما أدى إلى ظهور فئات متجانسة من الجمهور لا يجمع بينها لا سن ولا جنس ولا لغة ولا مستوى تعليمي بل اهتمامات مشتركة كالرياضة أو الصيد وغيرها.

وملخص القول في هذا المجال إن المنتج الإعلامي لا يكون رائجاً ما لم يأخذ بعين الاعتبار درجات إقبال المشاهدين عليه وهو أمر - وإن كان يصعب تحديده في هذا العصر - قد يدرك بمؤشرات أو استطلاعات رأي لتمكن من تحديد العيوب لتلافيها ونقاط القوة لدعمها.

الخطط:

إن الانتاج الاعلامي ليس حصيلة ابداع فكري ومهارات فنية تقنية وامكانيات مالية مادية فقط بل هو يخضع إلى ضوابط اجتماعية ثقافية واقتصادية تجارية.

مصطلحات متداولة في العمل التلفزيوني والسينمائي

المؤلف: (Writer)

هو واضع القصة الأساسية للفيلم.

المونتاج: (Montage)

يعد المونتاج الركيزة الأساسية لأي مشروع إنتاج تلفزيوني أو سينمائي، والمونتاج في الترجمات الحرفية الفرنسية Montage: ،، ويعني التوليف أو التركيب؛ أي تركيب أو رفع شيء على آخر، فهو فن اختيار وترتيب المشاهد وطولها الزمني على الشاشة، بحيث تتحول إلى رسالة محددة المعنى. ويتلخص عمل المونتاج في إعادة ترتيب اللقطات التي تم تصويرها في وقت سابق، وإزالة المشاهد والزوائد غير الضرورية، وإضافة المؤثرات الخاصة بواسطة أجهزة، ولكن حديثاً أصبح الأمر لا يستدعي الحصول على تلك الأجهزة التي يرتفع سعرها، فأصبح هناك العديد من برامج الكمبيوتر التي تقوم بهذا العمل ويستخدمها أشهر الخبراء في وقتنا الحالي. ويستند المونتير (Editor) (الذي يقوم بالمونتاج) في عمله على خبرته وحسه الفني وثقافته العامة وقدرته على إعادة إنتاج مشاهد تبدو مألوفة لكنها بالقص واللمس وإعادة الترتيب والتوقيت الزمني للأحداث، تتحول إلى دراما ذات خطاب متعمد موجه إلى الجمهور.

وفي بعض الأجهزة التقنية الحديثة يسمى المونتاج بـ Video Editing: (تحرير الصور). ومع الطفرة التقنية التي تتسارع وتيرتها يوماً بعد يوم، يبرز دور المونتير إلى أن يتوازي مع دور المخرج وكاتب السيناريو لأي عمل درامي.

المخرج: (Director)

هو الفني المسؤول الأول عن الفيلم من نجاح أو إخفاقات، وعلى عاتقه تقع مسؤولية جميع العاملين من فنانين وفنيين. وهو المسؤول إذا عجزت ميزانية الفيلم عن تغطية التكاليف، فالمخرج مسؤول عن تقبل ذلك ووضع الجدول المناسب للمصروفات ليخرج الفيلم على أقل الأحوال بنحو متقبل لدى الجمهور. إلا أن على المخرج في العادة أن يعقد عدة اجتماعات مع المنتج أو مدير الإنتاج قبل البدء في عمل أي شيء للفيلم، ويقدم جدولاً وتصوراً كاملاً للعمل وتكاليفه.

كما أنه الشخص المسؤول عن التنفيذ الحرفي للسيناريو المكتوب، وهو المسؤول عن اختيار العناصر الإبداعية في العمل (كالأبطال الرئيسيين، ومدير التصوير، والمونتير، ومصمم الديكور، ومصمم الملابس، وواضع الموسيقى التصويرية)، وتوليف كل العناصر في تناسق تؤدي إلى مشهد صحيح.. وفي الآخر فيلم متماسك شيق. ينسب الفيلم إلى مخرجه فقط.

تسكين الأدوار: (Casting)

هو الشخص أو الأشخاص القائمين على اختيار الممثلين المناسبين للأدوار المكتوبة (غير أبطال العمل أو ذوي الأدوار الرئيسية المؤثرة في الفيلم) .. ويقتصر دور المخرج - مع المنتج، وأحياناً مع الموزع - على اختيار أبطال العمل. ألا أنه في أغلب الحالات التطبيقية يقوم المخرج فقط باختيار الممثلين الأوائل للفيلم، ثم يقرر أوصاف الشخصيات التي يرغبها للأدوار الأخرى، عندها يقوم مساعد المخرج باستدعاء الممثلين، ويطلب منهم صوراً شخصية وسيروهم الذاتية المتعلقة بالعمل، ويجري لهم اختبار تصوير لكشف مناسبتهم للأدوار المطلوبة في الفيلم.

المنتج: (producer)

هو الذي يمول الفيلم، ويؤثر تمويله في جودة العمل الفني للفيلم، وجميع عناصر خطة العمل. وقد يكون الممول شخصاً واحداً أو شركة. كما يخصص أثناء العمل شخص مسؤول عن متابعة المصروفات المالية للفيلم لتأخذ المجرى السليم المخطط لها، كما يحتفظ بمجدول للميزانية المتبقية للفيلم. ويطلق عليه أحياناً مدير الإنتاج (production manager) أو مدير وحدة الإنتاج (unit production manager)، ويأخذ أهمية أكبر في العمل السينمائي، بحيث يكون ممولاً ومشرفاً على العمل من بدايته وحتى انتهائه وعرضه وما بعد العرض.

ريجيسير: (Regisseur)

هو المتعهد بتقديم الممثلين الثانويين للمخرج بعد أن يتعاقد معهم، ويختارهم من خلال تعليمات المخرج عن الأشخاص اللازمين للفيلم، ونوع الأدوار التي سيقومون بها.

مدير التصوير: (Director of Photography)

هو الشخص المسئول عن تحديد زوايا التصوير وأماكن وضع الكاميرات، كما يدخل في اختصاصه الإضاءة. ويعد عمله غايةً في الأهمية لارتباط عمله بجميع أجزاء وجدول العمل وجميع فريق العمل، إذ يعتمد العمل على الأجزاء البصرية الظاهرة للمشاهد والتي يتحكم فيها مدير التصوير بناء على سيناريو الفيلم وتوجيهات مخرج الفيلم. كما يرجع إليه فريق العمل لسؤاله عن الأجزاء التي ستكون ظاهرة للمشاهد.

السيناريو: (Scenario))

سرد لأحداث الفيلم كتابة.. حيث يقسم الصفحة لقسمين.. إحداها للحوار، والآخر لوصف الأماكن والأحداث وحركة الممثلين. والسيناريست) (Scenarist هو كاتب السيناريو وتتلخص مهمته في ترجمة القصة إلى لقطات ومشاهد، وترقيمها وترتيب تسلسلها.

كما يخصص شخص لمراجعة الحوار أثناء التصوير، وهو الشخص الوحيد المسموح له بإيقاف التصوير (shooting) إذا احتل الحوار المنطوق عن الحوار المكتوب - بعد المخرج.

الاستديو: (Television Studio)

عبارة عن قاعة جدرانها وأرضيتها عازلة للصوت، تدعمها عدة قاعات وغرف أخرى وتجهيزات تتعلق بتسجيل أو نقل الصوت والصورة لأي موضوع على أرض الاستديو. وتتفاوت أحجام ومساحات الاستديوهات حسب الغرض منها والتقنية المستخدمة فيها. كما تؤثر نوعية وحجم الاستديو على عدد عناصر الفريق العامل لتشغيله وخبرتهم. فهناك استديو الأخبار، واستديو البرامج، واستديو الدراما، والاستديو التعليمي، واستديو الاستعراض، واستديو الربط. كما يطلق على الجزء الذي يجري التصوير فيه داخل الاستديو مسمى: البلاتوه. (Plateau)

وإذا كان التصوير خارج الاستديو فيسمى المكان الذي يجري فيه التصوير ب: الموقع (Location).

عربة النقل الخارجي: (Boxcar Outside =OB Van)

هي غرفة تحكم كاملة لنقل الأحداث الخارجية من رياضية إلى سياسية إلى حفلات منوعات وغيرها، ويمكن أن تستخدم لتغطية فقرات خارجي وترتبط مع الاستديو. وهي ستحتاج إلى طاقم مساو للطاقم الفني داخل الاستديو؛ اعتمادا على حجمها. عربة النقل الخارجي أصبحت من الضروريات الأساسية لأي محطة تلفزيون تقوم بإنتاج برامجها. وتعتبر كوحدة مستقلة في حد ذاتها. وترتبط بالمحطة أو استديو الإنتاج أثناء النقل الخارجي عبر:

1. شبكة المايكروفيف

2. الكابل

3. السوائل الفضائية.

المكايير: (Maquiller/Makeup Artist)

عمل ابتكارى يضع المكايير إبداعه فيه بالشكل الذي يخدم معنى الصورة، وينفذ المكياج المناسب لكل شخصيات الفيلم (وله مساعدون بالطبع)، والمكياج عمل أساسي جرت العادة عليه لكل من يقف أمام الكاميرا من مديعين أو ممثلين (كرومات الأساس للرجال - وتوجد أيضا في برامج التلفزيون للمديعين). ويعمل المكايير بالتعاون مع السيناريست والمخرج ومدير التصوير لتقرير المتطلبات التصويرية بالنسبة للمكياج. ويعد المكايير جدولاً بالمكياج بمشاركة المساعدين.

مهندس الديكور والمناظر: (Art/set Director)

هو المسؤول عن رسم، وإعداد، ومراقبة تنفيذ الديكورات والمناظر المطلوبة للفيلم، كما هو مبين في السيناريو. ويتم عمله بالتعاون مع المخرج ومدير التصوير للتأكد من معرفة أجزاء المنظر التي ستكون مضاءة. وبما أنه "المشرف البصرى" فيحق له التدخل في الملابس والإضاءة - وهما من اختصاص آخرين - لكي ينسق الرؤية البصرية العامة للمشاهد.

شارة الفيلم/ التتر: (intro/end title sequence)

التتر .. والذي يتضمن شارة البداية أو المشهد الافتتاحي قبل عرض الفيلم وكذلك يتم تكرارها عند نهاية الفيلم، وتعد وصفاً مميزاً للفيلم يتخلله في الغالب موسيقى وعرض لشخصيات العمل.

المصَوِّر: (Cameraman))

هو المصور السينمائي المكلف بإدارة آلة التصوير، والتقاط مناظر الفيلم.

الكلاكييت: (Clapper Board)

يقوم عامل الكلاكييت وهو الشخص المسئول عن وضع لوحة الكلاكييت أمام وجوه الممثلين - حتى تظهر واضحة أمام الكاميرا وهي مقترية من الممثل زووم - قبل بداية كل لقطة .. الفائدة تظهر في أثناء مرحلة المونتاج - بعد انتهاء التصوير - حيث يكون الفيلم عبارة عن عدد من "اللقطات" المصورة دون تسلسل (تبعاً لأماكن التصوير وظروف الإنتاج وأشياء أخرى) .. فيقوم "المونتيير" - أى الشخص الفني الذى يقوم بالمونتاج - بترتيب اللقطات حسب تسلسل السيناريو ، ويرشده في ذلك أرقام اللقطات والبيانات المكتوبة على لوح الكلاكييت الموضوع أمام الكاميرا أثناء التصوير (أو بالأحرى قبل بداية حركة المشهد مباشرة).

الشاريو: (Boom)

ذراع ميكانيكى يحمل الكاميرا (مع المصور) إلى أعلى الأرض .. ابتداء من أعلى رؤوس الممثلين ، وما فوق (وهو يختلف عن الكرين الذى يصور اللقطات العملاقة).

ستيدى كام: (Steady Cam)

هي في الأساس تطلق لتعني القطعة المخصصة لمصورى كاميرات الفيديو تفيد في منع اهتزاز الكاميرا أثناء المشي . واستعار البعض اللفظ إلى مصور متخصص في حمل الكاميرا السينمائية - الثقيلة جدا - بواسطة أربطة تربط بظهره وأكتافه ، لتكون أمامه ، وليست محمولة على الكتف كالكاميرا التلفزيونية (الفيديو).

مشاهد مسحوبة: (Scenes Trailer/ Trailer)

وهي مشاهد أو لقطات مأخوذة من الفيلم الأصلي، ويعرض في دور السينما أو التلفزيون للإعلان عن الفيلم الأصلي.

النسخة الأم: (Standard)

مصطلح يطلق على النسخة النهائية من الفيلم، أو النسخة التي يعمل عليها المونتاج.

المؤثرات الخاصة: (Special Effect)

هي أي تأثيرات تستجد على الفيلم بعد تصويره في القسم الخاص بالمؤثرات الخاصة.

المشهد (Scene) واللقطة: (Shoot)

"المشهد" هو وحدة السيناريو ، بينما "اللقطة" هي وحدة التصوير/التنفيذ . يكتب السيناريو على هيئة مشاهد (كما تكتب الرواية - الأدبية - وكما يكتب ويصور السيناريو التلفزيوني) .. لكن تنفيذ "السينما" مختلف ، حيث يتم تقطيع "المشهد" على عدد من "اللقطات" (الشوات) shoots التي تصور كل منها على حده .. فيتم تمثيل المشهد الواحد عدة مرات ، في كل مرة يتم التقاطه من زاوية مختلفة ، وذلك لأن السينما تصور بكاميرا واحدة - غالبية جدا - بخلاف الفيديو - المسلسلات ، والبرامج - الذي يصور بعدة كاميرات قد يصل إلى ثمان ، ويتم تجميع هذه اللقطات - بعد الانتهاء الكلي من التصوير - أثناء مرحلة "المونتاج".

(أ) أنواع اللقطات : (The Size of Shot)

قد تصنف أنواع اللقطات بحسب زاوية اللقطة أو بحسب حركة الكاميرا المؤثرة تبعاً على اللقطة أو بحسب حجم اللقطة. وتعتمد اللقطة و حجمها اعتمادا على المسافة الفعلية التي بين الكاميرا و الشيء الذي يتم تصويره و على نوع عدسة الكاميرا أثناء التصوير و كل حجم يقوم بتوصيل معلومات تختلف عن الآخر و تحقيق أثر مختلف لدي المشاهد. وهنا سوف أعرض للتصنيف الأكثر استخداماً في أنواع اللقطات بحسب حجمها أولاً ثم أستعرض الأنواع الأخرى.

1 - اللقطة البعيدة جدا: Extreme Long shot (Els)

هي تحتوي أكبر معلومات يمكن أن تصل إلى المتفرج ، حيث إنها تعرض المناظر الطبيعية، أو مكان ما من مسافة بعيدة، و تستعمل كذلك في تصوير اللقطة التأسيسية Establishing shot في بداية المشهد لتوضيح المكان الذي يتم تصويره ، ووضع كل ممثل داخله ، تمهيدا لعدم حدوث تداخل للمتفرج في معرفة مكان كل منها في بقية لقطات المشهد.

2 - اللقطة البعيدة: (long shot (Ls)

تعرض صورة شخص بكامل هيئته من أعلى الرأس إلى القدم مع جزء كبير من المكان الذي حوله .

3 - اللقطة المتوسطة البعيدة: Medium long shot (MLS)

تصور شخصا من أعلى رأسه إلى ركبته و أحيانا ما تسمى اللقطة الأمريكية (American shot).

4 - اللقطة المتوسطة: (Medium shot (M S)

تصور شخصا من أعلى رأسه حتى وسطه.

5 - اللقطة المتوسطة القريبة: Medium close shot (Mcs)

تصور شخصا من أعلى رأسه حتى صدره.

6 - اللقطة القريبة: (close UP (CU

تصور شخصا من أعلى رأسه حتى أكتافه ، أو أي جزء تفصيلي من شيء يتم تصويره

7 - اللقطة القريبة جدا: Extreme close up (ECU)

تصور جزءاً صغيراً من ثلثي المصوّر قد تصل إلى مجرد عين أو فم.

(ب) زاوية اللقطة: (The Angle of the shot)

أو بمعنى أدق مكان الكاميرا بالنسبة للشيء الذي يتم تصويره ، و كل زاوية تحمل معنى للمتفرج مختلف عن الآخر.

1 - لقطة مستوى العين: (Eye- Level shot)

تكون الكاميرا على مسافة خمسة أو ستة أقدام من الأرض أي على نفس مستوى عين شخص عادي ينظر إلى الشيء المصور . و هي تعتبر اللقطة ذات الزاوية القياسية بالنسبة لبقية الزوايا.

2 - لقطة الزاوية السفلى: (Eye_ Level shot)

تكون فيها الكاميرا أسفل الشخص المصور لتظهر أكثر طولا وقوة.

3 - لقطة الزاوية العليا: (High- angle shot)

تنظر إلى الشخص المصور من أعلى لتقزمه و تجعله أقل من حجمه الطبيعي ، و لتظهره في موقف الضعيف .

(ج) اللقطة المتحركة: (The Movement of the shot)

تتحرك فيها الكاميرا ، لتظهر الصورة وكأنها تتحرك أو تغير من اتجاهها ، أو تتغير من منظور المتفرج ، و سمحت إمكانية تحريك اللقطة للمتفرج ، أن يتابع حركة ممثل ، أو سيارة مثلا ، أو أن يشاهد الشيء المصور من وجهة نظر الممثل شخصا أثناء حركته ، و هو ما يقوي انتباه المتفرج إلى الأجزاء التي يريد المخرج أن يلفت نظره إليها.

1 - لقطة التتبع: (Tracking , Traveling shot)

و تكون فيها الكاميرا مثبتة على منصة ذات عجلات dolly ، تتحرك على قضيبين متوازيين حتى تساعد على سهولة و نعومة حركة الكاميرا ، أثناء متابعة حركة الشيء المراد تصويره أفقياً.

2 - لقطة الرافعة: (Crane Shot)

تثبت الكاميرا فيها على ذراع رافعة Crane لتتحرك أفقيا ، ورأسيا ، و في جميع الاتجاهات حتى تقترب و تباعد عن الشيء الذي تقوم بتصويره.

3 - اللقطة البانورامية: (pan shot)

تتحرك الكاميرا فيها بشكل أفقي إلى اليمين أو إلى الشمال و هي ثابتة في مكانها ، أو لتلقي نظرة بانورامية على مكان ما.

4 - لقطة التلت: (Tilt shot)

تتحرك الكاميرا فيها بشكل رأسي إلى أعلى أو إلى أسفل و هي ثابتة في مكانها ، إما تتبع شخص يصعد أو ليهبط إلى أسفل ، أو لتصوير وجهة نظر شخص ينظر إلى أعلى أو إلى أسفل.

(د) عدد الأشخاص داخل اللقطة The number of Characters Within the shot):

وهي اللقطة التي تسمى بعدد الأشخاص التي يتم تصوير ما بداخلها ومنها:

1 - لقطة واحدة The one - shot أي اللقطة التي تصور شخص واحد.

2 - لقطة الاثنين The Two - shot أي اللقطة التي تصور شخصين.

3 - لقطة الثلاثة The Three - shot أي اللقطة التي تصور ثلاث شخصيات.

المكساج (مزج الأصوات):

و هو آخر خطوة في مجال التسجيل الصوتي ، و يتم فيه مزج أشرطة الصوت المختلفة على شريط واحد يتم طبعه في النهاية بجوار الصور على شريط النسخة الاستاندر . و عملية المكساج لا تتم إلا بعد عملية المونتاج و ترتبط بها ارتباطا وثيقا .

المراجع العربية والمعرية

- الشلبي، محمد؛ العياري، منصف (2003) الإنتاج الإعلامي العربي للتلفزيون مجالاً، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (49)، تونس: منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية.
- ليوفيتسكي، جيل؛ سيرو، جان (2012) شاشة العالم: وسائل إعلام وسينما في عصر الحداثة الفائقة، ط1، ترجمة: راوية صادق، القاهرة: المركز القومي للترجمة.

المراجع الأجنبية

- Konoplev, B. N. (2004) Outline for the production of a film, 3 nd ed. Moscow.
- Goriunova, G. N., and V. G. Chernov. (Economy of cinema. 2 nd. Moscow.
- David Bordwell, Janet Staiger, Kristin Thompson (2006)The Classical Hollywood Cinema: Film Style and Mode of Production to 1960. UK: Taylor & Francis (e-library).
- Bastian, Cleve (2013)Film Production Management, 3 Ed., UK: Focal press (e-library).
- Hilary Wyatt, Tim Amyes (2005) Audio Post Production for Television and Film: An Introduction to Technology and techniques, 3 Ed., UK: Focal Press (e-library).
- Jim Owens, Gerald Millerrson (2012)Television Production, 15th Ed., UK: Focal Press (e-library).