فريق الإنتاج

أفضل الطرق للإنتاج التلفزيوني – طاقم إنتاج داخلي أم طاقم مستقل Freelance

عدا عن كونه الأداة الإعلامية الأكثر انتشاراً، يعد إنتاج الفيديو جزءًا أساسيًا من أي استراتيجية عمل. سواء كان ذلك لأغراض التسويق أو التدريب أو الاتصال، فإن محتوى الفيديو يعد وسيلة فعالة للتفاعل مع الجمهور وإيصال الرسائل. ومع ذلك، فإن أحد القرارات الرئيسية التي يتعين على المنتجين اتخاذها عندما يتعلق الأمر بإنتاج الفيديو هو ما إذا كان ينبغي استخدام طاقم إنتاج داخلي house In أو تعيين طاقم مستقل freelance. دعنا نلقي نظرة على العوامل التي يجب على المنتج مراعاتها عند اتخاذ هذا القرار.

نطاق المشروع

أولاً وقبل كل شيء، ينبغي على المنتج أن يأخذ في الاعتبار نبرة ورسالة المشروع. فالفريق الداخلي على دراية بالخط التحريري للمؤسسة أو حتى الشركة وهويتها التجارية وصوتها. ويمكنك أن تكون على ثقة من أن فريق العمل الداخلي سيقدم عملاً يظل متسقًا مع المحتوى الذي يستوفي كل متطلبات الخط التحرير أو شكل وروح الإنتاج الذي تسعى له المؤسسة الإعلامية أو شركة الإنتاج ، وفي حالات أخرى النهج التسويقي الذي تريد الشركات اتباعه في الفيديو التسويقي. كما سيكون لديهم أيضًا إمكانية الوصول بسهولة إلى موارد المؤسسة، خاصة إذا كانت هذه الموارد تتضمن أرشيفًا قويًا من اللقطات التي تم جمعها بالفعل.

الجدول الزمني للمشروع

هناك عامل آخر يجب مراعاته وهو الجدول الزمني للمشروع. مع الطواقم المستقلة، فإنك تتنافس مع العملاء الآخرين على توافرهم. إذا كان وقت التنفيذ ضيقًا للغاية، فقد يكون طاقم العمل الداخلي هو الحل الأمثل.

ميزانية المشروع

عندما يتعلق الأمر بالميزانية، فإن إنتاج وتصوير البرنامج أو الفيديو عن طريق موظفي المؤسسة قد يوفر بعض المال، لكن قد تكون هناك نفقات إضافية تتعلق بالسفر والإقامة لفريق الإنتاج عندما تكون هناك حاجة للتصوير خارج البلاد. من هنا، يصبح من الضروري دراسة جميع التكاليف المحتملة ومقارنتها بتكاليف استئجار طاقم مستقل من تلك البلد. وبالإضافة

إلى التكاليف، ينبغي أن ننظر في رؤية المشروع والإبداع المطلوب. يمكن أن يكون الطاقم الداخلي محدودًا في التفكير الإبداعي أحيانًا، حيث قد يكونون معتادين على إنتاج محتوى ينسجم مع هوية المؤسسة. لذا، إذا كان المشروع يحتاج إلى إبداع مميز وأفكار جديدة، فقد يكون من الأفضل التعاون مع محترفين مستقلين لابتكار شيء فريد يلبي تلك التطلعات.

الميزانية هي اعتبار مهم آخر. إذا كان الإنتاج يتطلب سفر فريقك المؤسسة، فمن المهم موازنة هذه النفقات بالمبلغ الذي ستكلفه لتوظيف طاقم مستقل من البلد الذي ستذهب اليه. في بعض الحالات، قد يكون من المنطقي ماليًا إرسال طاقمك المؤسسة. ومع ذلك، يمكن أن تتراكم تذاكر الطيران، والمخصصات اليومية، والرواتب، وفواتير الفنادق، ورسوم الشحن بسرعة. عندما تصبح هذه التكاليف مرتفعة للغاية بالنسبة للميزانية المخصصة، فقد حان الوقت للبحث عن بعض المتعاونين المستقلين.

رؤية المشروع

هناك اعتبار آخر يتعلق بمستوى الإبداع المطلوب للمشروع. قد تكون الفرق الداخلية محدودة من حيث قدرتها الإبداعية، حيث تركز غالبًا على إنتاج محتوى مشابه يتماشى مع العلامة التجارية او الخط التحريري والشكل والرسالة . إذا كان المشروع يتطلب منظورًا جديدًا أو تفكيرًا خارج الصندوق، فقد يكون فريق العمل المستقل هو الأفضل لمنحك شيئًا مختلفًا تمامًا.

هناك عدد من العوامل التي ينبغي للمنتجين مراعاتها عند اتخاذ قرار بشأن استخدام طاقم داخلي أو توظيف طاقم مستقل للإنتاج. ومن خلال تقييم هذه العوامل بعناية، يمكنهم اتخاذ قرار مستنير من شأنه أن يؤدي إلى مشروع ناجح يلبي أهدافهم وأغراضهم سواء التجارية أو التحريرية.

في هذا السياق، يجب أيضًا التفكير في الموارد المتاحة داخل الشركة أو المؤسسة الإعلامية من حيث المعدات والتكنولوجيا. فقد يكون هناك حاجة للاستثمار في معدات جديدة أو تحديث المعدات القديمة لضمان جودة الإنتاج المطلوبة. ومن ناحية أخرى، يتمتع الطاقم المستقل بإمكانية الوصول إلى أحدث التقنيات والمعدات المتقدمة عن طريق الإيجار، مما يمكن أن يوفر تكلفة الاستثمار في الأجهزة على الشركة أو المؤسسة الإعلامية. بالإضافة إلى ذلك، قد تكون الفرق الداخلية ملتزمة بجدول زمني محدد يتناسب مع ساعات العمل العادية، بينما يمكن للمستقلين العمل بمرونة أكبر لتلبية متطلبات المشروع في وقت قياسي. هذه المرونة قد تكون حاسمة في حالات المشاريع ذات الجداول الزمنية الضيقة والمتطلبات الخاصة. في نهاية المطاف، يعتمد الاختيار بين الطاقم الداخلي والمستقل على مزيج من العوامل بما في ذلك الميزانية، والجداول الزمنية، ومستوى الإبداع المطلوب، والموارد المتاحة،

مما يتيح للمسؤولين اتخاذ قرار مستنير يساهم في تحقيق نجاح مشروع الإنتاج الفيديو الخاص بعلامتهم التجارية.

الخاتمة: اختيار النموذج المناسب لعلامتك التجارية أو هويتك المؤسسية

يتمتع كل من نموذجي إنتاج البرامج والفيديو عن طريق طاقم داخلي أو طاقم لمستقل والداخلي بمزاياه الخاصة، ولكن الاختيار الصحيح يعتمد على الاحتياجات الفريدة لعلامتك التجارية أو خطك التحريري أو رؤيتك. يوفر المستقلون خبرة متخصصة فعّالة من حيث التكلفة وقابلية للتطوير، مما يجعلهم خيارًا ممتازًا للمشاريع الفردية أو العلامات التجارية ذات الموارد المحدودة. من ناحية أخرى، توفر فرق العمل الداخلية الاتساق ومعرفة بمتطلبات العمل وأوقات استجابة أسرع، وهي مثالية للعلامات التجارية التي لديها متطلبات إنتاج مستمرة مثل المحطات التلفزيونية والمؤسسات الإعلامية الكبيرة.

لنتحدث الآن عن فريق إنتاج فيما يتعلق بجانب واحد في الإنتاج التلفزيوني الاَ وهو الإنتاج الوثائقي . لكنك ستجد هناك تشابها كبيرا في تكوين هذا الفريق مع فرق إنتاج البرامج والفيديوهات الأرى مثل الفيديو التجاري أو البرنامج التلفزيوني.

في مجال الإنتاج التلفزيوني بشكل عام وفي إنتاج الأفلام الوثائقية بشكل خاص، وعندما تعمل بميزانية بسيطة قد تجد نفسك مضطرًا للقيام بأكثر من دور.

لذا عليك تعلم الكثير من المهارات التي ستساعدك كثيرا في هذا المجال.

عند الحديث عن عملية الإنتاج لا بد من الحديث عن منفذي هذه العملية وعن المهمات التي يقوم بها كل منهم.

سنقسّم هذا الدرس إلى جزأين:

- في الجزء الأول سنتعرّف على فريق الإنتاج الأساسي - فوق الخط **Above the line**.
- وسنخصص الدرس الموالي للتعرف على فريق الإنتاج التقني - تحت الخط **Below the Line**

شيء مهم يجب أن يدركه كل من يعمل في مجال الإنتاج التلفزيوني، هو أن هذا العمل تشاركي وتعاوني بالدرجة الأولى وكل شخص في فريق الإنتاج مهم جدًا مهما صغر دوره.

لكن ممن يتكون فريق الإنتاج؟ وكيف يتم تقسيمه؟

تتراوح فرق الإنتاج في حجمها ومهامها حسب حجم الإنتاج وطبيعته وميزانيته، وأيضا حسب طول الفيلم وطريقة معالجته.

فبعض الأفلام تحتاج إلى باحثين، وفي بعضها يقوم المنتج بالبحث بنفسه.

وقد تحتاج بعض الأفلام إلى أكثر من وحدة تصوير وأكثر من مخرج خاصة إذا كان هناك تصوير لمشاهد تمثيلية أو إذا كان الفيلم يعتمد بشكل كبير على الغرافيكس.

هناك فرق كبيرة قد تتكون من عشرات الأشخاص خاصة عندما يتعلق الأمر بإنتاجات تلفزيونية كبيرة كالعمل على سلسلة وثائقية مثلا يقودها منتج تنفيذي وعدة منتجين.

لكننا في هذا الدرس وفي الدرس القادم، سنتكلم عن فريق إنتاج تقليدي لفيلم بميزانية محدودة حيث تتداخل الأدوار أحيانا.

وهذا يدفعنا إلى ضرورة البحث عن الأشخاص من ذوي المهارات المتعددة الذين يمكنهم القيام بأكثر من مهمة إن لزم الأمر.

بقي أن نشير إلى أن مهام فريق الإنتاج في صناعة الأفلام الوثائقية قد تختلف عن مهام فريق إنتاج الأفلام الدرامية.

إذن ماذا نعني بفريق الإنتاج الأساسي - فوق الخط أو Above the line؟

🔥: فريق الإنتاج الأساسي - فوق الخط

يشير مسمى (فوق الخط) في إنتاج الأفلام الوثائقية إلى الأشخاص المسؤولين عن التطوير الإبداعي للفيلم، في مرحلة ما قبل الإنتاج أو التصوير.

يتخذ أعضاء هذا الفريق قرارات رئيسية بشأن شكل المشروع وأسلوبه. ويُدفع لأعضاء طاقم العمل مبلغ متفق عليه بدلاً من الدفع لكل ساعة نظرًا لصعوبة تحديد سعر ساعة العمل الإبداعي بشكل عام.

هذا التقسيم جاء حسب الميزانية، فالفريق الأساسي (فوق الخط) عادة ما يأتي أولا في مرحلة تحديد موضوع الفيلم وإعداد المعالجة، أي قبل بدء التصوير.

ويمكن أيضا تقسيم الفريق حسب مراحل الإنتاج، فهناك من يعمل في مرحلة ما قبل الإنتاج أو في مرحلة الإنتاج (التصوير) أو في مرحلة ما بعد الإنتاج Post، ومنهم من يعمل في مرحلتين أو ثلاث مراحل مثل المنتج والمخرج.

الآن وبعد التعرف على مفهوم فريق الإنتاج الأساسي - فوق الخط، قد تتساءل عن وظائف هذا الفريق..

🔥: وظائف فريق الإنتاج الأساسي - فوق الخط

لا يوجد سوى عدد قليل من الوظائف التي تعتبر (فوق الخط) مثل: المنتج التنفيذي والمنتج أو المنتجون والمخرج وأحيانا مدير الإنتاج.

من حين لآخر، يتم تضمين المصور الرئيسي (ويسمى أيضًا مدير التصوير) ضمن فريق فوق الخط، ومع ذلك عادةً ما يقتصر هذا على مديري التصوير المشهورين للغاية.

- نبدأ مع المنتج التنفيذي:

في الأفلام الوثائقية، يمكن أن يكون هو ممول الفيلم، أو ربما شخصًا محترفا يساهم في التطوير الإبداعي وإنتاج الفيلم، ويقدم قيمة أساسية من خلال التوجيهات التحريرية، وجمع الأموال، والقضايا القانونية والإنتاجية.

- المنتج:

في إنتاج الأفلام الوثائقية عادة ما يقوم المنتج بدور المخرج أيضًا.

المنتج هو في الأساس قائد المجموعة، وهو مسؤول عن إدارة الإنتاج من البداية إلى النهاية.

يطور المشروع بداية من الفكرة، فهو صاحب الفكرة، ويشرف على البحث وكتابة المعالجة والنص، ويرتب التمويل ويدير فريق الإنتاج الذي يصنع الفيلم.

- المخرج:

إن وجد فيكون دوره إخراج رؤية المنتج من خلال تصوير الفيلم وخلق التأثير المطلوب بكل العناصر من خلال الصور والمونتاج والمؤثرات البصرية والصوت.

المخرج مسؤول بشكل أساسي عن الإشراف على تصوير الفيلم وتجميعه وسرد القصة. على عكس الفيلم الروائي، دور المخرج هنا يكون مكملاً للمنتج وليس بديلا عنه. ففي الفيلم الوثائقي إما أن يقوم المنتج بدور المخرج أو أنه يستعين بالقدرات الإبداعية لأحد المخرجين لإخراج العمل.

مكون آخر من مكونات فريق فوق الخط هو مدير الإنتاج:

هو المسؤول عن المهام الإدارية مثل إعداد جدول الإنتاج والميزانية والأمور اللوجستية والحصول على التصاريح اللازمة وكل ما يتعلق بحقوق الملكية.. ألخ. في كثير من الأحيان يقوم مساعد المنتج بهذه المهمة خاصة إن كانت ميزانية الفيلم لا تسمح بتشغيل فريق كبير.

- في بعض الأحيان يتم إضافة الكاتب والباحث ضمن هذا الفريق إذا تطلب الأمر وجودهم في هذه المرحلة.

فريق الإنتاج - تحت الخط Below the Line

في الفيلم الوثائقي، وكما ذكرنا سابقا، اخترنا أن نتطرق لفريق صغير الحجم وهو ما سيعطينا صورة عن الأدوار الأساسية في عملية الإنتاج.

ماذا نعني بفريق الإنتاج التقني - تحت الخط Below the line؟ وما هي الوظائف المنوطة به؟

يشير مصطلح (تحت الخط) في إنتاج الأفلام عادة إلى مسميات الأشخاص المسؤولة عن العمل اليومي لصناعة الفيلم أي أثناء مراحل ما قبل الإنتاج والإنتاج وما بعد الإنتاج.

وفي ما يتعلق بطريقة الدفع لهذا الفريق، عادةً ما تتم بالأجرة اليومية أو مقابل كل ساعة عمل.

لا يوجد عدد محدد من وظائف هذا الفريق، فهذا يعتمد على حجم الإنتاج وقد يصل أحياناً إلى العشرات.

لكننا هنا سنقتصر الحديث عن فريق إنتاج صغير لإعطاء فكرة عن الموضوع. ولا بد من الإشارة إلى أنك ستلاحظ تداخلا في الأدوار وخاصة في عمليات الإنتاج صغيرة الحجم.

- نبدأ مع مساعد المخرج:

يعمل جنبا إلى جنب مع المخرج ويقوم بتدوين الملاحظات خلال التصوير، كما يعتبر حلقة الوصل بين المخرج وبقية الفريق والشخصيات التي ستظهر في الفيلم. ومن مهامه التأكد من استمرارية اللقطات خلال التصوير Continuity.

يحتفظ أيضا بالمواد المصوّرة ويقوم بتفريغها. وفي المونتاج يساعد المخرج في تجهيز مواد التصوير وحفظها في ملفات خاصة لتسهيل عملية المونتاج.

ومن مهامه أيضا في عملية الإنتاج متابعة التقيد بال Call sheetوجدول الإنتاج. وقد يقوم مساعد المنتج بنفس الدور في حال كان المنتج هو نفسه الذي يقوم بإخراج الفيلم.

- مساعد المنتج:

من مهامه مساعدة المنتج في تنسيق عمليات الإنتاج وإدارة فريق الإنتاج وتنفيذ جدول التصوير وقد يقوم أيضا بعمل مدير الإنتاج في حال عدم وجوده.

وقد يتم تكليف مساعد المنتج أو المنتج المساعد بعملية البحث والإعداد تحت إشراف منتج الفيلم.

- الباحث والكاتب:

الباحث مهمته البحث في موضوع الفيلم سواء كان البحث في القصة نفسها أو البحث في الصور والأرشيف وغير ذلك من المواد اللازمة في عملية الإنتاج.

أما الكاتب فهو من يقوم عادة بكتابة النص والترويج وأية مواد أخرى لازمة.

في كثير من الحالات وخاصة في عمليات الإنتاج ذات الحجم الصغير يقوم المنتج ومساعده بهذه المهمة.

- المنسق الميداني -الفيكسرFIXER:

عادة ما يكون من البلد الذي يتم فيه التصوير ودوره يتعلق بحجز أماكن التصوير والحصول على التصاريح وتدبير كل الأمور اللوجستية في ذلك البلد.

وفي بعض الأحيان يقوم المنسق الميداني بالبحث عن مواضيع الفيلم (شخصيات) وإجراء الاتصالات والتنسيق مع الجهات المسؤولة وغير ذلك من المهمات.

- مدير التصوير:

هو من يقوم بإضاءة موقع التصوير وخلق الجو العام للتصوير ووضع الكاميرات ورسم اللقطات لتحقيق رؤية المخرج والمنتج.

وهو ضروري فقط عندما يكون لدى منتج الفيلم رؤية خاصة لأجواء الفيلم أو في حال تصوير مشاهد دكيودراما، أو مشاهد إعادة تمثيل الأحداث، عدا عن ذلك يقوم المصور بمهمة الإضاءة والتصوير.

- المصور:

يقوم بإضاءة الموقع وتصوير المقابلات ولقطات B Roll حسب رؤية المخرج/ المنتج.

وعندما تختار المصور المبدع فيجب أن تدع له حرية اختيار نوع الكاميرا والعدسات اللازمة واختيار اللقطات والزوايا التي يراها مناسبة لتحقيق الصورة المطلوبة.

- فني الصوت الميداني:

يقوم باختيار الميكروفونات اللازمة وتركيبها وقد يساعده أحيانا حامل الميكروفون Boom Operator.

كما يقوم بمزج الصوت على مازج محمول عندما يكون هناك أكثر من مصدر ويقوم أيضا بتسجيل الصوت عند إجراء المقابلات وتصوير اللقطات التوضيحية أو ما يعبّر عنها بـ B-rolls وصوت الجو العام لاستخدامه لاحقا إن لزم الأمر.

- المونتير:

تحرير (مونتاج) الفيلم حسب النص أو التصور البصري أو حسب توجيهات المخرج والمنتج في تسلسل منطقي يحقق رسالة الفيلم.

وللمونتير دور إبداعي، لذلك يجب ترك مساحة خاصة له لتحقيق مهمته وخاصة فيما يتعلق بالمؤثرات البصرية وتصحيح الألوان وغير ذلك من المهام.

- مهندس الصوت (المكساج وتصميم الصوت):

يأتي دور مهندس الصوت في مرحلة ما بعد الإنتاج حيث يقوم بإعداد الموسيقى والمؤثرات الصوتية وتصميم الصوت Sound Design ومكساج الفيلم في نسخته النهائية.

- مصمم الغرافيكس:

هو المسؤول عن تنفيذ كل المواد المرئية مثل الخرائط والجداول والرسومات وكتابة الأسماء والمواقع Programme Opener – Astons – Flyers – End Credits أو أية معلومات أخرى ستظهر على الصورة.

- ملوّن الفيلم:

يستخدم صناع الأفلام هذه الأيام الكاميرات الحديثة والتي من خلالها يتم التصوير غير الملون ليتم تلوينه لاحقا في مرحلة ما بعد الإنتاج. وهنا يأتي دور أخصائي التلوين بحيث يقوم بتلوين الفيلم وإعطائه صورته النهائية من حيث الألوان والجو العام والتباين بين الضوء والظل.

هذه صورة مختصرة عن بعض أعضاء فريق الإنتاج والمهام التي يقوم بها فريق مصغر وربما يكون أصغر من ذلك أيضا بحيث يقوم كل شخص بأكثر من دور.

دعني أشارك معك هذه النصيحة: عندما تبحث عن فريق إنتاج حاول دائما تشغيل أصحاب الخبرة ومتعددي المواهب والمشهود لهم في هذا المجال، وامنحهم الثقة في تنفيذ مهامهم لأن ذلك سيعطيهم الحرية في الإبداع وهذا سينعكس إيجابا على المنتَج النهائي.