جامعة الجزائر 3 كلية علوم الإعلام و الإتصال قسم علوم الإعلام

مطبوعة بيداغوجية بعنوان:

البرمجة

موجهة لطلبة السنة الثانية ماسنر تخصص: سمعي بصري.

إعداد الدكتورة:

سى يوسف باية

السنة الجامعية: 2020-2019

مقدمة

المحور الأول:

البرمجة: ماهياتها، مفهومها، وجمهورها من المشاهدين

1-ما المراد بالبرمجة؟ وماهو مفهومها؟

2-ماهي البرامج الواجب توفّرها؟

3-ما هو جمهورها

المحور الثاني:

طبيعة عملية البرمجة في التلفزيون

1-البرمجة تسيير للفضاء الزمنى لثقافة التدفّق

2-البرنامج والبرمجة

3-البرمجة فن إرضاء رغبات الجمهور

4-البرمجة فن مبدع ومخيّب

5-البرمجة تقنية تترجم سياسة افتتاحية خاصة بالوسيلة

6-البرمجة جانب خفي في التلفزيون

المحور الثالث:

شخصية المبرمج

- 1-مهنة المبرمج
- 2-المبرمج وشبكة البرامج
- 3-إحتكار المبرمج لعملية إنتاج وبث الشبكة البرامجية
 - 4-المبرمج وندرة البرامج
 - 5-المبرمج والمنافسة
 - 6-المبرمج والجمهور

المحور الرابع:

نتائج قياس المشاهدة أساس البرمجة وهدفها

- 1-أهداف المبرمج
- 2-أهمية قياس المشاهدة
 - 3-شبكة البرامج
 - 4-القناة
- 5-أساليب قياس المشاهدة

المحور الخامس:

كيفية بناء شبكة البرامج

1-تعريف شبكة البرامج

2-مميزات شبكة البرامج

3-العوامل المتحكمة في إعداد شبكة البرامج

4-مستويات البرمجة

المحور السادس:

خصائص شبكة برامج القنوات التلفزيونية

1-القنوات العمومية

2-القنوات الخاصة

3-القنوات القائمة على الاشتراك

4-القنوات المتخصّصة

المحور السابع:

وظائف مديريات البرمجة

1-مديرية البرمجة

2-مديرية البرامج

المحور الثامن:

واقع البرمجة في التلفزيون الجزائري

1-البرمجة مسؤولية الجميع

2-وظائف البرمجة

3-صلاحيات مدير البرمجة

4-مراحل إعداد شبكة البرامج

5-أهداف عملية البرمجة

6-أهمية دراسة المشاهدة في عملية البرمجة

المحور التاسع:

قيود البرمجة

1-القيود السياسية والقانونية

2-القيد المالي

3-قيد المنافسة

4-ضغط المعلنين

5-القيد الثقافي

المحور العاشر:

تقنيات البرمجة

1-تقنية البرمجة على شكل خطى

تقنية البرمجة على شكل رقعة الضامة

3-تقنية البرمجة على أساس البرنامج القائد

4-تقنية البرمجة على شكل الأرجوحة

5-تقنية البرمجة على شكل عمود الخيمة

6-تقنية البرمجة على شكل منحدرات

7-تقنية البرمجة على شكل الحياكة

8-تقنية البرمجة على شكل تقاطع

9-تقنية ترشيد المشاهدين

10-البرمجة المضادة

11-البرمجة المنافسة

12-تقنية المضاعفة

13–تقنية التلاحم

14–تقنية الجسور

المحور الحادي عشر:

استخدام الوسائل التقنية والفنية الجمالية في البرمجة:

- 1-الوسائل التعبيرية التقنية
 - أ) سلم اللقطات
 - ب) -زوايا التصوير
 - ج) -حركات الكاميرا
- 2-الوسائل التعبيرية الفنية الجمالية
 - أ) الإضاءة والألوان
 - ب) -الملابس والديكورات
 - ج) -العناصر الصوتية
 - د) الموسيقي
 - -استنتاجات
 - -اقتراحات
 - -خاتمة

مقدمة

ينصب اهتمامنا من خلال مقياس البرمجة على معالجة مجموعة من المحاور الرئيسية والمتعلقة أساسا بالبرمجة، لا سيما من الناحية المعرفية ولكن أيضا من جانب التطبيق العملي للمعطيات النظرية.

سنحاول وتبعا لذلك أن نسلط الضوء على المؤسسات الإعلامية الجزائرية، من حيث مدى توظيف، مسايرة ومواءمة القنوات التلفزيونية عمومية كانت أو خاصة للتقنيات، وبذلك سنكشف الستار عن العمل المهني من جهة والذي لا تنصهر فيه البصمة العلمية والعمل الأكاديمي القائم على جملة من الشروط والقواعد ثم التقنيات الواجب اتباعها في البرمجة للمواد والفقرات والمحتويات مهما كانت طبيعتها، مصادرها وأنواعها والموجهة للجمهور المشاهد عبر شاشات التلفزيون المختلفة.

فالمختصون في الميدان الإعلامي وبالخصوص في الحقل السمعي البصري وكذا الباحثون المهتمون، يرون أنّ عالم الشاشة اليوم وماطرأ عليه من تغيّرات رقمية، هندسية وتكنولوجية أصبح يفرض علينا الانتباه للجديد في مجال الممارسة الإذاعية والتلفزيونية، والتي تنبني على استراتيجيات هامة أساسها عملية البرمجة لكل ما يعرض من برامج، ولكن ليس أيّ بهزين على استراتيجيات هامة أساسها عملية البرمجة كانت (

وفي هذا السياق، يكثر السؤال والتساؤل حول ما يبثّ من مواد على اختلاف مصادرها وأنواعها في الوسائل السمعية البصرية على الجمهور المشاهد:

- ما طبيعة هذه المواد؟

مطبوعة خاصة بدروس:

- ما هو محتواها ومضمونها
- -ماهي الخصائص التي تجسدها؟
- ماهي القواعد التي تخضع لها؟
- ماهى الأوقات التي تبتّ فيها هذه الفقرات والمواد؟
- لماذا هذه المساحة الزمنية بالذات وليس مساحة زمنية أخرى؟
- -ثم ما هو الجمهور الذي توجه إليه هذه المواد من حيث سماته خصائصه؟

فالجمهور ليس متجانسا، وإنّما هو جمهور ينقسم في طياته إلى فئات تتّسم بتركيبة سسيوثقافية، تختلف فيها كل واحدة عن الأخرى، حيث أن هناك الأمي، المثقف، المتعلم، الإطار، والمتخصص، فطبيعة المواد والفقرات يجب أن تتناسب مع طبيعة الجمهور المتواجد أمام الشاشة.

بالأحرى هل نحن بحاجة إلى مواءمة طبيعة محتوى الفقرات مع طبيعة الجمهور المحتمل ظهوره في أي لحظة من اللحظات وفي خضم الكم الهائل من تدفق المواد والفقرات والبرامج؟

المحور الأول:

البرمجة: ماهياتها، مفهومها، وجمهورها من المشاهدين:

1-مالمراد بالبرمجة؟ وما هو مفهومها؟

لم تعد البرمجة كما في السابق مجرّد بث لمجموعة من المواد، ولم تصبح مهمتها تنحصر في العرض للبرامج وفق منطلق البث المجاني، بل تحوّلت إلى فنّ دقيق أساسه الإبداع، الموهبة وسعة الخيال، فهي بذلك تتجاوز العلم وحتى وإن استندت إلى قواعد علمية

(Laurent fonnet,2010, p13) صارمة

نعم، فإنّ البرمجة فنّ قائم على تسويق المنتوجات والفقرات والمواد الإعلامية، ولكن تنضوي على العلاقة القائمة بين المبرمج والجمهور المتلقي، ولذلك فقد أصبح يؤخذ بعين الاعتبار وإلى حد ما بنتائج قياس المشاهدة التلفزيونية مرورا بمراحل سبر آراء المشاهدين إحدى العوامل الأساسية والهامة التي تحدّد الكيفية التي تنسج بها شبكة البرامج من خلال ضبط لمواعيد محدّدة للجمهور المشاهد.

2-ما هي البرامج الواجب توفرها؟

نشير فيما يخصّ البرامج التلفزيونية إلى أنه وبالرغم من المحاولات الجادّة والتي هي في الأساس، محاولات محتشمة، فإنّ الاعتماد على سؤال: ما هو البرنامج؟ أو ماهي البرامج التي شاهدتها بالأمس؟ وماهي البرامج التي تودّ مشاهدتها اليوم؟ هي أسئلة لا يمكن أن تجيب في طياتها وأن تؤسّس لبرامج تتجسّد من خلالها الخدمة العمومية.

فإذا انطلقنا من هدف تتوخاه جلّ المؤسسات التلفزيونية وهو الوصول أو الحصول على أكبر مشاهدة تلفزيونية ممكنة، فلا بدّ أن تراعى في ذلك طبيعة المادة المبثوثة، الوقت المناسب، طبيعة الجمهور المتلقي، نوع الوسيلة المستخدمة للتأثير، بالإضافة إلى التقنيات المعتمدة من أجل الإجابة عن سؤال هام جدا هو:

-إلى أي مدى يستند المبرمج إلى البحوث العلمية وفي إطار المنافسة الشديدة للقنوات، إذا كان هدفه طبعا يصبو إلى برمجة محكمة مبنيّة على أسس وتخطيط سليم ولديه رغبة في الفقرات البرامجية؟ إحداث التأثير في سلوك المشاهد إزاء الفقرات البرامجية؟

بمعنى آخر: هل أصبح المبرمج كما في السّابق قادرا على أن يجعل المشاهد ينتظر بشغف ويشاهد بل ويتابع البرامج رغم أنها لا تنسجم مع توجّهاته؟ سؤال يدفعنا إلى القيام بدراسات ميدانية نتقرّب من خلالها أكثر من الجمهور المتلقي لمعرفة أذواقه، عاداته، توجهاته ومستجداته.

يمكننا أن نؤكد ومن خلال المتابعة المتكررة لأغلبية البرامج التلفزيونية، بأن التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا الرقمية ومع ظهور عدد غير معقول من القنوات ومع التأكيد أيضا على بعض النجاحات التى تمّ تحقيقها مع سياسة الانفتاح، أضحى تعدّد الرغبات لدى الجمهور

المشاهد أمر وارد ،وهذا بدوره يقتضي من المشرفين على عملية البرمجة معرفة كيفية التكيف مع الاهتمامات الكبرى للجمهور ،وذلك من خلال صياغة برامج تجيب عن تساؤلاته العالقة،تعكس واقعه ،ظروفه المحيطة و تستجيب لتطلعاته ،أيضا أضحى من الأجدر التساؤل عن طبيعة السياسة البرامجية التي تنتهجها مختلف القنوات التلفزيونية ،خاصة أنها مسؤولة عن وظائف ومهام استراتيجية تتمثل في المحتويات البرامجية وفي كيفية برمجتها.

(عبد الرزاق الزاهر،2011، ص6)

وانطلاقا ممّا سبق، نطرح السؤال الآتي:

-هل نحن بحاجة إلى قنوات عمومية وخاصّة تعمل على الحصول(شراء)نسبة مشاهدة محدّدة من المشاهدين، ثم تسويق هذه النسبة أو بيعها للمعلنين من أجل ضمان المتابعة للمنتوجات المعروضة؟ أم نحن بحاجة إلى قنوات تقدّم خدمة نبيلة إلى المشتركين (الجمهور المشاهد المتلقى؟

نؤكد وفي ظل التطور الذي تشهده القنوات التي تحوي على باقات ضاعفت من خلالها العرض البرامجي، أنّنا قد وصلنا إلى مرحلة نتجاوز فيها التنوّع إلى مرحلة نجد فيها الجمهور قد تحول إلى ناقد، ومن ثم فلا بدّ على المشرفين على العملية الإعلامية بصفة عامة والبرامج التلفزيونية بصفة خاصة أن يأخذوا بعين الاعتبار النقاط الأساسية التالية:

1-ضرورة إشباع الرغبات الصريحة والضمنية لهذا الجمهور وفي كل المجالات الممكنة.

2-أن تدخل الشبكة البرامجية في حوار دائم مع الجمهور المشاهد مع مراعاة المستويات المتباينة، وأن تعمل على خلق ملاءة بين البرامج وبين تسيير الجمهور المفترض ظهوره في لحظة من اللحظات أمام شاشة التلفزيون.

بذلك، فإن الوقت قد حان من أجل إعادة النظر في المفاهيم المرتبطة بالبرمجة من حيث:

1-طبيعتها.

2-شخصسة المبرمج.

3-أسس بناء شبكة البرامج.

4-الجمهور المشاهد.

5-طرق القياس.

كلّها أمور واردة وضرورية من أجل برمجة محكمة مبنية على أسس ومهام خالصة للتلفزيون، تمكّننا من الإجابة على سؤال هام جدا وهو: كيف يجب أن تكون البرمجة الفعلية؟

فالمهمة صعبة وتقع على عاتق المبرمج حيال هذه الخدمة النبيلة والسامية والتي لا بدّ أن تجسّد على أرض الواقع من خلال ترجمة ظروف الجمهور المشاهد وفي شتّى المجالات. هذا بدوره يتطلب استحداث شبكة البرامج وإخضاعها إلى عملية القياس مع توظيف تقنيات محدّدة، نستطع حينئذ خوض المنافسة الجادّة والجريئة بين القنوات وسيتغيّر مفهوم البرمجة الذي كان يعدّ في السّابق مجرّد جمع لأكبر عدد ممكن من المشاهدين.

3-جمهورها:

نطمح في هذا السياق، إلى نموذج من القنوات في كنف الجمهور المشاهد وفق مبدأ التعدّدية، حرية الرأي والتعبير حتى يتمكن المشاهد من متابعة البرنامج الذي يودّ مشاهدته في الوقت الذي يكون فيه جالسا أمام شاشة التلفاز (عبد الرزاق الزاهر،2011، 90)

نشير أيضا، وبالرغم من القفزة النوعية فيما يخصّ زيادة عدد البرامج والتنوّع الحاصل في محتوها نظرا للمنافسة الحادّة بين القنوات، ثمّ الانتقال من قناة واحدة ووحيدة إلى عدّة قنوات، حيث لم يصبح الجمهور المشاهد أسيرا لمجموعة من البرامج المفروضة عليه ولسنوات عديدة، فقد

ظهرت آليات جديدة وأجهزة استقبال متعددة، انعكست في فحواها على مفهوم البرمجة التي لابد أن تتماشى طبعا مع طبيعة البرامج من حيث الوفرة والندرة ،ممّا يدفعنا للتساؤل عن الكيفية التي يجب أن تكون وفقها البرمجة ،أخذا بعين الاعتبار الوظائف المنوطة بالمشرفين على عملية البرمجة. فالبرمجة لا تأتي من العدم وإنّما بناء على أرضية صلبة ومحدّدة (المرجع نفسه ص14).

سؤال آخر يصب في نفس المحتوى السّابق وهو:

-هل أنّ المشرف على عملية البرمجة بوسعه صياغة برامج تحوي على أفضل جدولة في علاقتها بالجمهور المشاهد وتتضمن مختلف المجالات الممكنة (السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الفنية...).

يبقى الاحتمال وارد، ولكنّنا نشير إلى أنه مع الكم الهائل من الفقرات البرامجية الأجنبية، فقد أصبح المشاهد يجري مقارنات بين القنوات الجزائرية وما تعرضه القنوات الأجنبية والتي غالبا ما تنتهي بانتقادات شديدة لبرامج التلفزيون الجزائري.

نحن وتبعا لذلك، فإنّنا نتساءل عن مكمن الخلل؟ هل أن المرسل هو الذي يقف وراء ظاهرة نفور الجمهور؟ أم أنّ الجمهور المشاهد هو المخطئ، كونه لا يؤسّس نقده على معطيات علمية وموضوعية؟ (المرجع نفسه، ص15).

فإذا كان الجمهور هو الذي يتحكم في التطور الحالي للبرمجة، فإنّ المشرفون على عملية البرمجة قد أدركوا أنّ مكمن الخلل ليس في المتلقي بل في أسس العمل التي يؤسّسون لها، فالمتلقي يتوفر على رغبات متعدّدة ولا بدّ من إدراكها من خلال عملية القياس والسّبر للمشاهدين، إذ يعتبر الجمهور المعيار الحقيقي الذي يمكن من خلاله الحكم عل مصداقية القناة من عدمها وإذا حكم الجمهور على القناة بالموت، فإنّها حتما ستموت.

أمام هذا الوضع، بات من الضروري البحث في الأساليب والميكانيزمات التي تحكم عملية البرمجة في ظل المنافسة الشرسة للقنوات الأجنبية.

وعليه، نصوغ جملة من التساؤلات الملحّة على النحو الآتي:

1-ماهى طبيعة عملية البرمجة في التلفزيون الجزائري؟

2-هل يضع المبرمج أهمية استقطاب جمهور واسع من المشاهدين؟ أم إرضاء لجهات محدّدة؟ أم تحقيق لأهداف يصبو إليها؟

3-ماهي تقنيات البرمجة التي يعتمد عليها المبرمج في التلفزيون الجزائري؟

4-مانوع القيود التي يحاول تجاوزها في إعداده للشبكة البرامجية؟

وللإجابة عن هذه الأسئلة، فلا بدّ من البحث في أمور مفادها:

1-هل أنّ المبرمج في التلفزيون الجزائري لديه استقلالية تامة عن القرار السياسي في مجال البرمجة؟

2-هل أنّ التلفزيون الجزائري أداة في يد السلطة؟ وهل يمكننا وبذلك تجسيد مفهوم الخدمة العمومية في عملية البرمجة؟

3-هل هناك توافر لدراسات وبحوث تعنى بالجمهور بالشكل الوافي من حيث الكشف عن رغباته وتطلعاته؟

المحور الثاني:

طبيعة عملية البرمجة في التلفزيون:

1-البرمجة تسيير للفضاء الزمنى لثقافة التدفّق

يصنّف Bernard miége "التلفزيون" حسب نموذج التدفّق، بمعنى أن التلفزيون يصنّف يون يون يون ينتمى إلى ثقافة التدفّق.

فماذا نعني بالتدفّق؟

"التدفّق هو سيل لا متناهي للمحتويات الثقافية تسري باستمرار إلى المشاهدين وفق تسيير للفضاء الزمني الثقافي، على نحو تتلاءم مع الجدول الزمني للجمهور المشاهد وباختلاف (Bernard miége,1990,p38)مستوياته وشرائحه"

ولقد عبّر الباحثون الأوائل في الاتصال على أنّ "التدفّق عبارة عن ثقافة حقيقية، Idem,p40)(

فالميزة الأساسية للتدفّق هي تشجيع الاتصال، ذلك أنّه تظهر في الفضاء الزمني فقرات ومواد وبرامج يعاد بثّها وتكرارها عدّة مرات في الوسيلة السمعية البصرية.

فإذا كان التدفّق بهذا الشكل، فماذا نعنى بالبرمجة؟

إنّ البرمجة تختلف تمام الاختلاف عن التدفّق، ذلك أنّ البرمجة تعني وضع البرنامج في المكان المناسب وليس في أيّ مكان كما هو الحال في عملية التدفّق، ففي إطار البرمجة، يتسنى للمبرمج إظهار اختلافات واضحة في البرامج وفي الأوقات المخصّصة لها تبعا لطبيعة الجمهور المشاهد.

"فالبرمجة لا تهدف إلى استمرارية القناة فحسب، بل أنّها تسعى إلى إظهار حصص وفقرات داخل هذا التدفّق للمحتويات البرامجية. هذه الفقرات التي يجب أن يعرفها المشاهد، يتابعها (Daniel Lebœuf et Corinne Megy,1998,p6)وينتظرها في الوقت المناسب لها"

فكيف يمكن للمبرمج أن يخلق هذه المعرفة وهذا الانتظار لدى المشاهد؟

يمكننا أن نشير وفي سياق التأسيس لخصائص أساسية، فإنّ الخبرة، الإبداع، سعة الخيال والكفاءة كفيلة بأن تمكّن المبرمج من دفع الجمهور وجعله يلتمس البرامج وباختلاف طبيعتها، مصادرها، أنواعها، وبكل شغف وحرارة ممكنة.

هكذا نصل إلى تعريف البرمجة على أساس أنها: "وضع مواعيد وسلسلة من المواعيد الخاصة بالبرامج التلفزيونية داخل الشبكة البرامجية، كما تعني أيض الرجوع اللامتناهي إلى هذه المواد) p7)،idem والتذكير إلى غاية التذكير بالتذكير "

هو تعر يف يرجّح وكما أشرنا إلى ذلك في السابق أنّ البرمجة هي تسيير للفضاء الزمني لثقافة التدفّق. فإذا كان هذا هو تعريف البرمجة، فماذا عن البرنامج؟

2-البرنامج والبرمجة

البرنامج بأنه" شكل فنيّ يشغل مساحة زمنية محدّدة، له اسم Jacques mousseau يعرف ثابت تختاره مجموعة تشرف على إعداده ثمّ بثّه، سواء تعلق الأمر بفقرة إخبارية داخل النشرة، حصة أو أيّ برنامج داخل الشبكة البرامجية، وهذه البرامج تقدّم في مواعيد محدّدة وثابتة

(Alain التي تمرّ عبر القناة "مجموعة من الأعمال التي تمرّ عبر القناة المحموعة من الأعمال التي تمرّ عبر القناة (Alain le Diberder et Nathalie coste,1988, p3) كذلك يعرف (leDiberder et Nathalie coste,1988, p3 كذلك يعرف (leDiberder et Nathalie coste,1988, p3 كذلك يعرف (leDiberder et Nathalie coste,1988, p3 التلفزيونية خلال زمن معين فالبرنامج وحسب هذه التعاريف يعني المادة، الفقرة أو المنتوج مهما كان نوعه وخصائصه التي تميزه عن بقية البرامج الأخرى.

وإذا أجرينا مقارنة بين البرنامج والبرمجة، "فالبرمجة هي عبارة عن ملء ساعات البث اليومي (jacques mousseau,1996,p75)من أجل جمهور ملتقط" هذا الجمهور الذي يمكن للمشرف على عملية البرمجة أن يلتقطه في أيّ لحظة زمنية وبناء على الحنكة، المهارة وسعة خياله، عن البرمجة من خلال تعريفه لها "إنّها ربط بين Pierre wichun وفي هذا السياق، عبّالبرامج المبدعة والمكتوبة والمنشطة والتي تمّ إخراجها من طرف مبدعين حقيقيين"

معنى هذا "أنّ البرمجة هي عملية تقوم على انتقاء برنامج من قبل قناة تلفزيونية ما من أجل بيّة رمعنى هذا "أنّ البرمجة هي عملية تقوم على انتقاء برنامج من قبل قناة تلفزيونية ما من أجل بيّة رمعنية محدّدة .

هكذا وحسب التعريف السابق، فإنّ البرنامج يمثل المنتوج وأما البرمجة، فهي تعني التنظيم المنطقى لهذا المنتوج في وقت محدّد له عند البثّ ووفقا لحاجات المشاهدين.

بهذا، فإنّ البرمجة التلفزيونية هي برنامج من ناحية المحتوى، وترتيب زمني في خطّة البثّ من ناحية المواعيد.

3-البرمجة فن إرضاء رغبات الجمهور

يرى المشرفون على عملية البرمجة وكذا الباحثون المهتمون بأنّ البرمجة فن يهدف في طياته إلى التنظيم المنطقي للبرامج وفي مواعيد تتلاءم مع حاجات المشاهدين. هذه الخاصية الأساسية إذا توفرت في الشبكة البرامجية، فإنّ الجمهور سوف يتفاعل مع المحتوى البرامجي الذي يترجم عاداته وتطلعاته. " إلى أنّ البرمجة فنّ حيوي يغزو أجزاء السوق، لهذا المنير "

يجب على مدير البرمجة أن يكون على معرفة جيدة بأوقات وعادات المشاهدة"

(Jean cazeneuve, 1992, p84)

يرى" بأنّ البرمجة تعني مغامرة جماعية تجمع بين (Alexandre Michelin) أيضا فإنّ أشخاص لهم أفكار ويتقاسمون قيما ويحاولون أن يكونوا على علاقة بمجموعة أكثر (Idem,p85) عددا: إنّه الجمهور"

وبذلك فإنّ البرمجة السليمة لا بدّ عليها أن تنتبه إلى ما يريده هذا الجمهور):"إنّ البرمجة عبارة عن فنّ دقيق (Jean Charles paracuellos)وفي نفس السياق يقول قائم على العلاقة المعقدة التي تحقّق بين الموزعين والجمهور، فنّ التوازن، فنّ التنظيم الذي ينشأ مرة واحدة عن التسويق باقتراح ما يتمناه الجمهور".

إلى" أنّ البرمجة تشمل على عن أفضل تلاؤم (Jean Charles paracuellos,1993, p6) إلى المحتمل على عن أفضل تلاؤم (David taras., p187) كذلك يشير كذلك يشير (David taras., p187) البرامج وحضور الجمهور المحتمل خلال وقت معين"

4-البرمجة فن مبدع ومخيب:

البرمجة فن يجمع بين الإبداع والغرابة في آن واحد، فالمبرمج يعمل وفق إبداعه وسعة خياله على التأقلم قدر الإمكان مع الجمهور المشاهد تبعا لحاجياته المتغيرة وتبعا لأساليب العمل المتوفرة وأخذا بعين الاعتبار المنافسة الحادة للقنوات من جهة، ولكن وفي ذات الوقت فإن البرمجة فن مخيب، ذلك راجع إلى أن مختلف شبكات البرامج تتشابه بهذا القدر أو ذاك بل وتتطابق محتوياتها، ممّا يجعل منها قنوات متطابقة في نسخة واحدة.

هكذا فإن تضاعف وتعدد قنوات البث أدّى إلى تنوع وتعدد إمكانيات انتقاء برامج ومحتويات متنوعة، ولكن فإن معظم هذه البرامج محدودة جدا نظرا لعدم تباينها واختلافها من ناحية الشكل والمحتوى.

5-البرمجة تقنية تترجم سياسة افتتاحية خاصة بالوسيلة:

أهمية قصوى تكتسيها عملية البرمجة لمختلف المنتوجات والبرامج والمواد في الشبكة البرامجية، هذا ما جعل البعض من الباحثين يفكر بل ويدرج تلقين البرمجة كمقياس ضروري في المدارس والمعاهد والجامعات على شاكلة الولايات المتحدة الأمريكية التي أولت اهتماما بها. إنّ هذه الأهمية نابعة من أنّ البرمجة تترجم السياسة الافتتاحية الخاصة بالقناة) بقوله: "إنّ عملية البرمجة تعنى إعداد، صياغة، تخطيط jacques mousseauعلى حدّ تعبير.

لشبكة برامج على المدى القصير، المتوسط والبعيد وهي طبعا عملية معقدة تنتج من خلال تفاعل، تعاون مجموعة من الأطراف والفاعلين في الممارسة الإعلامية، وهذا ما أدّى إلى إقحام رئيس القناة (المدير العام)، مجلس الإدارة، مسؤولي البرامج في حوار من أجل إنجاز مشروع افتتاحي يتم وضعه حيّز التنفيذ من قبل المصالح المعنية بالبرمجة. __ dacques __ عشروع افتتاحي من قبل المصالح المعنية بالبرمجة. __ mousseau, op cit, p40)

فالبرمجة إذن هي تقنية تترجم سياسة افتتاحية تسجّل نفسها داخل مشروع المؤسسة، هذا المشروع يختلف طبعا من مؤسسة إلى أخرى حسب توجّه القناة. بقوله "تتضمن البرمجة قواعد صالحة لجميع (Jacques mousseau) كذلك يضيف المبرمجين إلى جانب أسرار خاصة بالتصنيع الشخصي لهؤلاء مرتبطة باستراتيجية القناة "Idem, p41)

هكذا نستنتج أنّ المبرمج مجبرا على احترام الخط الافتتاحي، وتقع على عاتقه مهمة إنجاز شبكة برامجية يحاول من خلالها ترجمة هذه السياسة الافتتاحية من جهة مع مراعاة الجمهور وطبيعة البرامج الموجهة إليه من جهة أخرى.

6- البرمجة جانب خفى في التلفزيون:

رغم الأهمية القصوى التي تكتسيها عملية البرمجة في مختلف القنوات التلفزيونية عمومية كانت أم خاصة. هذه الأهمية التي تنبعث من الاستراتيجية الثقيلة التي تقع على عاتق المشرفين على عملية البرمجة والتي لا تتمثل فقط في إعداد وإنجاز برامج ثم بثّها على الجمهور، وإنّما تكمن في إدراك رغبات وأذواق وتوجّهات الشرائح المختلفة والمتباينة.

وبالرغم من المحاولات الجادة التي بذلت في هذا المجال من قبل المبرمجين للشبكة البرامجية، فإنّ هذه المحاولات تبقى محتشمة وقليلة جدا بالمقارنة مع تطور رغبات الجمهور والذي أصبح يطلب المزيد ولا يأبه بالموجود في ظلّ الزخم الكبير من القنوات الفضائية الأجنبية العربية منها والغربية من حيث باقات البرامج التي تقدمها، ولهذا نجد الجمهور المشاهد ونظرا لندرة البرامج ولتطابقها وفي مجمل القنوات، أصبح مجبرا على إعادة تشكيل جدول أوقاته في شبكة خاصة من خلال انتقاء برامج من هنا و هناك ،وقد ينتهي به الأمر إلى مشاهدة برامج معزولة لا تمت صلة برغباته ،ظروفه وواقعه ودون أن تمنح له الفرصة للتساؤل أو المساءلة عن سبب بث هذا البرنامج في هذه المساحة الزمنية بالذات وليس في مساحة زمنية أخرى.

كلّها تخمينات وتداعيات ناتجة عن واقع معيش، واقع لا يعكس الظروف الحقيقية التي من واجب المخططين والمبدعين الانتباه لها، ذلك أنّ الجمهور هو المعيار الحقيقي الذي يقاس به نجاح أو فشل القناة.

المحور الثالث:

شخصية المبرمج:

1- مهنة المبرمج

في خضم المهمة الصعبة والمنوطة بالمشرفين على العملية الإعلامية (تحقيق المعادلة المتمثلة في احترام السياسة الافتتاحية للقناة مع إرضاء رغبات الجمهور المشاهد)

- أين هي شخصية المبرمج؟ أين هي احترافية؟ قدراته وسعة خياله؟

- هل تتوفر القنوات التلفزيونية على أخصائيين محترفين ذوي كفاءات في التأسيس لبرمجة محكمة، بنّاءة شكلا ومضمونا؟

يمكننا أن نقول في هذا السياق أنّ مهنة البرمجة مازالت فتيّة وفي مجمل القنوات التلفزيونية، ذلك أنّ المبرمجين المحترفين قليلو العدد. الدليل على ذلك هو ما تعكسه برامج الشبكات البرامجية الموجّهة للجمهور والتي تفتقر في محتوياتها إلى فقرات ومواد تترجم واقع الجمهور وظروفه.

لهذا، فإنّنا نجد أنّ معظم المحطات الإذاعية والمؤسسات التلفزيونية تتنافس فيما بينها من أجل الحصول على أحسن المبرمجين الأكفاء، ذوي الخبرة في المجال الإعلامي من أجل الاستفادة من مؤهلاتهم وخبراتهم في إعداد شبكة برامجية بنّاءة، ذلك أنّ هؤلاء المبرمجين بمثابة نجوم قادرين على المزج بين مختلف التقنيات، مستخدمين في ذلك التجربة والخبرة في إنجاز شبكة برامجية محكمة.

"إنّ المبرمجين ذوي (Alain Le Diberder et Nathalie Coste)وفي السياق يقول: الخبرة قليلو العدد، ذلك لأنّهم أخصائيون تتنافس الشركات التلفزيونية على توظيفهم والاستفادة من خدماتهم.

إنّهم بالفعل قادرون على المزج الغريب والعجيب بين مختلف التقنيات من أجل بناء شبكة (Alain Le diberder, 1988, p59)

2-المبرمج وشبكة البرامج:

يعد المبرمج شخصية مهمّة، فعّالة وأساسية في إعداد، صياغة وبناء شبكة برامجية تحتكم في شكلها ومضمونها إلى أهم العناصر الواجب توفرها في الشبكة البرامجية الناجحة.

لهذا، فإنّ المبرمج لا بدّعليه أن يشارك في تحديد الخط السياسي للقناة وأن يتدخل في مضامين البرامج وأن تكون لديه استراتيجية محدّدة في تنظيم وتوزيع وبثّ برامج التلفزيون.

وفي هذا يقول الأستاذ نصر الدين لعياضي "فالمبرمجون هم أولئك الذين يعملون في الكواليس على تحضير وصياغة شبكة البرامج. إنّهم وراء كل فيلم، مسلسل، منوّعات أو فاصل موسيقي يعرض على الشاشة. إنّهم بمثابة رسامين، فنانين لأيّ شبكة برامج، يشاركون في رسم سياسة القناة وفي شراء البرامج وفي توجيه استثمارات الإنتاج، لكنّهم قبل كل شيء تقنيون واستراتيجيون في تنسيق البرامج ووضع شبكة يومية تحقق أهداف القناة وتتبع سياستها. (نصر الدين لعياضي،1998، ص4)

أيضا: "يعد المبرمج شخصية أساسية ضمن المجموعة التي تقود التلفزيون وتسيره، إنّه صاحب نفوذ في المجال المالي، فهو يقرّر حجم الميزانية التي سيستثمرها في الإنتاج والتي تخصّص لشراء البرامج التلفزيونية الجاهزة ويخطّط لها في الزمن" (المرجع نفسه، ص4).

كذلك: "إنّه شخصية مؤثرة في تحديد الخط السياسي للتلفزيون، يحكم ويحسم في مسألة مضامين البرامج، وهو صاحب استراتيجية وتكتيك في التنظيم اليومي لبرامج التلفزيون وهو الذي يبنى شبكتها " (المرجع نفسه، ص4).

لهذا يتسنّى على المبرمج أن يستخدم موهبته وخبرته في مجال بناء شبكة برامجية متنوعة يزاوج فيها بين احترام سياسة القناة وإرضاء رغبات الجمهور المشاهد.

3- احتكار المبرمج لعملية إنتاج وبت الشبكة البرامجية

يملك المبرمج سلطة ضاغطة في تسيير شبكة البرامج، فهو يراقب الإنتاج والبثّ لحدّ القول أنّ المبرمج يحتكر الإنتاج والبثّ بصورة رهيبة.

فإنّ

يرى " إنّه من غير المعقول أن تكون أنشطة (Jacques mousseau)وفي هذا السياق،

البرامج والإنتاج منفصلة، كما هو الحال خلال عشرات السنين الفارطة، إذ يحتكر المبرمج في القناة (إنتاج وبثّ البرامج) وهذا يعني أنّ المبرمج يرفض أيّ منتجات لا تتلاءم مع شبكة برامجه، ذلك أنّ المبرمج يبدع في الشبكة ولكن يأخذ بعين الاعتبار سياسة القناة والجمهور"

(Jacques mousseau, op.cit., p75)

هكذا نستشف أنّ المبرمج سيعتمد على المبادرة بالإبداع، ممّا سيؤدي حتما إلى تداخل المهام، ذلك أنّ المبرمج لا يمثل الجالسين أمام الشاشة.

4-المبرمج وندرة البرامج

انطلاقا من الندرة التي تشهدها مختلف الشبكات البرامجية، نظرا لتطابق وانسجام هذه الشبكات فيما بينها وبكيفية متماثلة تماما، وجب على المبرمج أن يبرهن عن شخصيته الفذة وعن موهبته وسعة خياله في إدراك واستدراك هذه الندرة من أجل تدارك هذا العجز في تصميم الشبكة البرامجية رغم العراقيل المفروضة والتي من أهمها المنافسة الشرسة لجل القنوات التي تضاعف عددها وتضاعفت باقات برامجها.

وفي ظل الوضع المزري الذي تشهده القنوات التلفزيونية، بات من الضروري على المشرفين على عملية البرمجة توخّي الحذر وأخذ الحيطة حيال ما من شأنه ينقص من وزن وثقل الشبكة البرامجية. هكذا يتساءل الأستاذ نصر الدين لعياضي:

" هل يجب بذل المزيد من الجهود والتعب حتى نسد رمق الشاشات الصغيرة عبر شراء المسلسلات وزيادة برامج الركح(البلاطو) وجرائد مصوّرة وروبورتاجات وألعاب والتي تملك

ميزتين: أنها أقل كلفة وسريعة الإنجاز؟ فكثيرا ما تستخدم الشبكات التلفزيونية سواء الكبرى أو الصغرى هذه الأسلحة في البرمجة" (نصر الدين لعياضي، مرجع سابق، ص45)

5-المبرمج في مواجهة المنافسة:

أمام تعدد قنوات البثّ التلفزي، تعاظمت مهام المبرمج وتعقدت، ممّا فتح الباب على مصراعيه للمنافسة الحادّة والشرسة لهذه القنوات، لذلك يتوجب على المبرمج أن يستخدم كل حيله من أجل معرفة سرّ نجاح البرمجة في هذه القنوات وصولا إلى صياغة شبكة برامجية، يستطيع من خلالها المبرمج بث برامج منافسة في الوقت المناسب لها وبالنظر إلى ما تبثّه القنوات التلفزيونية المنافسة.

هكذا يتسنّى على المبرمج أن يعمل على إرضاء الجمهور ببرامج ذات نوعية وتميّز وأن تعكس انشغالاته وتوجّهاته المتباينة.

"فالمبرمج، وبهذا مطالب أن يعمل على استحضار موهبته ويبرهن عن قدرته على الإغراء حتى يجذب نحوه أفضل المنتجين والمنشطين وأفضل الأفلام والمسلسلات، لأنه في النهاية يحصل على أفضل ما يملكه هؤلاء من مواهب، على بلاطو خاص بالسينما أو خشبة مسرح، ويكون بمثابة المسيّر الذي يبحث عن عدّة فرق في آن واحد"

(Jacques mousseau, op.cit, p80)

) "أصبحت مهمة المبرمج (Bob Mullan) همة صعبة ومعقّدة على حدّ تعبير التفكير بدهاء وحيلة، ضرورة التفوق على منافسيه في وقت زادت (Scheduler) تعني التفكير بدهاء وحيلة، ضرورة التفوق على منافسيه في التفكير بدهاء وحيلة، ضرورة التفوق على منافسيه في وقت زادت (Scheduler) والبرنامج (Bob Mullan, 1997, p65)

6-المبرمج والجمهور:

لقد تحوّل المبرمج إلى شخصية تهتم بعملية التنسيق بين مختلف البرامج التلفزيونية والجمهور، بل ويعمل على إغراء المشاهد وجلبه نحو مختلف البرامج التي تنجزها وحدات الإنتاج، مستخدما في ذلك نفوذه وسلطته كقائد ومشرف على الشبكة البرامجية.

وكما يقول الأستاذ نصر الدين لعياضي في هذا السياق: "كل هذا العتاد يسخّره المبرمج لتمكين التلفزيون من اكتساب شخصيته، حتى لا يحدث انقطاع في نبرته أو في إيقاعه العام وحتى لا يتيه المشاهد أو يدفع للكفّ عن مشاهدة برنامج هذه القناة التلفزيونية والبحث عن أخرى" (نصر الدين لعياضي، مرجع سابق، ص64)

) Daniel Le bœuf ولقد تطورت الأمور إلى أن أصبح المبرمج على حدّ تعبير

"لقد تحوّل المبرمج من ناحية كونه لم يعد منسّقا بين الحصص المنتجة من طرف وحدات البرامج، ولكن أصبح في استمرارية محل استماع إلى ميولات الجمهور...إنّه الشخص الذي (Daniel Leboeuf,op.cit,p10) ((Daniel Leboeuf,op.cit) بهمّ أكبر عدد منهم" "لقد فقد المنتجون والمخرجون والصحفيون السلطة (Hervé Bourges) ويشير أيضا التي كانوا يملكونها من قبل والتي كانت تتمثل في اختيار الموظفين وتمرير الطلبات، أما يخص المبرمج، فوظيفته أساسية ذلك أنّه يساهم في تسبيق ما ينتظره الجمهور، وهذا هو الجانب (Hervé Bourges, 1993, p38) الإبداعي"

هكذا يعد المبرمج بمثابة الوسيط بين القناة والجمهور من خلال صياغة شبكة برامجه، ما يجعل أنّ البرامج أحيانا تعكس المواضيع وتقدم خدمة اجتماعية عمومية.

يتوقف إذن اختيار البرامج على براعة المبرمج وخبرته، وعليه التقاط التطورات لدى الجمهور وترجمتها بأيّ شكل من الأشكال على الشاشة، وذلك من خلال نوع خاص من البرامج حيث) :"ولكن أيضا، الإجابة على أسئلة جوهرية: في أيّ غرفة Monique Dargaud يقول

يوجد المشاهد؟ هل هو جاهز للمشاهدة؟ هل هو لوحده؟ هل هو مع العائلة؟"

على هذا الأساس، فإنّ مهمة المبرمج تكمن في (Monique Dagnaud,1986, p29) معرفة رغبات الجمهور وتقديم البرامج بشكل جذّاب، تتوضّح من خلالها براعة المبرمج، وهذا طبعا يستدعي حسن التنظيم المحكم للبرامج، ذلك أنّ البرمجة تهدف في فحواها إلى تحقيق الترفيه عن الجمهور بمختلف أطيافه الممكنة، ولهذا فلا يجب أن يعمل المبرمج على تهميش أيّ فئة من فئات الجمهور المشاهد، بل عليه أن يتعرف على مجالات القطيعة بين البرنامج والمشاهدين.

"فالبرمجة لا تعني الخلق والابتكار، إنّما هي عملية تستدعي قدرا من الذكاء، كما تعتمد على معرفة التيارات الفكرية المختلفة وأيضا معرفة بالخصوص الوقت المناسب لإقحام أو بثّ أيّ (Daney Serge et Frank Eskenazi,1986,p28)

المحور الرابع:

نتائج قياس المشاهدة أساس البرمجة وهدفها:

1-أهداف المبرمج:

إذا انطلقنا من حقيقة مفادها أنّ المبرمج همزة وصل بين القناة والجمهور، فهو يمثل الجالسين أمام الشاشة من حيث أنّه مسؤول عن وظيفة استراتيجية، تتمثل في تقديم خدمة عمومية للجمهور المشاهد. فإذا أدى المبرمج مهامه بالطريقة والأسلوب المتبنى، تتحقق الأهداف المتوخّاة والتي تتمثل فيما يلي:

-الحصول على مشاهدة جماهيرية واسعة (أكبر عدد ممكن من المشاهدين).

-شدّ انتباه الجمهور لأكبر مساحة زمنية ممكنة.

هكذا، سيتضّح لنا ومن خلال دارسات ميدانية، نقترب من خلالها بالجمهور المشاهد، استكشاف مدى نجاح أو فشل أيّ برنامج تلفزيوني، أيضا سنتمكن من قياس المدّة الزمنية التي يستغرقها المشاهد أمام شاشة التلفزيون.

فقياس المشاهدة إجراء ضروري لبناء شبكة برامجية تحظى برضى الجمهور المشاهد.

(Alain Le Dibedrer et Nathalie Coste, op.cit., p50)

هدف المبرمج وكما أشرنا إلى ذلك من قبل يتمثل في:

1-الحصول على أكبر عدد ممكن من المشاهدين، وفي هذا السياق نجد القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية تلجأ إلى البرامج الجذّابة: كالأفلام، عالم الرياضة، الفن والمنوعات التي تستحوذ على انتباه العدد الأكبر من المشاهدين، أو من خلال الاعتماد على البرامج الخاصة أو المناسباتية والتي من شأنها تجلب الجمهور المشاهد أيضا.

2-أما لبلوغ الهدف الثاني، أي شد انتباه الجمهور الأطول فترة زمنية ممكنة، فإن المختصون في مجال البرمجة، يرون أن الاعتماد على عنصر الإيقاع مهم جدا، من أجل جلب المشاهدين

لمتابعة البرامج القصيرة، أيضا الاعتناء باللحظات الموسيقية المصاحبة للإعلان عن برامج الحصص والمسلسلات، وغيرها من الفقرات والتي تعدّ بمثابة مواعيد للجمهور، ومن شأن) (Idem,p52 ذلك الحصول على مشاهدة جماهيرية واسعة ولأكبر مساحة زمنية ممكنة

السؤال الذي يطرح في هذا السياق هو:

-هل بإمكان القنوات العمومية والخاصة أن تحقّق هذا المسعى، والذي يؤدي إلى مؤالفة الجمهور لمختلف البرامج المبثوثة عبر قنواتها؟

فالجمهور المشاهد، يعد جد مهم في بناء الشبكة البرامجية بما تحويه من فقرات وبرامج، ومن ثمّ تبدو أهمية قياس مشاهدة الجمهور للبرامج وباعتماد تقنيات محدّدة.

2-أهمية قياس المشاهدة:

إنّ الجمهور لا يمكن تجاهله، فهو مركز (Jean pierre esquenazi) متزايد، سواء بالنسبة للمشرفين على القناة أو حتى بالنسبة للمعلنين، حيث يصنّف البعض الجمهور المشاهد في خانة المستهلك فقط، كما هو الحال بالنسبة للمعلنين، بينما) Pierre Esquenazi, 1995, p9

وفي هذا السياق، تنطبق المقولة والتي فحواها: "قل لي ماهي برامجك، أقول لك من يسمعك أو يشاهدك" على أهمية الجمهور في عملية البرمجة وأهمية قياس Bruno) كذلك يؤكد (المشاهدة وباعتماد سبر الآراء إزاء البرامج الإذاعية والتلفزيونية، إذ تعدّ الوسيلة المثلى لمعرفة التقدير الكمي والعددي للمشاهدين للبرامج من خلال استخدام الهاتف أو البريد أو حتى عن طريق المباشر.

هكذا، فالبرمجة الفعالة، ونظرا إلى أنّ الجمهور طرفا رئيسيا في البرمجة، فهذا يستوجب وبالضرورة معرفة هذا الجمهور من حيث طبيعته، عاداته، معتقداته اهتماماته، وأيضا تحديد

احتياجاته المتغيرة إزاء مختلف القضايا المطروحة على طاولة النقاش، حتى تتّخذ من نتائج القياس قاعدة أساسية لصياغة شبكة برامجية ناجحة وبنّاءة.

لقد زاد الاهتمام بقياس المشاهدة الجماهيرية عبر مختلف القنوات وخاصة مع المنافسة الحادة للقنوات المنافسة، والتي بدورها تسعى إلى جذب الجمهور المشاهد بكل الأساليب خوفا من انتقال المشاهد إلى قنوات أخرى والتي تحوي على باقات متنوعة من البرامج.

هكذا، فإنّ نتائج قياس المشاهدة مهمة جدا، فهي الطريقة المثلى والعملية لاستطلاعات الرأي العام، وهي أساس فهم رغبات الجمهور وتطلعاته والتعرف على اهتماماته.

فمن خلال نتائج قياس المشاهدة، تتوضّح علاقة الجمهور بالقناة، حيث أنّ نجاح الخدمة العمومية تقاس بمدى قدرة القناة التلفزيونية على إرضاء رغبات الجمهور وتيقّظها لحاجاته المتغيّرة حتى يتسنّى للمبرمج معرفة الشرائح التي يوجه إليها برامجه من أجل إحداث التأثير المطلوب في الوقت المناسب لإدراج أيّ برنامج في المساحة الزمنية المحدّدة وليس في مساحة زمنية أخرى دون الاعتماد على مجرّد التقدير، ممّا يخدم القناة والجمهور على حدّ سواء. سؤال آخر نظرحه وبإلحاح، هل يمكن للقنوات التلفزيونية العمومية والخاصة من خلال الاعتماد على سبر آراء المشاهدين في بناء الشبكة البرامجية تحقيق التفاعل، الاندماج الحقيقي للمشاهدين رغم من القيود المالية، الاقتصادية وقيد المعلنين؟

هكذا، تبرز لنا أهمية نتائج قياس المشاهدة في تصميم شبكة البرامج، فهي وسيلة مهمة لتحديد توقعات الجمهور، وبدون عملية القياس، سيعيش المبرمج في الأوهام، وسيكون الاتصال السمعى البصري في المجهول.

سؤال آخر مفاده: هل تعتمد قنوات التلفزيون على نتائج قياس المشاهدة من أجل تبرير التعريفة الإشهارية (تطور الإرادات الإشهارية) أم قياس الذوق الحقيقي للجمهور؟

 $(R\acute{e}my\ Le\ Champion\ et\ Benoit\ Danard, 2000,\ p20)$

3-شبكة البرامج:

تعنى البرمجة أساسا بعملية تنظيم شبكة البرامج وفقا لاتّجاهات الجمهور المتغيّرة في شبكة البرامج ومجمل الفقرات، ووضعها في مساحات زمنية مناسبة وبطريقة متلائمة مع طبيعة الجمهور المتواجد أمام الشاشة. وتبعا لما ستسفر عنه عملية اختيار المواضيع، يتمّ صياغة شبكة برامجية متناسقة والاقتراب) (Laurent Fonnet,2010,p12 بها أكثر من الجمهور المستهدف

4-القناة:

وفيما يخصّ القناة، فينبغي الاهتمام باللحظات الموسيقية التي تبثّ فيها الومضات الإشهارية والتي من شأنها تجلب الجمهور إلى مشاهدة البرامج، ذلك أنّها لحظات تباع من أجل الجمهور، أيضا يمكن للقناة أن تحدّد نوع الجمهور المستهدف من خلال إعطاء أهمية لنتائج المشاهدة حتى تتمكن من معرفة الشرائح التي تتوجه إليها بمختلف البرامج والفقرات البرامجيّة. وهذا طبعا يختلف من قناة لأخرى: من قناة مجانية إلى قناة مدفوعة (الاشتراك)) (Idem,p13) والتي تشهد مشاهدة ومتابعة مستمرّة

ونظرا لهذه الأهمية القصوى التي يكتسيها قياس المشاهدة للبرامج، نطرح السؤال التالى:

—ماهي أساليب قياس المشاهدة؟ وما مدى قدرتها على تحقيق الهدف الذي وجدت من أجله؟

5-أساليب قياس المشاهدة:

كان القياس سابقا يتمثل في توجيه الأسئلة بواسطة الهاتف، أو من خلال النزول إلى الشارع لمعرفة ماهية البرامج التي شاهدها الجمهور خلال السهرة؟ أو التي يود مشاهدتها؟

ولكن هي وسائل تتسم نتائجها بالبطيء وعدم الدقة، إلا أنّه ظهر جهاز (Audimétrie)

لقياس المشاهدة. وعموما هناك أسلوبين لقياس المشاهدة هما:

أ) -أسلوب العودة إلى التذكر:

ويتمثل هذا الأسلوب في أنّ الشخص المستجوب يقوم برسم استماعه لمدّة يوم أو ليلة كاملة لمحقّق يكون قد اتّصل به هاتفيا أو التقى به أو تسجيل ذلك خلال فترة زمنية على (Irep,1989,p211خاص أو شبكة إلكترونية يمكن الاتصال بها عبر المنيتال دفتر

إنّ هذا النوع من الأسلوب يعتمد على نوعين من السّبر:

* بواسطة الهاتف أو المقابلة المباشر:

يسمح هذا الأسلوب بتقديم لوحة أكثر دقة عن المشاهدة بالاعتماد على عيّنة معبّرة ولكنّه مكلف جدا، ولايمكن الاعتماد عليه بصفة مستمرّة، فهو يقدم صورة متباعدة عن الظاهرة وتكون فيها مغالطات وأخطاء.

*العيّنة البريدية:

"تتضمن المشاهدين الذين يملؤون دفتر المشاهدة أو الاستماع، حيث يتوجّب الأمر توفر جهاز تلفزيون من أجل الإشارة إلى الحصص التي تمّت مشاهدتها كل ربع ساعة كتابيا، إلاّ أنّه مع ظهور أنماط جديدة للتلفزيون، أضحى من الصعب استخدام هذه الطريقة، إذ يتطلّب ذاكرة قوية ووقت كاف خاصة مع تعدّد القنوات التلفزيونية، إلاّ أنّ الدراسات التي أجريت في هذا المجال، أسفرت على أنّ كراس الاستماع لا يقدّر قيمة المشاهدة بشكل جيّد، وأنّ نتائجه تتّسم بالبطيء وتطرح مشاكل في التأويل.

إنّ من محاسن هذا النظام هو أنّه يسمح بقياس كمي للمشاهدة، أمّا من مساوئه البطء النسبى)François Mariet,1990,p223 لعودة المعلومات وعدم دقّة الإجابات

*-المجموعات المركزة:

"تشمل دراسة المجموعات المركزة على تنظيم اجتماعات لجماعات من المشاهدين لهم خصائص مشتركة (السن، الجنس، الوضعية السوسيومهنية، مكان الإقامة) ومستهدفين (كبار مستهلكي قناة ما أو برنامج ما) ودفعهم للإبداء برأيهم حول موضوع الدراسة عن طريق أسئلة مفتوحة أو حوار، ووفقا لإجاباتهم، تقوم الدراسة بتحليل ردود أفعالهم، وتمدّ المبرمج بمؤشرات من أجل نجاح البرنامج قبل أو بعد بنه.

وتوضّح هذه البحوث السلوكيات بدل قياسها بالمعنى الأكاديمي، هدفها الحصول على وتوضّح هذه البحوث السلوكيات بدل قياسها بالمعنى الأكاديمي، هدفها الحصول على (Laurent fonnet,op.cit,p59) معلومات جدّ خاصة (أحاسيس تلقائية وشعور حقيقي" (إلا أنّ صحة هذا النوع من الأبحاث الكمية يبقى محلّ تساؤل، حيث لا يمكن تعميم الأبحه على كامل فئات المشاهدين.

*-السّبر:

"هو عبارة عن سبر على مجموعة من المشاهدين، حيث تطرح على كل واحد منهم أسئلة سبق وأن أجاب عنها، وما يمكن الإشارة إليه هو أنّ الجمهور يعبّر بصعوبة عن رغباته ويتفاعل مع الاقتراحات لأسباب سيكولوجية وسوسيولوجية وجب فهمها من أجل تقييمها ومقارنتها ببحوث أخرى، كما يجب إعادة نفس البحوث بصفة منتظمة للتأكد من صحّتها

) Idem, p59ورصد التطورات (

ب)-القياس الأوتوماتيكي:

ويقوم على آلية خفيّة، حيث أنّ أجهزة التلفزيون(Audimétrie) عرف هذا الأسلوب باسم

التي يجرى عليها التحقيق تكون مرفقة بجهاز يقوم بتسجيل وضعية المستقيل (فتح أو غلق الجهاز –القناة المتابعة) ولقد عرف هذا الأسلوب من القياس نوعين من التقنيات هما:

*-قياس المشاهدة المنزلية:

) وهي عبارة عن علبAudimètres يتم قياس المشاهدة المنزلية انطلاقا من أجهزة ابتسجيل أوقات ومدّة Audimètre إلكترونية سوداء ترافق أجهزة التلفزيون، ويقوم جهاز عمل هذه الأخيرة، وكذا القنوات التي تمّت مشاهدتها، حيث يتوفر مختلف أفراد الأسرة على زرّ وجب الضغط عليه كل مرّة يدخلون فيه أو يخرجون من الغرفة، ويحوّل هذا الجهاز المعطيات عبر الخط الهاتفي إلى مركز الإعلام الآلي الذي يطلبه خلال الليل.

وهكذا يتمّ استقبال التفاصيل حول البرامج التي تبثّ خلال اليوم التالي والتزويد بحجم المشاهدة لمختلف برامج القنوات حسب شرائح الأفراد (Borda,1996,p701)

إنّ هذه الطريقة موثوق فيها وأمينة نظرا لعدم لجوئها للتعاون مع أفراد العيّنة الذين ينسون شيئا فشيئا وجود جهاز قياس.

بهذا تستجيب هذه التقنية لاحتياجات مسؤولي برامج التلفزيون الذين يأملون في معرفة ما شاهده الجمهور، لكنّها تثير استياء المعلنين، ذلك لأنّهم يهتمون بالأفراد الحاضرين أمام أجهزة استقبال التلفزيون، وكثيرا ما وجّهت لها انتقادات من طرف رجالات الإشهار الذين يرون أنّها ليست دقيقة، كونها لا تسمح بتغطية كل سلوكيات المشاهدين، كنتيجة لذلك ظهر نمط جديد يشكل جيلا جديدا يتمثل في القياس الفردي.

*-قياس المشاهدة الفردية:

يجمع هذا الأسلوب بين التسجيل الأوتوماتيكي لعمل مستقبلي برامج التلفزيون والتسجيل اليدوي لاستماع كل شخص داخل المنزل، بمساعدة زر مضغوط مركب على جهاز التحكم

عن بعد (Télécommande) وكل زر ينتسب إلى فرد معيّن، لذا وجب دفعه في كل مرّة مع بعد (Télécommande) مع بداية ونهاية كل مشاهدة، ويفرض هذا النوع من القياس تعاون كل فرد من أفراد الأسرة (François Mariet, op.cit, p330)

ورغم الانتقادات التي وجهت إلى المشاهدة الفردية، إلا أن هذا النوع من القياس يبقى الأسلوب الأكثر ثقة به، حيث تعمّمت استخدامات جهاز المانيطوسكوب وجهاز التحكم عن بعد، إذ أصبح هذا النوع من القياس ضروريا من أجل تسجيل الاستهلاكات.

*-قياس مشاهدة قنوات الكابل والساتلايت:

مع العدد المتزايد للقنوات الرقمية، كان لزاما على مؤسسة (Médiamétrie) البحث عن القادرة على الأخذ بعين الاعتبار مشاهدة هذه القنوات، وعليه تمّ تطوير جهاز Audimètre تحت اسم MCS تقنية أخرى وهي Audicabsat التي تقيس كل ربع ساعة مشاهدة هذه القنوات، ولا تجرى إلا مرّة واحدة في العام وخلال ثلاثة أسابيع، الشيء الذي جعل نتائجها جزئية، وبالتالي غير أكيدة. ومادام هذا القياس لا يأخذ بعين الاعتبار إلا فترة زمنية معيّنة من شهري نوفمبر –ديسمبر، فإنّ القنوات تتجنّد خلال هذه الفترة الحاسمة بأقصى طاقتها للتحدّث عن نفسها من خلال بثّ كل برامجها القوية، من أجل الحصول على أفضل النتائج فيما يخصّ المشاهدة. وبالنسبة للقنوات المتخصّصة، يعدّ البطيء في بثّ نتائج القياس عائقا على حدّ تعبير المشاهدة. وبالنسبة للقنوات المتخصّصة، يعدّ البطيء في سبتمبر ،تصلنا نتائج القياس في أبريل ،بمعنى ثلاثة أشهر قبل شبكتنا الصيفية، بالنسبة لنا هذه الأرقام متأخرة ،ولا يمكن (Karion Kresmann, 2000, p18)

*-قياس المشاهدة القائمة على الدفع:

ترتبط القنوات القائمة على الدفع بمعايير عدد المشتركين وحجم إلغاء الاشتراك لقياس مشاهدتها، حتى وإن كانت القناة أقلّ مشاهدة من قبل مشتركيها بسبب جاذبية القنوات المجانية.

ويستخدم المستثمرون في مجال البثّ القائم على الدفع، السّبر على المشتركين من أجل قياس درجة رضاهم (الاستجوابات، تحقيقات هاتفية) ويقوم هذا النظام بالتعبير عن رضا الجمهور بالبرامج، ويتمّ تقديم النتائج شهريا في شكل قائمة للبرامج الأكثر استحبابا بالنسبة لكل قناة، وبالطبع لا يتمّ التصريح بنتائج مشاهدة قناة منافسة.

وتترجم هذه الطريقة فلسفة الرضا العام للجمهور من أجل تعليق البرامج ذات الاستقطاب الضعيف (Laurent Fonnet, op. cit, p64)

3-قياس المشاهدة بين التأييد والمعارضة:

يعتبر قياس المشاهدة أرضية خصبة ومرجعا للقنوات التلفزيونية، إلا أنّنا لا نسجّل تأييد كافة صانعي البرامج التلفزيونية والمختصين في هذا المجال لسبر آراء المشاهدين بحيث انقسموا إلى فريقين:

*الفريق الأول:

نظرا للصعوبات التي واجهتها الشركات التلفزيونية، كارتفاع تكلفة الإنتاج وانصراف المشاهدين إلى متابعة برامج التلفزيون الكابلي، والتحوّل إلى مشاهدة أشرطة الفيديو، أصبح لزاما على مبرمجي القنوات الرضوخ إلى نتائج سبر آراء المشاهدين، وجعلها القاعدة الأساسية التي يعتمدون عليها في بثّ حصّة تلفزيونية ومن أمثلة هذه القنوات (NBC،ABC) والتي أشرف مسؤولوها بمساعدة البحوث على النجاح.

- الفريق الثاني:

"يعتبرها بعض المبدعي والمتمثلة في الحدس" Laurent fonnet) op.cit,p83) إنّه من الأفضل الطعن في قياس المشاهدة، لكونه يظهر المشاهد كما هو وليس كما نود أن يكون، ولا حتى كما يريد هو أن يكون، وأنّه وجب أن ندرك أنّ المشاهدين يعبّرون عن رغبة في شيء آخر، فالقياس ليس إلاّ صورة للماضي، وبالتالي لا يمكن توظيفه في قراءة ميولات الغد.

ويتساءل (Donald wear)عن أهمية القياس من جهة وعن محدودية قياس المشاهدة من جهة أخرى، إذ يقول: "هل أنّنا عندما نأخذ بمؤشرات السّبر، سنقوم بحرمان جزء كبير من الجمهور من الخدمة؟

وكيف سيكون تعامل الوسيط الجماهيري مع ملايين المشاهدين؟ فليس من المعقول أن يشير أفراد العينة إلى ما يرغب فيه هؤلاء (Jean cazeneuve,op.cit,p34

خلاصة:

هكذا نصل إلى خلاصة مفادها أنه لا ينبغي على القائمين على الشبكة البرامجية تهميش قياس المشاهدة، لأنها عملية قد تكون وراء نجاح أيّ قناة تلفزيونية، لكن يتسنّى للمبرمجين أيضا إخضاع البحوث البرامجية للرقابة والدقّة.

المحور الخامس:

كيفية بناء شبكة البرامج:

نتطرق في هذا الجزء المتعلق ببناء شبكة البرامج إلى كيفية بناء هذه الشبكة، من حيث الوقوف عند مفهومها، العوامل المتحكمة في بناءها، ثمّ عرض لجملة من القيود التي تعترض المبرمج أثناء بناء الشبكة البرامجية.

ليس من السهولة صياغة شبكة برامج بناءة، مترابطة متناسقة، منسجمة، تجلب انتباه الجمهور المشاهد إلى محتوياتها، بل وتنافس الشبكات البرامجية الأخرى شكلا ومضمونا، وقد تسعى إلى حدّ لفت أنظار مشاهدي القنوات الأخرى المنافسة لها. ولهذا أضحى من الضروري على المشرفين على عملية البرمجة، الاهتمام بمجموعة من العناصر الأساسية الواجب توفّرها في الشبكة البرامجية الفعّالة، كما سنوضّح ذلك في الشقّ المتعلق بالعوامل المتحكمة في بناء شبكة البرامج.

1-تعريف شبكة البرامج:

لقد اختلفت التعاريف التي أعطيت لشبكة البرامج، إذ يقول (Monique

Truka) " إنّ شبكة البرامج عبارة عن بناء إداري ،وجب على المسؤول أن يفرض وجهة نظره الخاصة ،كما أنّها حوار مع المشاهد ،وجب أن يؤثر عليه ،بدفعه إلى التفكير وبإزعاج عاداته و بإثارة استياءه أحيانا" (Jacques mousseau, op.cit., p76)

ويضيف: "إذ يجب على شبكة البرامج ألا تعمل دائما على تتبّع الأذواق أو الميولات الطبيعية للمشاهدين، والتي غالبا ما تقود إلى نوع من السهولة والتي تعطي الأولوية للمشاهدة الكميّة"

(Idem, p77)

أمّا (René Prédal) فيصوّر شبكة البرامج، كمسلسل ضخم يعرض بدون نهاية على القنوات التلفزيونية مع مراعاة المواعيد المتعلقة بالرياضة، الفن، الترفيه...وهي كسلاسل تصاغ بأسلوب جيّد، تفرض انفعالاتها وفي ساعات محدّدة.

وبهذا، فالتلفزيون حسبه هو مسلسل لا متناهي واحد ووحيد (prédal,1995,p190 واحد ووحيد (Daniel Lebœuf) " إنّ شبكة البرامج تربط بين البرامج في سلسلة،

إذ يتمثل هاجس المبرمج في أن يضعها بصفة لا تجعل المشاهد ينقطع عنها لا أثناء البرنامج، ولا أثناء إحداث التغيير، في حين وجب الحفاظ عليه أثناء بثّ الومضات الإشهارية " (Daniel Leboeuf, corinne, op.cit,p3)

ويضيف أيضا: " إنّ الشبكة تتشكل من أدوات وقتيّة تضمن تسلسل تدفّقاتها في شكل سيل ضخم يشمل البرامج، وحدة السلسلة، التلبيس، وأسلوب البرمجة من أجل الحفاظ على المشاهد داخل هذا التدفّق الهائل" (idem,p4)

2-مميّزات شبكة البرامج:

أ) - التماسك:

الميزة الأولى والأساسية لشبكة البرامج هي الترابط والتماسك بين البرامج والفقرات، من أجل خلق مواعيد للجمهور المشاهد. قد تبدو البرامج أحيانا غير مترابطة من حيث الشكل أو أنها مستقلة عن بعضها

البعض، فدور المبرمج يظهر من أجل ترتيب البرامج وفق بناء محكم، ومنطق هدفه إرضاء الجمهور المستهدف.

هكذا، فالترابط يخلق تآلفا مع مواعيد الجمهور من ناحية، ولكن أخذا بعين الاعتبار سياسة القناق من ناحية أخرى.

ب) -عدم الثبات:

تتسم شبكة البرامج بعدم الثبات، ذلك أنها في تطور مستمر، حيث أنّ عوامل التطور والتغيّر اللذان يحدثان على مستوى السلوكيات، ينتج عنه تباين واختلاف في حجم المشاهدة لبرامج بالمقارنة مع الأخرى، هكذا يتسنى للمبرمج إدراج تعديلات على الشبكة البرامجية حتى تصبح أكثر جاذبية، فكم من برامج اختفت أو استبدلت ببرامج أخرى!

أيضا، لا تبقى البرامج ثابتة على حالها نظرا لطبيعة المنتوجات والبرامج المتواجدة في السوق، أو حتى التي تمنح في إطار الصداقة أو في إطار اتفاقيات الشراكة والتبادل بين الدول، ولهذا تضطر مديرية البرمجة في بعض الحالات إلى إجراء التعديلات اللازمة تبعا للمخزون المتوفر أوتبعا للاتفاقيات المبرمجة مع مزوّدي البرامج والتي يمكنها إحداث تأثير في البث، عدد البرامج، فترة البثّ والجدول الزمنى (Alain Le Diberder et Nathalie coste, op. cit, p40)

نشير كذلك أنّ عدم ثبات شبكة البرامج راجع إلى عنصر التكلفة أو قيمة تكلفة البرنامج، حيث يضطر المبرمج ولأسباب اقتصادية أو خيارات استراتيجية إلى إحداث التغيير في البرامج أو حتى في الخانات المخصصة لها.

3-العوامل المتحكمة في إعداد شبكة البرامج:

يتحكم في صياغة وبناء شبكة البرامج عدّة عوامل أهمّها:

-الجمهور أو متطلبات الجمهور المختلفة والمتباينة، نظرا للاختلافات الواردة في طبيعة التشكيلة البشرية، والنواحي المتعلقة بطبيعة المستويات المختلفة بين الفئات والشرائح المكونة للجمهور المشاهد. لهذا، تختلف طبيعة البرامج المبثوثة أيضا في القنوات التلفزيونية تبعا لطبيعة الجمهور المتواجد ووفقا لعامل الوقت المخصص له.

لذلك، لا بد أن تكون البرامج موزّعة توزيعا، يراعى فيه طبيعة الفئة المشاهدة والمتواجدة أمام الشاشة، فهل يتعلّق الأمر بربّات البيوت؟ أم برجال أعمال؟ أم بأطفال صغار؟ وما إلى ذلك من البرامج التى لا بد أن تبرمج وبإحكام.

إلا أن بناء شبكة البرامج لا يقتصر فقط على المقاييس واحترام الممارسات الاجتماعية، وإنما يتدخل القسم الإبداعي في هذا الجانب ليلعب دورا مهما في العملية، وإلا كيف نفسر تحويل رياضة من رياضة فئة معينة إلى رياضة شعبية جماهيرية تحظى بنفس الاهتمام الذي يولى للبرامج الأخرى (Idem,p41)

يتبيّن لنا أنّه من وظيفة المبرمج أن يسعى إلى الربط بين البرامج، وأن يعمل على تحقيق مؤالفة الجمهور لها، بل وجعلها بمثابة مواعيد للجمهور من حيث الانتظار، المشاهدة والمتابعة وبشغف كبير، دون أن يتساءل عن الوقت أو اليوم أو الأسبوع. فهي تفرض نفسها بدون أن يشتكي من تواجدها في هذه اللّحظة أو الساعة بالذات.

هكذا ، فإن تحقيق مؤالفة الجمهور للبرامج التلفزيونية مهمة منوطة بالمبرمج، بمعنى تحقيق الوفاء والإخلاص لدى المشاهد إزاء الشبكة البرامجية المقترحة، وفي هذا نميّز بين:

* المؤالفة الأفقية:

أي تعويد الجمهور على البرامج حسب إيقاع ساعات النهار حتى يتمكن من مشاهدتها لفترة أطول.

*التفاعل:

ويعني محاولة بث برامج يتفاعل معها المشاهد (idem,p54)

عموما، فإن شبكة البرامج تصمّم على أساس أربعة عوامل، يتسنّى على المبرمج الإجابة عنها وتتمثّل فيما يلى: -متى؟ -من؟ -كم؟ -وماذا؟

أ) —إدارة الوقت:

ويعنى ذلك إخضاع شبكة البرامج للوقت الزمني الذي يجيب من خلاله المبرمج على سؤال: متى؟

وانطلاقا من أنّ البرمجة تبحث عن أفضل تلاءم بين البرامج المعطاة وإمكانية حضور الجمهور المحتمل خلال وقت معيّن، يمكننا أن نقول بأنّ شبكة البرامج تخضع أساسا لإدارة الوقت، ولكن أيّ وقت؟ فلا يجب أن يكون أيّ وقت، بل الوقت المناسب والملائم للجمهور، فطبيعة البرنامج تحدّد نسبة الوفاء والإخلاص، وتتحدّد وبالتالي مدى مناسبة ومواءمة البرنامج مع الجمهور المتواجد أمام الشاشة.

وحسب (Francis Balle) فإن " هناك اختلافات واردة بين كبار المستهلكين للبرامج التلفزيونية وصغار المستهلكين، فكبار المستهلكين يستغرقون حوالي ثماني ساعات للمشاهدة اليومية، أمّا صغار المستهلكين، فيستغرقون حوالي نصف ساعة، إذ أنّ غياب أو حضور

المشاهدين خلال هذه الساعة أو تلك يتوقّف على انشغالاتهم، فأثناء العمل تكون نسبة المشاهدة ضعيفة.

إضافة إلى العوامل السوسيومهنية، هناك عوامل أخرى تتمثل في عامل السنّ، حيث أنّ المتقاعدين ينتمون إلى فئة المشاهدين المداومين.

نشير في هذا السياق بأنّ النساء أقلّ اهتماما من الرجال بالأخبار السياسية وأخبار الرياضة، وأنّ النساء أكثر انجذابا من الرجال إلى الموسيقى، الفنّ، الغناء والأفلام الوثائقية...
(Jean cazeneuve, op.cit, p85)

أمّا فيما يتعلق بعنصر الوفاء للبرامج التلفزيونية، نشير إلى أنّ البرمجة المنتظمة في فترة معيّنة تحقّق تآلفا مع الجمهور، فزمن الذروة مثلا من الساعة (22–19) يكون فيه الجمهور أكثر اهتماما بالبرامج مقارنة مع برامج النهار، فالجمهور في هذه الفترة الزمنية يكون محدودا، متغيّرا ويشمل على العموم فئات (النساء، المسنين، العاطلون، المرضى...)

لهذا، ينصبّ الاهتمام أكثر من قبل المبرمجين على أوقات الذروة من خلال برمجة أفلام شيّقة وطويلة، فقرات رياضية تجلب مشاهدة واسعة ولمدّة زمنية أطول تصل إلى (90) أمّا في النهار، فتبرمج حصص قصيرة تتراوح مدّتها الزمنية بين (30-60) نظرا لاختلاف طبيعة الجمهور المشاهد.

ويمكن تقسيم الفترات الزمنية الخاصة بالشبكة البرامجية إلى:

-الصباح المبكر: من الساعة السادسة (6) إلى التاسعة (9).

-زمن النهار: من الساعة (9) إلى الرابعة والنصف (16:30).

وينقسم إلى:

-صباح: من الساعة العاشرة (10) إلى الثانية عشر (12).

-مساء: من الساعة الثانية عشر ونصف (12:30) إلى الرابعة والنصف (16:30).

مدخل إلى وقت الذروة: من الساعة السابعة (19) إلى الثامنة (20).

-وقت الذروة: من الساعة الثامنة (20) إلى الثالثة والعشرين (23).

-وقت متأخر: من الساعة الثالثة والعشرين (23) إلى الواحدة (1) صباحا.

jacques) صباحا (6) صباحا (6) الى السادسة (6) صباحا (mousseau,op.cit,p77

ب) - تحكم الجمهور في بناء شبكة البرامج:

نادرا ما يشار إلى تأثير الجمهور المشاهد على التلفزيون بمعنى تدخّله ومشاركته في مضمون الشبكة البرامجية، وفي هذا فقد أشار (richard Gilbert et Gary salnow) في قولهما "مثلما يؤثر التلفزيون على المجتمع، يمارس المجتمع تأثيره على التلفزيون، فأفضل أعمالنا هي نتيجة للجميع، فالكتاب المنتجون والمبرمجون لا يعيشون في عزلة..." Gary w "salnow and richard Gilbert ,1993 ,p3)

ويمكننا أن نفرق بين أنواع من الجمهور، فهناك:

-الجمهور المرتقب(المحتمل)والجمهور الجاهز.

-الجمهور المستهدف والجمهور الحقيقي.

بالنسبة للجمهور المحتمل، فهو يمثل مجموع المشاهدين الذين بإمكانهم التقاط البرامج في حالة البث عن طريق الأقمار الاصطناعية، فهذا الجمهور يتعلق بجمهور منطقة التغطية، أمّا الجمهور الجاهز ،فيمثل مجموع المشاهدين الذين بإمكانهم استقبال البرنامج ،فهم

مجهّزون حيث يكيّفون التركيب من أجل الالتقاط، أمّا الجمهور الحقيقي فهو الذي يتمّ تحليله حسب عوامل السن، الجنس ،العوامل السوسيو مهنية، نمط المعيشة، السلوك الاستهلاكي والذي يتمّ مقارنته بالجمهور المستهدف وأيضا مع الجمهور المحتمل، فإذا كان هذا الجمهور يتلاءم مع المجمهور المستهدف، فهذا يعني أنّ اختيار شكل البرنامج يتلاءم مع الهدف ،أمّا إذا كان العكس من ذلك، فهذا يعني أنّ البرنامج المقترح لا يتلاءم مع الهدف ،أو أنّ الجمهور المستهدف لم يتم اختياره بطريقة محكمة.

هكذا يتسنى لنا معرفة أنّ غاية المشرفين على البرمجة هي التقرّب أكثر من الجمهور الحقيقي ضمن الجمهور الجاهز، ثمّ المحتمل وهذا من أجل التحكم في الجمهور المستهدف، ولكن هذا لن يتأتّى إلاّ من خلال إجراء تحليلات دقيقة للبرامج بصورة تتناسب مع طبيعة الجمهور المتواجد أمام الشاشة(jean pierre cazeneuve, op. cit, p30)

ج) - المعيار الكمى:

حينما أعرف من يشاهد البرامج(الجمهور) فإنّني أحتاج بعد ذلك لكي أقدّر المشاهدة الكمية، بمعنى كم يشاهد البرامج؟

فالمعيار الكمي للمشاهدة يعد العامل الوحيد لتقدير مفعول وفعالية وسائل الاعلام، وهذه المشاهدة نتحصّل عليها من خلال الإيرادات الإشهارية أو مبيعاتها للبرامج الموجّهة للجمهور.

هكذا تصدق المقولة: "لا نبيع برامج للجمهور ولكن نبيع جمهور للمعلنين"(IDEM,P31)

فالمعلن يحدّد الجمهور المستهدف من خلال تحليله للسوق، حيث يقوم بحملة إشهارية، يحاول من خلالها الإجابة عن الأسئلة التالية:

- كم يجب استثماره؟ في أيّ وقت؟ من أجل أيّ جمهور؟ ومن خلال أيّ وسيلة؟ (idem ,p32)

هذه الوضعية أدّت إلى ميلاد أدوات قياس المشاهدة، والتي تمكن المبرمج من الحصول على علاقة وطيدة ومتبادلة بين المشاهدة الخاصة لحصّة ما مع نوعها، ساعة ويوم بثّها وذلك من أجل التنبّؤ بظروف كل تحوّل يخصّ شبكة البرامج من حيث المشاهدة.

د) - معيار البرنامج:

كثيرا ما يتساءل المبرمج عن البرنامج القادر على جذب انتباه الجمهور أكثر خلال زمن معين، وهذا هو السؤال ماذا؟

ولقد أدرك القائمون على البرمجة أنّ الإنتاج يخضع لعدّة معايير أبرزها نوع القناة وللجمهور المستهدف(jacques mousseau,op.cit,p77) لكن الأمر لا يتعلق فقط بالمخزون الوافر من البرامج أحيانا والتي لا بدّ أن تتلاءم مع طبيعة وظروف الجمهور، وليس بثّها بطريقة العرض العفوي، إذ لا بدّ من الكشف عن ميولات ورغبات الجمهور. فتحليل حاجات وميولات الجمهور والتعرّف على اتّجاهاته أمر ضروري لبناء شبكة برامج تنال رضا الجمهور المشاهد وبمختلف فئاته وشرائحه.

4-مستويات البرمجة:

هناك ثلاث مستويات للبرمجة وهي:

أ) - البرمجة الاستراتيجية:

يخص هذا النوع من البرمجة عدد من العناصر، نذكر منها:

- -التموقع السياسي للقناة، إذ يتعيّن تحديد نوع الجمهور المستهدف حسب نوع القناة (عمومية، خاصة)
- -طبيعة شبكة البرامج أيّ ماهية البرامج التي يجب توفّرها، بمعنى نوع البرامج وليس كل البرامج صالحة للبث).

-تحديد المدّة الزمنية، بمعنى هل يتعلق الأمر ببرامج قصيرة المدى، متوسطة المدى أو طويلة المدى وحسب طبيعة الفترة المناسبة (الدخول الاجتماعي، منتصف السنة، الصيف)

أيضا يتسنّى ومن خلال البرمجة الاستراتيجية مراقبة برامج القنوات المنافسة من أجل معرفة ماهي البرامج التي تبثّها هذه القنوات من حيث نوعها والتي يمكنها أن تستحوذ على انتباه الجمهور المشاهد، كذلك لا بدّ من معرفة طبيعة المخزون البرامجي، مدى تطوّره وتحديد الفترات والخانات التي يمكن فيها برمجة البرامج، معرفة ماهي طبيعة البرامج اللازمة وأيضا المدّة التي يجب أن تستغرقها.

ب) - البرمجة الفعلية:

ويتمّ ذلك من خلال:

-إدراج البرامج في الخانات، وضع أسماء لها، الفترات الزمنية، كما يمكن في هذا النوع من البرمجة تغيير فترة البرنامج لظروف معيّنة أو حتى حذفه.

ج) -تسير القناة:

يتولى مدير القناة ترتيب الفقرات، الحصص والومضات الإشهارية وأيضا أشرطة الإعلانات عن البرامج (المواعيد). وتعد عملية إدراج حصص ما بين البرامج عاملا أساسيا يمكنه أن يؤثر على نتائج مشاهدة القناة.

المحور السادس:

خصائص شبكة برامج القنوات التلفزيونية:

1-القنوات العمومية:

رغم المنافسة الحادة للقنوات التجارية، إلا أنّ القنوات العمومية من واجبها تقديم خدمة عمومية وفي كل المجالات الممكنة، فدور القنوات العمومية إنتاج وتوزيع برامج متنوعة، متباينة ومتميّزة تنال رضا الجمهور المشاهد، سواء ما تعلق بالبرامج الإخبارية، برامج الأطفال، الحصص وغيرها من البرامج التي تخدم المصلحة العامة، بمعنى الرضوخ لدفتر الأعباء.

2-القنوات الخاصة:

لا تختلف شبكة برامج القنوات التجارية عن نظيرتها في القنوات العمومية، فبرامجها متشابهة، متماثلة شكلا ومضمونا (برامج النساء، المسلسلات، الحصص، الألعاب، الأخبار، بهدف جذب انتباه الجمهور المشاهد لها. السؤال الذي يمكن طرحه في هذا السياق هو:

هل أنّنا مع كل هذه المساعي الحميدة في سبيل خلق التباين، التميّز والوفرة من حيث الشكل والمضمون، استطعنا ولو لفترة محدّدة الاستحواذ على الجمهور المستهدف والذي أصبح ضيّقامع تضاعف عدد القنوات الفضائية عمومية كانت أم خاصة؟

لهذا الشأن، قد تلجأ بعض القنوات التلفزيونية إلى الاعتماد على بثّها لبرامج استثنائية، بغرض إثراء الشبكة، القضاء على الروتين، الخروج عن المألوف، وأيضا تقوية العلاقة من خلال التقرب من الجمهور المشاهد.

وفي هذا يقول (Laurent fonnet) "وجب على مشاهدة القناة أن تكون واسعة ومتوازنة على مجموع فئات الجمهور، كما وجب أن يأخذ قياسها بعين الاعتبار، ليس فقط عدد الأفراد ولكن أيضا مدّة المشاهدة "(Laurent fonnet,op.cit,p80)

نستنتج ممّا سبق، أنّه فيما يخصّ القنوات العمومية، فإنّ هدفها يتمثل في تحقيق مشاهدة جماهيرية واسعة للبرامج التلفزيونية، ولكن في إطار احترام دفتر الأعباء، حيث تتوجّه هذه القنوات إلى كل فئات الجمهور، فنجدها تسعى مثلا من خلال برامج ما بعد الظهيرة إلى إرضاء

الفئات العمرية ما بين (50-60)سنة) ذلك أنّ هذه الفئة تمثّل حوالي 60%من المشاهدة الإجمالية للتلفزيون (idem,p81)

ويبقى أنّ لكل من الشبكات البرامجية الخاصة ما يميّزها عن غيرها من الشبكات، تبعا لطبيعة البرامج التي تتوفر عليها القناة، للوسائل المتوفرة لديها وأيضا لطبيعة الجمهور المستهدف من قبلها. وبالرغم من أنّنا لا نسجل برامج تصنع القوّة، الفارق والتميّز بالنسبة للمعلنين، فلا يكفي أن يكون البرنامج جذاب أو أكثر مشاهدة، بقدر ما يكون قابلا للبيع للمعلنين، ذلك أنّ المعلنين يشترون المساحات الإشهارية المرتبطة بالبرنامج، وقد حدث اختفاء بعض البرامج من الظهور لكونها إيراداتها لم تكن كافية حتى تجذب اهتمام المعلنين.

3-القنوات القائمة على الاشتراك:

يختلف أمر القنوات القائمة على الدفع من حيث أنّها مموّلة من قبل المشاهدين، لهذا لا بدّ أن تعمل عبر شبكة برامجها على إرضاء رغبات جمهورها، ذلك أنّ الأمر لا يتعلق بالحصول على أكبر مشاهدة في كل لحظة من اللحظات، وإنّما بتلبية رغبات وأذواق المشتركين.

فنجاح برامج القنوات القائمة على الدفع لا يتوقف على المشاهدة، وإنّما على التراكم الذي تخلقه شبكة البرامج، هكذا يتسنى للمشترك، المشاهدة وإعادة المشاهدة في حالة إعادة البث (مجال الرياضة، السينما مثلا).

4-القنوات المتخصصة:

من أهم المؤشرات التي تنبني عليها القنوات المتخصّصة، هي احترام الخط السياسي في بثّ المواضيع، لذلك ينبغي عليها الاعتماد على حصص رمزية لخلق التميّز وفرض صورتها أمام القنوات الأخرى المنافسة والتي تتناول نفس المواضيع. وبالتالي، فلا بدّ أن تكون قنوات مرجعية

فيما يتعلق بالمواضيع التي تعتمد عليها وتتبنّاها (الجرائد المصوّرة المتواصلة وفق وتيرة زمنية كل 15 أو 30دقيقة تبعا للخط السياسي(idem,p83)

المحور السابع:

وظائف مديريات البرمجة:

1-مديرية البرمجة:

تندرج ضمن مديرية البرمجة عدّة وظائف أهمّها:

أ) -مدير البرمجة:

هو الشخص المكلف بتركيب شبكة برامج القناة من خلال اقتراح مساحات زمنية لكل برنامج وفي إطار البحث عن تلاؤم بين البرنامج والجمهور، أخذا بعين الاعتبار المنافسة والقيود المتعددة (الخط السياسي، الإشهار، أهداف المشاهدة...)

ب) -مدير مساعد:

يساعد في تصميم شبكة البرامج ويضمن المتابعة اليومية لبثّ البرامج.

ت) - المكلف بالعقود:

وهو الشخص المكلف بتسيير وتطبيق العقود المبرمجة على مستوى البرمجة (عدد مرّات بث البرنامج، حقوق البث، وذلك بالتنسيق مع مسيري عقود وحدات البرامج)

ث) - المعاين الفنيّ:

وهو مكلف بمعاينة المنتجات السمعية البصرية من أجل تقييم النوعية الفنية قبل اتّخاذ قرارات الشراء، أو من أجل اختيار الخانة البرامجية المناسبة لها.

ج) - مسؤول الترويج:

وهو مكلّف بإدراج أشرطة الإعلانات داخل شبكة البرامج من أجل ضمان الترويج لبرامج القناة، وتقديم طلبات لإنجاز وسائل ترويجية للبرامج.

ح) -المكلف بتصميم البرامج:

وهو مكلف بتصميم قائمة التسلسل الزمني للبرامج (العنوان، مدّة البرنامج) حتى تكون كل المعلومات الضرورية جاهزة خلال اليوم الواحد (idem,p85)

خ) -مدير التسويق (ماركتينغ):

وهو مكلف بتقييم أذواق وميولات المشاهدين، بالاعتماد على دراسات كمية وسوسيولوجية من أجل اختيار البرامج التي تستقطب اهتمام الجمهور.

د) - المكلف بدراسات التسويق:

وهو المكلف بمتابعة تطور المعطيات الكمية أو النوعية وتصميم تحليلات من أجل فهم تطور أذواق المشاهدين.

ذ) –مسيّر القناة:

وهو مكلف بضمان استمرارية البثّ لقائمة التسلسل الزمني للبرامج اليومية والمحضّرة من قبل مصلحة البرمجة، وهذا داخل غرفة التسيير النهائية للقناة مع التنسيق مع غرف تسيير الحصص، كما يسعى أيضا إلى ضمان السير الحسن لدليل البرنامج اليومي، ويتّخذ كل القرارات اللزّرمة لمعالجة الحوادث التي تقع أثناء البث.

ر) - مسؤول مخزن البرامج:

يشرف على دخول وخروج البرامج وتسيير المخزون.

ز) -مراقب البرامج:

مكلف بمعاينة البرامج قبل بثها من أجل ضمان مطابقتها للمعايير التقنية للقناة.

س) - مراقب مطابقة البرامج:

وهو الذي يتأكد من مدى مطابقة البرامج مع الالتزامات القانونية والتنظيمية، وهذا من خلال معاينتها قبل البث أو خلال مرحلة الإنتاج وبإمكانه أن يطلب إدخال تعديلات فيها بعد الإنتاج(idem,p86)

2-مديرية البرامج:

أ) –مدير وحدات البرامج:

يشرف على العلاقة بين المبدعين والمنتجين من أجل البحث عن برامج جديدة.

ب) -مستشار البرامج:

وهو المكلف بتزويد مسؤولي القناة أو وحدات البرامج باقتراحات حول المضمون، أسلوب المعالجة، اختيار البرامج وتحديد مضمون المنتوج.

ت) - المستشار الفني:

وهو مكلف بتطوير البرامج على المستوى الفني منذ لحظة البحث عن المنتوج إلى غاية تسليمه من أجل البث، وهو يتعاون مع المنتج والمخرج والكاتب.

ث) - القائم على شراء حقوق البث:

تكمن مهمته في التفاوض من أجل الحصول على حقوق بث المنتجات السمعية البصرية.

ج) –<u>معاین فنی</u>:

يعاين البرامج وهو نفسه الذي نجده على مستوى مديرية البرمجة.

ح) –مسؤول العقود:

وهو مكلف بإبرام العقود واستغلال الإنتاج المشترك والتوزيع والنشر وذلك بالتنسيق مع الخدمات القانونية والمالية(Laurent fonnet,op.cit,p86)

المحور الثامن:

واقع البرمجة في التلفزيون الجزائري:

نسلط الضوء في هذا الجزء على واقع البرمجة في التلفزيون الجزائري من حيث واقع الشبكة البرامجية ومدى قدرة مبرمجيها على تحقيق احتياجات، تطلعات واهتمامات الجمهور المتباينة، والتي تتطور وفق مستجدات الساحة الإعلامية الوطنية والدولية من جهة مع احترام السياسة الإعلامية للقناة من جهة أخرى.

فنجاح أيّ قناة تلفزيونية، يتوقف على مدى ما تعكسه برمجتها من رغبات فئات المشاهدين وباختلاف مستوياتهم الثقافية، وعليه فإنّ البرمجة الجيّدة هي إحدى الركائز الأساسية للعمل التلفزيوني، وبواسطتها تكسب القناة مصداقيتها لدى الجمهور المشاهد، ولهذا فهي تحرص من خلال برامجها على تقديم حصص تتلاءم مع توجّهات المشاهدين ورغباتهم المختلفة على اختلاف أعمارهم ومستوياتهم التعليمية، الفكرية والثقافية.

السؤال الذي يمكننا طرحه في هذا السياق هو: ما مدى تطابق القنوات التلفزيونية الجزائرية العمومية والخاصة مع هذه الرؤية؟ إذ يعدّ مدير البرمجة المسؤول الأوّل الذي يضمن التغطية عبر كامل التراب الوطني من أجل الوصول إلى الأهداف الاجتماعية والثقافية وإلى كل الشرائح العميقة الممكنة. إنّنا نجد وحسب المقابلات الميدانية التي أجريت مع العاملين في مديرية البرمجة، فيما يخصّ تصوّرهم في برمجة البرامج عبر الشبكة البرامجية، فحسب رأيهم فإنّ:

1-البرمجة مسؤولية الجميع:

إنّ العمل في مجال البرمجة التلفزيونية عمل جماعي، تجتمع فيه ومن خلاله الجهود والطاقات من إبداع وموهبة وسعة خيال وتجنيد لمختلف الأفكار من أجل الوصول إلى برمجة بناءة، محكمة تحظى باهتمام العدد الأكبر من المشاهدين" (نادية. ب،1998، ص13)

فالكلّ مسؤول حسب المهام المنوطة به، من أجل ترك البصمة كما يؤكد على ذلك مدير البرمجة (طاهر السايح،1996، ص7)

أيضا: "إنّ البرمجة تتمثل في التنسيق بين مختلف المديريات: مديرية الإنتاج، مديرية الأخبار، المديرية التجارية، مديرية الأرشيف وكذا المؤسسات التي تتعامل مع التلفزيون بما فيها المحطات الجهوية، قصد تبادل الاقتراحات والخروج بحوصلة يتمّ من خلالها إعداد خطة برامجية تتجسّد في شكل دليل للبرامج، يخصّص فيها حيّز زمني لكل برنامج ضمن البث، بمعنى أنّ البرمجة تجيب عن سؤال: كيف يجب أن تكون شبكة البرامج؟ وكيف يجب أن يكون المنتوج النهائي بدون أن يؤثر على البرمجة؟

2-وظائف البرمجة:

تستند البرمجة في التلفزيون الجزائري على وظائف أساسية بناء على الوضع القانوني للتلفزة، فالتلفزيون يقوم على وظائف أساسية يمكن تحديدها في الآتي:

-الوظيفة الإخبارية، الوظيفة التثقيفية، الوظيفة الترفيهية، ولهذا فالمشرف على عملية البرمجة لا بدّ عليه أن يأخذ في الحسبان الوظائف ويحدّدها على الفضاء البرامجي وفي الساعة البرامجية المحدّدة لها، ذلك أنّها تؤثر في الإعداد والتنفيذ ومن ثمّ في بثّ البرامج (طاهر السايح،1996،

انطلاقا من ذلك، فإنّ مسؤولية مديرية البرمجة ثقيلة جدا، فيجب تكريس المؤهلات والقدرات العملية والفكرية والأخلاقية من أجل ذلك، فما هي صلاحيات مدير البرمجة؟

3-صلاحيات مدير البرمجة:

تتمثل المهمة الأساسية لمدير البرمجة فيما يلى:

-إعداد الشبكة البرامجية الخاصة بكل موسم (العادية، الاستثنائية والصيفية)

-البحث عن البرامج وشراء ها من السوق الداخلية والخارجية والتي لا بد أن تتناسب مح احتياجات الشبكة البرامجية.

-توجيه منتجى البرامج على ضوء متطلبات الشبكة البرامجية.

-القيام بعملية البرمجة بما فيها إعداد البرنامج اليومي، الأسبوعي والإعلان المسبق عن البرامج، وذلك بات تنسيق مع مختلف الأقسام ضمن الهيكل التنظيمي لمديرية البرمجة.

إلاّ أنّنا نجد أنّ اصطدام صلاحيات مدير البرمجة بسلطة المدير العام ومديرية الأخبار. فالمدير العام وبصفته المسؤول الأول على القناة، فهو يشرف على مراقبة السير الحسن لمضمون الشبكة البرامجية، والتدخل أحيانا من أجل التعديل والحذف دون استشارة مدير البرمجة، فمثلا عند اطلاعه على الدليل اليومي لبرنامج عيد الفطر، فبإمكانه إلغاء برنامج واستبداله ببرنامج آخر (استبدال فيلم وثائقي ببرنامج ترفيهي يليق بالمناسبة).

إضافة إلى هذا تصطدم صلاحيات مدير البرمجة بالضغوطات التي تمارسها مديرية الأخبار ذات الوزن الكبير داخل المؤسسة، وهذا ما يلاحظ من خلال الحرية التي تتمتّع بها النشرات الإخبارية من حيث الوقت الذي تستغرقه في البث والذي يتحكم في سيرورة بث بقية البرامج الأخرى.

كذلك وفي ظلّ غياب مدير البرمجة أو بسبب النقل المباشر في آخر لحظة، يخوّل لرئيس قسم البث أو لمسيّري القناة كل الصلاحيات لملء الفراغ الزمني للبث وبالاستعانة بمخزن البرامج يضعها مسؤول البرمجة تحت تصرّفه بعد معاينتها وانتقاءها (المرجع نفسه، ص8)

4-مراحل إعداد شبكة البرامج:

أ) -إخضاع شبكة لبرامج إلى ثلاث فترات:

*الفترة الأولى:

وهي فترة البرنامج العادي العام وفيها يتم إعداد شبكة برامجية تنطلق عادة مع كل دخول اجتماعي، وتتميّز بثراء المادة وتنوّعها، وقد تصل مدّتها إلى ثمانية أشهر، وتتخلّل هذه الفترة:

*الشبكة الاستثنائية:

وهي فترة خاصة بشهر رمضان والتي تسودها الأفلام الاستعراضية والمسلسلات الدينية، وتدوم هذه الفترة شهرا.

*الفترة الثالثة:

وهي فترة لا تتجاوز ثلاثة أشهر (فترة البرنامج الصيفي) يحرص من خلالها المبرمجون على تحقيق جملة من الأهداف منها: الجانب الترفيهي، برامج خفيفة، حصص مسلية، برامج الألعاب، الهدف منها إشراك المشاهدين والاستجابة لحاجياتهم.

ب) -إخضاع شبكة البرامج إلى ثلاث معايير:

*المعيار الأوّل:

ويتمثل في دفع الأعباء التي تنصّ على مجموعة من الشروط التي وجب مراعاتها مثل برمجة

حصص تلبي رغبات جميع الشرائح الاجتماعية، ومن ثمّ احترام وتجسيد الوظائف الثلاث المتمثلة في الإعلام، الترفيه والتثقيف.

*المعيار الثاني:

ويكمن في مراعاة تطلعات الجمهور واحتياجاته، وهي طريقة التلفزيون للتعرّف على رغبات الجمهور وتقدير احتياجاته.

*المعيار الثالث:

أي مراعاة ما جاء في سوق البرامج الوطنية والدولية والتي تتماشى واحتياجات الشبكة (فازية منور،2000، ص30)

وبما أنّ التلفزيون تقع على عاتقه تقديم خدمة عمومية، فهو إذن ملزم بإعداد شبكة برامج موجّهة إلى كل الشرائح (المرجع نفسه، ص35)

ج) - الخطوات الإدارية لإعداد شبكة البرامج:

لإعداد الشبكة البرامجية ،يتسنّى القيام بعمل جماعي وإشراك جميع الأطراف الفاعلة ،حيث يلتقي جميع المسؤولين(دائرة البرامج الوطنية، دائرة البرامج العربية، دائرة البرامج الأجنبية، دائرة البث،دائرة التلبيس ومراقبة القناة وهذا بحضور مدير البرمجة وبالتنسيق مع مدراء المحطّات الجهوية للتلفزيون ومديرية إنتاج البرامج التابعة للتلفزيون ،حيث يتمّ اقتراح شبكة برامجية تتضمّن مواعيد بث مختلف الأنواع البرامجية مع احترام المواعيد القارة وكذا الممارسات الاجتماعية للجمهور ودفتر الأعباء ثمّ عرض مشروع الشبكة على مجلس الإدارة الذي يترأسه المدير العام للقناة ،حيث تتمّ المصادقة عليه من قبله(المرجع نفسه، ص36)

نشير في هذا السياق أنّ شبكة البرامج تتغيّر حسب الأوقات، فهناك العطل، الأعياد والمناسبات، ولهذا فقد تكون أسبوعية، شهرية، فصلية أوحتى موسمية.

لهذا، فالضبط والتدقيق لدليل البرامج أمر ضروري ومطلوب (المرجع نفسه 37)

إنّ هذا يستدعي التقرّب من المؤسسات الإعلامية من أجل معرفة واكتشاف مدى تطبيقها لهذه الوظائف المنوطة بها من حيث (هل تخضع الشبكة البرامجية للإحكام؟ هل تتعامل مع مبدأ الحدس، العشوائية؟ هل تتبع ملء الفراغ أم البرمجة الفعلية؟ هل تقدم خدمة عمومية؟ هل هناك اهتمام بالبرامج أحسن اهتمام تعكس في محتوياتها رغبات الشرائح وتوجّهاتها مثل الآنية، الأصالة

...؟) أوحسب الظروف؟ في وقت تحوّلت فيه القنوات التلفزيونية إلى قنوات رياضية متجاهلة وجود شرائح أخرى في المجتمع؟ لهذا نقول: أنّ بناء شبكة البرامج في كفّة، وتطبيقها الفعلي في كفّة أخرى من الميزان.

5-أهداف عملية البرمجة:

أ) - إرضاء المشاهدين:

من واجب المبرمج أن يعمل على إبراز تلفزة تحظى برضا وتقدير العدد الأكبر من المشاهدين، باعتبارهم العنصر الأساسي الذي يتعامل معه التلفزيون، ويتوجّه إليهم في رسالته، وأن تجدكل الشرائح والفئات الاجتماعية مكانتها ضمن الشبكة البرامجية، فشريحة الأطفال (الرسوم المتحركة) والحصص الخاصة(العطل)والمرأة من خلال برامجها (حصص المرأة) بمعنى أن تتجسدكل الفئات ضمن الشبكة البرامجية.

إذن، فالهدف الأساسي هو إرضاء الجمهور المشاهد عبر إبراز برامج تأخذ بعين الاعتبار الاهتمامات المتباينة وبمستويات مختلفة وفئات عمرية متنوّعة (المرجع نفسه، ص14)

أيضا، ومع دخول القنوات الأجنبية، تسعى شبكة البرامج إلى استعادة جمهور ها من هذه القنوات من خلال الاعتماد على الاحترافية والعمل إنتاجا وبرمجة ولكسب الجمهور المتلقي والمتعاملين والشركاء ولن يتمّ ذلك إلا بالبرمجة المحكمة والتخطيط السليم والاستماع إلى رغبات المشاهدين.

ب) - التكيّف مع الطابع السياسي والاقتصادي:

ضرورة تكييف الإنتاج والبرمجة مع الطابع السياسي والاقتصادي حسب الساحة الوطنية والمستجدات الدولية من خلال التعبير عمّا هو موجود في المجتمع، وذلك لن يتأتى إلا بالتركيز

على المنتوج الوطني الذي يحمل القيم والأفكار والمثل العليا التي تعكس الشخصية المتميّزة سواء ما تعلق بالمجتمع أو الاقتصاد أو السياسة أو الفن.

6- أهمية دراسة المشاهدة في عملية البرمجة:

نظرا للأهمية التي تكتسيها بحوث المشاهدة في عملية بناء شبكة البرامج وفي إعداد برمجة تعكس رغبات فئات عريضة من المشاهدين، فيجب تكييف نتائجها مع مضامين شبكة البرامج ولكن ما نلاحظه هو:

أ) —غياب الدراسة العلمية للجمهور:

إنّ دراسة المشاهدة أو رجع الصدى عملية صعبة نظرا لغياب مدارس تعنى بدراسة الرأي العام، أيضا غياب بحوث المشاهدين، لكن الطاقم العامل على إعداد الخطط البرامجية جزء من المجتمع، وبالتالي فهو مدرك للرغبات المتعدّدة للجمهور، لذا فهو لا يحتاج إلى قياس المشاهدة (المرجع نفسه، ص15)

وهذا ما يؤدي إلى اعتماد المبرمج عل حدسه لإعداد الشبكة البرامجية ترقى في اعتقاده إلى الذوق العام للجمهور، هذا ما يدفع بالجمهور إلى اختيار قنوات أخرى تكون برامجها أقرب إلى ما يرغب فيه.

وعليه يمكننا أن نقول أنّ البرمجة في التلفزيون الجزائري لا تعتمد على الدراسة العلمية للجمهور، الشيء الذي يجعل احتمال نجاحها أمر بعيد المنال، فالمبرمج يظهر وكأنّه ينظر إلى الجمهور على أنّه لديه نفس الأذواق مثل (الحصص السياسية تأخذ مساحة طويلة) وليس لها وقت محدد.

ب) -محاولة تغطية النقص الوارد في عملية البرمجة:

لا بد من الاعتماد على مؤشرات ومعطيات من وسائل أخرى مثل بريد المشاهدين والنقد الوارد في الصحف والمكالمات الهاتفية، حيث تتيح للمبرمج معرفة المآخذ التي يصدرها المشاهد على برنامج ما والمقترحات المقدمة لتجاوز الهفوات.

إنّ الاعتقاد السّائد أنّ مسابقة رمضان تعدّ خير سبر للجمهور، وهذا من خلال المشاركة القوية في مختلف المسابقات، إلاّ أنّ هذه الوسيلة لا يمكن اعتبارها علمية والنتائج لا يمكن تعميمها، فهي تقتصر على شهر واحد فقط،

هكذا، نشير إلى أنّ استخدام المقاربات العلمية في ضبط الشبكة البرامجية، يمكنه أن يعكس مجموعة من الحقائق أبرزها:

- -التقرّب أكثر من أذواق الجمهور.
- -تكوين صورة جيّدة عن البرامج ومن ثمّ القناة
 - -تعويد الجمهور على المتابعة.

المحور التاسع:

قيود البرمجة التلفزيونية:

1-القيود السياسية والقانونية:

تخضع البرمجة في التلفزيون الجزائري إلى عدّة قيود وعوامل متداخلة تعوق عمل المبرمج الذي لا يتمتّع حينئذ بحرية تامة في بناء الشبكة البرامجية. هذه القيود تتمثل أساسا في ضغط التنظيمات السياسية والقانونية والتي تتفاوت في الضغط على البرمجة، ولهذا نلاحظ تباينا في شبكة برامج القنوات التلفزيونية.

إنّ قنوات التلفزيون لا تعمل باستقلالية وبانفصال عن الدولة، فهناك بصفة مباشرة أو غير مباشرة أعباء وشروط تلتزم بها هذه القنوات منها الخط السياسي والفكري الذي لا تتجاوزه هذه المؤسسات الإعلامية في بناء شبكة برامجها والتي يتوجّب عليها، تقديم خدمة عمومية ومخاطبة كل الشرائح الاجتماعية الممكنة وبمختلف مستوياتها، ولكن فإنّ الأمر مختلف تماما إذ نجد أنّ المدّة الزمنية التي تستغرقها الجرائد المصوّرة خير دليل على ذلك.

إنّ مهمة القنوات التلفزيونية تنحصر أكثر في تجسيد نظرية المسؤولية الاجتماعية، بمعنى تنويع المنتوج التلفزيوني غير الدعائي والالتفاتة لا بدّ ألا ترتبط فقط بالمناسبات والأعياد بل ويجب احترام طبيعة البرامج، مواعيد البث في علاقتها مع الجمهور المتواجد أمام الشاشة (عصماني الحطام، 1999، ص3).

2-القيد المالى:

إنّ الأزمة التي تعصف بالاقتصاد الوطني سوف تؤثر على القدرات المالية للقنوات التلفزيونية، الأمر الذي يؤثر بدوره على إمكانيات المبرمج واختياراته للبرامج التي يتوجّب بثّها، وهذا ما يولّد قيدا حقيقيا للمبرمج، وفي ظلّ غياب الموارد المالية الكافية لإنتاج البرامج المطلوبة، يضطر المبرمج إلى التقرّب بطريقة تساهم في تكييف النقص في إنتاج البرامج مع متطلبات الجمهور أثناء إعداده للخطط البرامجية والتي تضطره عادة إلى اللّجوء إلى إعادة بث بعض البرامج واستيراد برامج ذات نوعية متوسطة نظرا لمحدودية الإمكانيات.

وبغض النظر عن مشكل التبعية المالية، فإنّ جملة من القيود تعرقل الإنتاج وتطوّره وحفّرت اللجوء إلى برامج أجنبية لملء الفراغ، ولعلّ في مقدّمتها غياب استراتيجية واضحة تقوم على تحديد الخطوط العريضة التي تخصّ الإنتاج (طبيعة المادة، مدتها ووسائل الإنتاج) ممّا أدّى إلى فوضى، بالإضافة إلى التوظيف الفوضوي الذي ينعكس على البرامج (طغيان الطابع الإداري على الإنتاج في أسلوب العمل).

إنّ هدف القناة هو تحقيق الربح لضمان استمراريتها والوصول إلى أكبر مشاهدة خلال وقت معيّن، وبالنسبة للمعلنين، فهم يبحثون عن أحسن حملة إشهارية بأفضل ثمن، أمّا بالنسبة للمشاهدين، فيتمنّون الحصول على أفضل برنامج في الوقت الذي يكونون فيه حاضرون أمام القناة (المرجع نفسه، ص4)

3-قيد المنافسة:

أصبحت البرمجة في القنوات التلفزيونية تأخذ بعين الاعتبار المنافسة، ممّا يستدعي مواكبة ذوق المشاهدين وكذا تقديم عروض برامجية تصنع التفانى وفقا لمتطلبات المنافسة.

4-ضغط المعلنين:

يتمثل في الغزو اللامتناهي للمعلنين، حيث أصبح الاشهار له دور في مراحل التلفزيون الى درجة أصبح يقيد عملية البرمجة. هكذا فإنّ المعلنين قبل أن يمضوا العقود مع القنوات التلفزيونية، يقومون بدراسة شاملة للقناة من حيث البرامج التي تبث وكذا جمهورها ومكانتها ضمن القنوات الأخرى، وهذا يختلف طبعا من قناة عمومية إلى قناة خاصة.

5-القيد الثقافي:

أصبح لزاما على المبرمج أن يعرض منتوجات ثقافية تجسد جميع المكوّنات الثقافية المعبّرة عن ثقافة المجتمع الجزائري حتى يحدث تفاعلا مع كل الشرائح والتيارات الوطنية وذلك من خلال عرض برامج متنوّعة في الشبكة البرامجية تعكس القيم والعادات، ويبقى المبرمج مسؤول عن التنسيق بين مختلف النواحي الاقتصادية، الثقافية والاجتماعية حتى تحظى البرامج بالقبول (المرجع نفسه، ص10)

المحور العاشر:

تقنيات البرمجة:

يتوقف مشاهدة برنامج تلفزيوني على مدى جودته وعلى نوع البرنامج الذي سبقه وعلى طبيعة البرامج التي تبتّ في القنوات المنافسة، وأيضا حسب حضور الجمهور المستهدف.

ولهذا، فقد أوجدت استراتيجيات وتقنيات لمحاولة استيعاب هذه المعايير، وكسب الجمهور الجديد لحصّة أوبرنا مج. هكذا يتابع المبرمج مدى تجاوب الجمهور مع البرامج إلى جانب المتابعة الدقيقة للبرامج المقترحة للبثّ في أوقات المشاهدة الكبيرة (زمن الذروة) قبل أن يتمّ إدراجها ضمن شبكة البرامج.

عموما تعتمد البرمجة في الشبكة البرامجية على التقنيات التالية:

1-تقنية البرمجة على شكل خطى:

تشمل هذه التقنية على برمجة سلسلة ما لمدّة خمسة أيام متتالية، وتساعد هذه التقنية على تشجيع الجمهور على المتابعة والإخلاص والوفاء بالتعوّد، وتعرف هذه التقنية أيضا بالبرمجة الأفقية حيث تستعملها المحطات التلفزيونية خلال الزمن الذي يسبق وقت الذروة أي من الساعة الساحة الساحة (18) بعد الزوال إلى الساعة (العاشرة (22) ليلا.

فهل هذه التقنية موجودة فعلا؟ أين هي مجسّدة؟ كيف يتمّ التعامل معها؟ هل بطريقة عفوية أم قصدية؟

2-تقنية البرمجة على شكل رقعة الضامة:

تقوم هذه التقنية على برمجة خمس سلسلات مختلفة في نفس الوقت في الأسبوع، وتعتمد هذه التقنية على معالجة النقص الموجود في الحصص ومن أجل المنافسة أيضا.

فهل هناك حصص من هذا النوع الذي يجسّد هذه التقنية في التلفزيون الجزائري، حيث تسعى إلى معالجة النقص من جهة وخلق المنافسة من جهة أخرى.

إذن ، فالهدف يكمن في معالجة الضعف الذي ينتاب الحصص وهذا ما يؤدي فعلا إلى المنافسة بين السلسلات والقنوات من ناحية الشكل والمضمون. فهل أنّ هذه السلسلة تحترم تقنية البرمجة على شكل رقعة الضاما؟ هل أنّ التلفزة عموما والقناة خصوصا استطاعت تجسيد هذه التقنية أمام تعدّد القنوات المنافسة والتي تعتمد على أحدث تقنيات البث والمزج الغريب والعجيب سواء أكان شريطا أو حصة أو فيلم وثائقي أو أخبار؟ هل أصبحنا اليوم مجبرون على توظيف تقنيات البرمجة بطريقة علمية وليس باعتماد العفوية فقط كما هو الحال في قنواتنا (العشوائية وسياسة ملء الفراغ لاستمرارية القناة؟

وفي هذا يرى (Alain le Diberder) "يبق من اللازم القيام بمقابلات ميدانية مع مختلف المشرفين على هذه التقنية" (Diberder,op.cit,p38

3-تقنية البرمجة على أساس البرنامج القائد:

تتمثل هذه التقنية في بث البرامج أكثر شعبية في بداية البث لضمان بقاء الجمهور أمام الشاشة لمشاهدة باقى الحصص ذات الشعبية القليلة.

إنّ البرنامج القائد يعتبر نوعا من الحصص على شكل قمع يقوم بتجميع مشاهدين ثمّ تحويلهم إلى البرنامج الموالي. وتستند تقنية البرمجة على أساس البرنامج القائد على مقاربة علمية، حيث تعتمد على برامج تكتسي شعبية في وسط الجمهور وتستحوذ على أنظاره وانتباهه بشكل كبير، لذلك وجب على المبرمج البدء بها (حصة ترفيهية، دينية...) ثمّ برامج أقل شعبية جديدة من حيث الأشخاص المشاركين، المضمون، حصص ناقصة شكلا ومضمونا، بمعنى ضرورة اتباع هذه التقنية لتسهيل كسب عددا من الجمهور المشاهد.

السؤال المطروح في هذا السياق هو: هل أنّ تقنية البرمجة على أساس البرنامج القائد في التلفزيون الجزائري وبالطريقة التي يعرض بها، بإمكانها أن تحوّلنا إلى متابعة برامج أخرى أقل شعبية؟

إنّ اختيار البرنامج القائد يتطلب تحليلا دقيقا للتركيبات الديموغرافية الخاصة بحصص البداية والنهاية من أجل فترة زمنية.

إنّ هذه التقنية تؤدي إلى تغيير موعد بث الحصص الناجحة، الأمر الذي يشكل خطورة على نجاحها.

4-تقنية البرمجة على شكل الأرجوحة:

وهي تقنية تعتمد على إدخال برنامج جديد بين برنامجين ناجحين من أجل تسهيل انطلاقته، وعندما يظهر هذا البرنامج الجديد، تتمّ برمجته خلال ساعة يكون فيها أقل حماية (أن يلعب دور الأرجوحة) وهذه التقنية خطيرة لأنّها تؤدي إلى إبعاد موعد مشاهدة الحصة الناجحة الثانية، ممّا يتسبّب في فقدان جزء من مشاهديها.

ومن أمثلة ذلك حصة في دائرة الضوء، فهي حصة يهتم بها غالبية الناس وذات مستوى، حيث أنها سياسة راهنة، أيضا حصة فهامة أو حصة ناس ملاح سيتي، فقد يؤدي تأخيرها إلى عدم تقيد

الجمهور بمشاهدتها، والملاحظ أنّ تأخيرها بعد البرامج الجديدة أدّى إلى فقدان مشاهديها ومن ثمّ المطالبة بتقديم وقت بثّها وهذا ما حدث فعلا.

لكن ماهي أهم السلبيات التي تطرحها هذه التقنية في البرمجة للحصص والفقرات البرامجية؟ بكل بساطة ممكنة، عدم تقيّد الجمهور بالمشاهدة، فالتلفزيون الجزائري لم يتمكن من توظيف هذه التقنية نظرا لغياب أشخاص قادرين على تطبيقها، فهل يعقل برمجة حصة طبخ بين برنامجين ناجحين؟ (idem,p39)

5-تقنية البرمجة على شكل عمود الخيمة:

تعتمد هذه التقنية على إدخال مسلسل ناجح بين برنامجين جديدين من أجل زيادة عدد المشاهدين. ويلجأ التلفزيون إلى هذه التقنية عندما يعاني نقصا في البرامج، وهي تقنية خطيرة حيث أنّها لا تنجح في حالة بث قنوات منافسة لبرامج جذّابة.

فالهدف من توظيف هذه التقنية هو توفير المشاهدة الجماهيرية ويمكنها أن تحقق النجاح بالنسبة للبرنامج الأوّل وليس بالنسبة للبرنامج الثاني، وهكذا تفقد عددا معتبرا من الجمهور ويؤثر ذلك على القناة.

السؤال الذي يمكننا طرحه هو: هل أنّ توظيف هذه التقنية ساعد في فعلا في زيادة المتابعة لمختلف الفقرات البرامجية؟ إنّ هذه التقنية خاطئة وفيها خلل.

6-تقنية البرمجة على شكل منحدرات:

هو التغيير المفاجئ الذي يطرأ على الشبكة البرامجية، وذلك بإدخال سلسلات صغيرة أو برامج أحداث وذلك من خلال إحداث التغيير لمدّة البرنامج العادي ولعدّة أيّام، بعبارة أخرى، إقحام برامج خاصة لعدّة أيّام مثل المناسبات الوقتية (الانتخابات، الأعياد) وهذه الاستراتيجية مكلفة جدا، كونها تستعمل أفضل البرامج.

7-تقنية البرمجة على شكل الحياكة:

هي إنتاج سلسلة من الحصص بمشاركة الممثلين الذين قاموا بأدوار ثانوية في المسلسلات التي حقّقت نجاحات.

8-تقنية البرمجة على شكل تقاطع:

تشمل إظهار بطل سلسلة ناجحة في سلسلة أخرى سعيا لزيادة عدد المشاهدين.

9-تقنية ترشيد المشاهدين:

ترمي هذه التقنية إلى تسيير الاتجاهات (جذب انتباه جمهور الأطفال على الساعة الرابعة (16:30) من خلال بث رسوم متحركة، ثم برنامج للكبار على الساعة الرابعة والنصف (16:30) كوميديا عائلية ثمّ برنامج ألعاب، فأخبار محلية.

10-تقنية البرمجة المضادّة:

تقوم هذه التقنية على برمجة حصّة موجّهة إلى جمهور (أ) ضدّ حصّة تستهدف جمهور (ب) بمعنى جلب جمهور برنامج ضدّ جمهور برنامج مثل حصة نساء مقابل حصة رجال (Laurent fonnet,op.cit,p83)

11-تقنية البرمجة المنافسة:

يسميها البعض بتقنية التصدي، وهي تقنية تهدف إلى برمجة حصة من نفس نوع الحصة التي تعرض على القناة المنافسة وتستهدف نفس الفئة من الجمهور. ولا يمكن لهذه التقنية أن تنجح إلا إذا تأكدت القناة بأنها تقدم برنامجا أفضل من ذلك الذي تقترحه القناة المنافسة.

نشير في هذا السياق إلى أنّ أذواق الجمهور تتطوّر باستمرار وسوف يأتي يوم ما يتوقف فيه البرنامج عن جلب الاهتمام. فذوق العصر هو المعيار الأكثر أهمية، ولا أحد يتحكم فيه، كما أنّ تسيير اقتصاد المخزون ليس بمقاربة مكيّفة مع التلفزيون.

12-تقنية البرمجة المضاعفة مرّتان او ثلاث مرّات:

تشمل هذه التقنية بث حلقتين أو ثلاث من نفس السلسلة بصفة متعاقبة، فبرمجة حلقات من نفس السلسلة حيث تتتابع الأحداث يشكّل ما يعادل فيلما تلفزيونيا.

تستخدم هذه التقنية من أجل إعادة بث المسلسلات اليومية مع احترام المبادئ التالية:

- يتمّ بث الحلقة في اليوم الموالي خلال الخانة الأولى من أجل احترام التسلسل الزمني بالنسبة للمشاهد الذي سوف يتابع الإعادة.

-إعادة البث خلال الأسبوع الموالي وفي خانة مضاعفة البث والتي لها مشاهدة محتملة أقل قوة، فإذا كان المشاهد لا يتابع القناة لمدّة يومين، فإنّه بإمكانه مشاهدة حلقتين متتابعتين خلال يوم معيّن، ويمكننا بهذه الطريقة الحصول على نجاح وحجم مشاهدة.

13_تقنية التلاحم:

تقوم على بث متتابع لبرنامجين دون إقحام ما بين البرامج، أو حتى ومضات إشهارية، وأحيانا يتم تقاسم نهاية وبداية البرنامجين على الشاشة، فيقوم المشاهد بالمواثبة مع نهاية البرنامج الأول ويرجع إلى القناة إذا كان البرنامج الموالي يعجبه.

وفي معظم الحالات، فإنّ الجنريك هو الذي يحثّ المشاهد على المواثبة، ويتمّ بتّه بشه بشكل أفقي أو عمودي خلال نهاية البرنامج بالنسبة للخيال.

وبهذا فإذا كان البرنامج جديد من حيث النوعية، فيصبح أقل متعة إذا تمّت مشاهدة جزء منه بدل الفيلم بأكمله خاصة أنّ وظيفة هذه التقنية هي ربط البرنامج الأوّل بالبرنامج الموالى.

14-تقنية الجسور:

تشمل بث برنامج قوي خلال الخمسة عشر دقيقة (15) التي تسبق بث برنامج جذّاب على قناة منافسة، فيحاول المبرمج تصميم شبكة متداخلة خلال النهار وفق طريقة يكون فيها نهاية البرنامج ما يقابله منتصف برنامج آخر على قناة منافسة(idem,p84)

المحور الحادي عشر:

استخدام الوسائل التقنية والفنية الجمالية في البرمجة:

تستخدم البرامج التلفزيونية عدّة وسائل لإيصال الرسالة والصورة على حدّ سواء، منها وسائل تعبيرية تقنية وأخرى فنية جمالية، بعبارة أخرى فإنّ الوسائل التقنية تتمثل في الأوضاع المختصّة كحركات الكاميرا وزوايا التصوير، وأوضاع غير مختصّة كالملابس، الديكور والألوان.

1-الوسائل التعبيرية التقنية:

أ) -سلم اللقطات:

يمكن تشبيه الكاميرا بالعين البشرية التي تتفرّج تارة على منظر عام وهو المقابل ل (اللقطة العامة) وتارة أخرى تتمعّن في عنصر واحد أو في تفصيل ما، وهو ما يتناسب مع اللقطة الكبيرة.

ويكمن بين هذين العالمين أو اللقطتين أي العالم الذي يشاهد في الحياة والعالم الذي يشاهد على الشاشة فرق أساسي يتمثل في أنّ المنظر العالم غير مجزئ ،أي أنّه مستمر لأنّ العين تشاهده دفعة واحدة ،في حين أنّ عالم التلفزيون أو العالم الذي يشاهد على الشاشة قائم على التركيب والتجزئة إلى لقطات وهو مبني على التقطيع الذي يمكن أن تعادل فيه اللقطة بوصفها الجزء الأصغر للسلسلة الفيلمية (الكلمة)أي الوحدة الدنيا الدالة (monème) لأنّ بإمكانها أن تبرز أي عنصر أوتقرن بلقطات أخرى حسب قوانين الربط والتجاور المعنوي ،كما يمكن لها أن تستخدم معنى مجازيا أو استعاريا.

إنّ اللقطة بالمفهوم الفني هي الجزء من الشريط المطبوع بين اللحظة التي يبدأ فيها محرك الكاميرا العمل واللحظة التي يتوقف فيها أوكما يقال أنّ اللقطة هي الجزء من الفيلم الموجود بين ضربتي مقص ثمّ بين لصقتين.

ويمكن تصنيف اللقطات إلى ما يلى:

*اللقطات التي لها علاقة بالديكور:

القطة عامة: plan général

هي اللقطة التي تؤطر الديكور بكامله وتبيّن المناظر الخارجية.

- لقطة الجزء الكبير: plan de grand ensemble

هي التي تتولى تقديم جزء مهم من الديكور (مكان، زمان، شخصيات، ظروف عامة) وتوظف كل من اللقطة العامة ولقطة الجزء الكبير للتعبير عن القلق، الحزن أو العزلة وذلك عندما توضع الشخصية أو بعض الشخصيات في فضاء رحب.

القطة الجزء الصغير: plan de demi ensemble

تؤطر هذه اللقطة جزءا من الديكور، حيث تسمح بإبراز الشخصيات والتي خلافا للقطتين السابقتين، نستطيع أن نميّز بعضها عن بعض، وتستعمل هذه اللقطة لتقديم البطل أو الشخصيات في وسط درامي جديد أو إظهاره في إطار سياقه الاجتماعي.

*اللقطات التي لها علاقة بالشخصيات وهي نوعان:

-اللقطة الحكائية وأهمّها:

-اللقطة المتوسطة: plan moyen

هي اللقطة التي تبدو فيها الشخصية أو أكثر بكامل طولها داخل إطار الصورة، وتجمع هذه اللقطة الأشخاص فقط من الرأس إلى الرجلين أو القدمين دون التركيز على عناصر الديكور وهي اللقطة التي تضع المتفرج في علاقة حميمية مع الممثلين، فيحسّ كأنّه موجود معهم في نفس الغرفة أو يجلس بجانبهم على نفس الأريكة حول نفس المائدة لتناول كأسا من الشاي.

-اللقطة الأمريكية: plan américain

هي اللقطة التي تصوّر الشخصية من الرأس إلى منتصف الفخذين أو الحزام قصد إبراز فعلها. أو حركتها.

-لقطة مقرّبة: plan rapproché

هي اللقطة التي تؤطر الجزء الأساسي من الشخصية، لتجعل كل التفاصيل الأخرى للديكور ثانوية بدون أي تأثير في مجرى الأحداث وهي نوعان:

-لقطة نصف مقربة: plan demi rapproché

أو لقطة مقرّبة حتى الخصر وهي التي تؤطر النصف العلوي لجسم الإنسان أي من الرأس إلى الحزام.

- لقطة مقرّبة أو لقطة مقرّبة إلى الصدر: plan rapproché poitrine انطلاقا من القفص الصدري للمرأة، لتبيّن كلا من الصدر والرأس وتستعمل اللقطة المقرّبة بنوعيها كتمهيد للانتقال من اللقطة الأمريكية إلى اللقطة القريبة.

*اللقطات البسيكولوجية:

وتستعمل لإبراز نفسية الشخصيات وأهمها:

اقطة قريبة: gros plan

هي اللقطة التي تبيّن وجه الشخصية بالكامل حتى العنق للكشف عن ملامحه، وتوظف إما بغرض إخفاء الحقيقة عن المتفرج، الأمر الذي يؤدي إلى تقوية عنصر التشويق أو من أجل شرح معين قصد حل العقدة وهي اللقطة التي تسمح للمتفرج بأن ينغمس في الواقع الأكثر حميمية للشاشة (اليد المرتعشة، الأصابع التي تمسك شيء ما) وهي بتركيزها على الشخصية من خلال تكبير هذه الأشياء الصغيرة، يكون ذلك بهدف الإخفاء أو الكشف. كما يمكن للمخرج أن يستخدم هذه اللقطة من أجل لفت انتباه المتفرج إلى تفصيل ما في الديكور، ليتولّد لدى المتفرج حب الاستطلاع.

- لقطة قريبة جدا: très gros plan

هي اللقطة التي تستند إلى تصوير تفصيل ما من جسم الشخصية، مثل الشفاه، الأذن، العين وتستعمل بغرض التشويق لدى المتفرج.

مثال:

إشهار حول منتوج الشكولاتة، حيث تظهر الكاميرا بلقطة كبيرة جدا فم امرأة وهي تأكل الشكولاتة المحشية بالعسل والفستق، ممّا يولد لدى المتفرج الإحساس بالتشويق لشراء هذه السلعة التي تلبي رغبة متعة الأكل.

هذه هي أهم اللقطات التي يتّفق عليها العاملون في الحقل السينمائي والسمعي البصري، وهذا السلم أي سلم اللقطات ينبغي أن يقاس على لقطات ثابتة فقط أي اللقطات التي التقطت بواسطة كاميرا ثابتة أي لا تشهد أي حركة يدوية أو ميكانيكية أو بصرية، بحيث يكون إطارها ثابت لا يتغيّر حتى وإن كان مضمونها يتميّز بحرية ونشاط.

كما نستخلص من التصنيف السابق لأنواع اللقطات أنّ الأنواع الثلاثة الأولى التي لها وظيفة وصفية (لقطة عامة ولقطة الجزء الكبير ولقطة الجزء الصغير) توظف بغرض وصف الفعل والديكور، أما اللقطات الأخرى التي لها علاقة بالشخصيات، حيث تحدّد حسب الجزء المؤطر من جسم الإنسان فهي نوعان (لقطات حكائية ولقطات نفسية أو سيكولوجية) وتهتم اللقطات الحكائية (لقطة متوسطة، لقطة أمريكية ولقطة مقرّبة) بتقديم الفعل والحركة، بينما تهتم اللقطات (اللقطة القريبة واللقطة القريبة جدا) بإبراز نفسية الشخصيات.

وهناك نوع آخر من اللقطات:

- لقطة متغيّرة التكبير: zoom shoot

هي لقطة يتغيّر إطارها من اللقطة الشاملة إلى اللقطة المقرّبة أو العكس، وتعطي انطباعا بالتحرّك نحو هدف ما أو الابتعاد عنه، ولا يتم هذا بتحريك آلة التصوير ولكن بتغيير البعد البؤري للعدسة، في حين تبقى آلة التصوير ثابتة في مكانها.

ب) - زوایا التصویر: angles de prise de vue

إنّ الكاميرا سواء السينمائية أو التلفزيونية قادرة على التصوير من عدّة زوايا، ومن بين الزوايا التي يلجأ إلى استخدامها المصوّر التلفزيوني ما يلي:

-الزاوية العادية:

هي الزاوية التي نضع فيها الكاميرا أما م الديكور الذي نريد تصويره بدون أن يعلو أحدهما على الآخر، وتكون الصور التي نلتقطها وفق هذه الزاوية جدّ موضوعية، بحيث لا تحتوي على أيّ مؤثر خاص، ولهذه الزاوية عدّة دلالات التعبير الصريح أو المفاجئ للأشياء.

-الزاوية المرتفعة أو الغطسية: plongée

كما يدل عليها اسمها وهي الزاوية التي تعلو فيها الكاميرا على الديكور الذي نريد تصويره، وهو الأمر الذي يؤدي إلى تقليص أبعاده وشخصياته وحصر الحركة فيه، ويمكن أن يكون لهذا النوع من الزوايا الدلالات التالية منها العزلة، الدلالة التهكمية، قيمة استكشافية حيث يمكن للمتفرج على لقطة غطسيه أن يكتشف كل عنصر جديد من شأنه أن يبرز فجأة على مستوى الديكور، كما يمكن أن تدلّ هذه الزاوية على الضعف، الاحتقار والاستهزاء.

مثال:

في لقطة من فيلم إشهاري تلفزيوني، بث في القناة التلفزيونية الجزائرية، وبث أيضا في قنوات أخرى حول مشروب فانتا، استعملت فيه الزاوية الغطسية، حيث صوّرت الكاميرا الشباب الذين أرادوا شراء فانتا من هذه الزاوية، وقد اكتشفوا أو وجدوا المال تحت الأريكة التي كانوا يحملونها وهم متّجهين إلى البحر، ممّا يسمح لهم اقتناء عدّة علب من الفانتا والاستمتاع بها على الشاطئ، لهذا فقد كانت لهذه الزاوية الدلالة الاستكشافية.

-الزاوية المنخفضة أو الزاوية التصاعدية: contre plongée

هي الزاوية التي يعلو فيها الديكور على الكاميرا، وهذا التصوير يوسّع أفق الصورة مولّدا بذلك الإحساس بالعظمة والقوّة والتجديد.

فلمّا نصوّر امرأة من الأسفل، فهذا يعطي حيوية وإحساس بالحياة، ولمّا نصوّرها من الأعلى، فتبدو أنّها ميّتة يستحوذ عليها الملل.

مثال:

في فيلم إشهاري تلفزيوني بثّ في التلفزيون الجزائري حول مشروب PEPSI، تمّ توظيف في لقطة من اللقطات اللاعب البرازيلي Roberto Carlosبزاوية تصاعدية، حيث أمسك بالكرة التي ضيّعها الطفل كان يلعب مع زملاءه في ساحة من الساحات ،ممّا يولد لدى الجمهور المتفرج الإحساس بعظمة هذا اللاعب وقوّته خاصة وأنّ اللقطة الموالية أظهرت مباشرة وبزاوية غطسية الطفل وهو معجب إعجابا لا مثيل له بهذا اللاعب.

إنّ الفرق بين التعبيرين: سلم اللقطات وزوايا التصوير هو أنّ هدف المخرج وراء اختياره لسلم لقطة هو الحصول على جوّ معيّن، أمّا سبب اختياره لزاوية تصوير دون الأخرى، فيرجع إلى حرصه على خلق تشويه ما على مستوى الصورة وخاصة عندما يلجأ إلى التصويرين الغطسي- التصاعدي المستعملين في حدّ ذاتهما كمؤثرات خاصة.

ج) - حركات الكاميرا: mouvements de la caméra

إنّ حركات الكاميرا هي:

-البانوراما: panorama

حركة تعني منظر طبيعي خلاّب، حيث تبقى الكاميرا ثابتة في محورها ثمّ تتحرك بحركة دائرية حول محورها العمودي أو الأفقي، أي من (لأسفل إلى الأعلى) أو من (الأعلى إلى الأسفل) وأيضا (يمين، يسار) أو (يسار، يمين) من أجل اكتشاف ما هو موجود امام الكاميرا وهي ضرورة لمرافقة الشخص وهو في حالة حركة.

–البانوراما الأفقية:

تثبّت الكاميرا بموجب هذه التقنية فوق الحامل أو حاملها، لتدور على محورها أفقيا من اليمين إلى اليسار أو من اليسار إلى اليمين بنسبة 180 درجة أو بطريقة دائرية تعادل نسبة 260 درجة.

وتستخدم البانوراما الأفقية على 180 درجة من اليمين إلى اليسار والعكس للأغراض التالية:

- -الاكتشاف أو الوصف التدريجي للفضاء الفيلمي.
- -تقوية القلق لأنّ الكاميرا قبل أن تبيّن التفصيل الذي يتشوّق إليه المتفرّج، تماطل في وصف تدريجي لعدّة شخصيات أو أشياء أخرى.
 - -التركيز على فراغ تراجيدي من خلال الوصف التدريجي لجدران غرفة ما.

-البانوراما الدائرية:

وهي التي تدور بموجبها الكاميرا دورة كاملة حول نفسها بنسبة 360 درجة، فتجعل المتفرج يحسّ كأنّه موجود في الوسط أي في موقع الكاميرا، ممّا يدفعه إلى تركيز نظره على ما تقوم به الشخصية من أفعال ويحقّق بذلك وظيفة تركيز الانتباه والاهتمام لدى المشاهد.

البانوراما العمودية:

وهو الشكل الذي تتحرك فيه الكاميرا على محورها من الأعلى إلى الأسفل للقيام بالوظائف التالية:

- –الوظيفة الوصفية لتوضيح كل تفاصيل الديكور عموديا.
- -الوظيفة الحكائية بإقامة ربط، أي علاقة بين جزأين لا معنى لأحدهما دون الآخر مثل البانوراما النازلة من الوجه إلى اليدين ل (حرفي) بصدد إصلاح شيء موجود بين يديه.

-المساهمة في خلق القلق، لأنّ الكاميرا قبل أن تكشف مرّة واحدة جسد الممثل بكامل طوله، تبدأ بإبراز الأحذية، فالأرجل، فالصدر حتى تنتهي إلى الوجه وهو التدرّج الذي ينتج عنه الإحساس بالقلق.

-التنقّل أو الترافلينغ: Travelling

يتمّ تحقيقه بالاستعانة بعربة تحمل آلة التصوير والمصوّر معا، ويمكن تحريكها أثناء التصوير بسهولة لأنّها مزوّدة بعجلات صغيرة قادرة على السير، ويشهد التنقل عدّة أنواع، فقد يكون أماميا (تقريب الديكور) أو خلفيا (إبعاد الديكور) أو جانبيا أو مصاحبا أو دائريا أو بصريا أي الزوم فضلا عن التنقل البانورامي.

- التنقل الأمامي أو الترافلينغ الأمامي:

ويعني أنّ الكاميرا تقترب شيئا فشيئا من الديكور، ممّا يجعلها تتدرّج من اللقطة العامة إلى اللقطة القريبة من أجل إبراز عنصر واحد أو تفصيل محدّد من ذلك الديكور.

- التنقل الخلفي أو الترافلينغ الخلفي:

ويعني أنّ الكاميرا تبتعد شيئا فشيئا عن الديكور وكأنها تودّعه أو تتأسف عليه، ويسمح هذا التدرّج من الخاص إلى العام، أي من اللقطة القريبة إلى اللقطة العامة بأداء المهام التالية:

- -الاكتشاف التدريجي لكل عناصر الديكور.
- -المساهمة في خلق القلق وذلك من خلال الكشف التدريجي والمماطل لعناصر الديكور التي كانت في بداية اللقطة مخفية عن المتفرج، ممّا يجعل هذا الأخير يتشوّق أكثر إلى معرفتها.
- يوظف التنقّل الخلفي لتقديم ديكور جديد سبق لنفس الكاميرا أن بيّنت بلقطة قريبة تفصيلا من تفاصيله الأساسية.

مثال:

في فيلم إشهاري تلفزيوني في قناة MBC حيث البتعملت لقطة قريبة لبنت مع جدّها وهو حاما لدلو من الحليب، وقد ظهر في الخلفية لون الحشيش الأخضر ثمّ استعمل المخرج تنقل خلفي كشف تدريجيا ديكور طبيعي جميل جدا للبنت مع جدّها في لقطة عامة وهما في سهل أخضر ذو لون جميل، والبقر يرعى فيها كما ظهر البيت الذي يسكنان فيه في تلك اللقطة، إذ كان منظرا طبيعيا فائق الجمال يحفّز الجمهور المشاهد لشراء السلعة، نظرا لتحكم المخرج في وسائل الاتصال التعبيرية.

-التنقل الجانبي أو الترافلينغ الجانبي:

وهو النوع الذي ينتقل فيه محور عدسة الكاميرا بطريقة متوازية مع الشيء الذي يراد تصويره.

-التنقل المصاحب أو الترافلينغ المصاحب:

هو تنقل ذو وظيفة وصفية، حيث يسمح للمتفرج بأن يتابع شخصيات أو أشياء متنقلة تصوّرها الكاميرا بطريقة جانبية أو أمامية (مواجهة)أو الاثنين معا.

- التنقل أو الترافلينغ الدائري:

وهو الذي تقوم بموجبه الكاميرا بتحقيق دورة أو عدّة دورات حول شخصية نريد مسح أفقها رغبة في الحصول على فعل درامي محدّد، كما نجد هذه الوظيفة التعبيرية في تنقل دائري آخر مصاحب لتنقل شخصية موجودة في قاعة مغلقة.

-التنقل البصري (الزوم):

وهو عدسة خاصة ذات بؤر متغيّرة تسمح بتغيير الإطار الفيلمي بدون تحريك الكاميرا،

وبموجب الزوم تبقى الكاميرا في مكانها لا تتحرك وهناك:

-الزوم الأمامي: المقرّب للديكور بواسطة الانتقال من أقصر البؤر إلى البؤر الأكثر طولا ويعادل التنقل الأمامي.

<u>الزوم الخلفي:</u>

الذي يبعد الديكور، وذلك بالانتقال من أطول البؤر إلى أقصرها ويعادل التنقل الخلفي، كما يستخدم الزوم خدعة سينمائية بغرض التعجيل أو التأخير من حركة الشخصية أو الشيء الذي يقترب من الكاميرا أو يبتعد عنها.

التنقل البانورامي:

وهو الشكل الذي يجمع لاعتبارات جمالية بين التقنيتين (البانوراما والتنقل) مثل التصوير الجانبي القائم على الاستخدام المتزامن لكل من البانوراما والتنقل المصاحب لتنقل الشخصية.

2-الوسائل التعبيرية الفنية الجمالية:

أ) - الإضاءة والألوان:

إنّ الإضاءة تلعب دورا مهما في تبليغ الرسالة للجمهور المستهلك، فهي ليست مجرد وسيلة فنية بسيطة، وإنّما لها دلالات مختلفة حسب ما تتطلبه كل وضعية، فمثلا في فيلم إشهاري تلفزيوني حول مشروب COCA COLA ،استعملت فيه إضاءة عالية منسجمة مع الصور التي تظهر الأم في المطبخ وقد وصل الأبناء في تلك اللحظة من المدرسة والزوج من العمل من أجل تناول الغذاء، حيث وضعت لهم الزوجة الغذاء على الطاولة وكذلك مشروب COCA COLA والأطفال فرحون. ففي اللقطات الأولى، استعملت إضاءة عالية مناسبة للديكور العادي المنزلي وكانت متساوية في توزيعها على البيت، لكن في اللقطة الأخيرة التي أظهرت إعجاب الزوج بزوجته وقد وضع يده على يدها شاكرا لها اهتمامها بهم مع إظهار نظرة الزوجة الرومانسية نحو زوجها، حيث استعملت إضاءة أخرى ناعمة تعبر عن الموقف الرومانسي حتى ولو لم يدركها الجمهور المتلقى بشكل مباشر، إنّما تؤثر فيه من حيث لا يدري.

نستنتج أنّ للإضاءة أهمية كبرى في التعبير عن الرسالة والتعبير عن دلالة معينة تؤثر في الجمهور المستهلك تأثيرا سيكولوجيا يساعد على الوصول إلى الهدف من العملية الاشهارية.

وللألوان رموز ومعاني مختلفة، فاللون الأحمر له دلالة رمزية للحب، الرغبة، الشوق، الكبرياء والافتخار، كذلك العنف، أما اللون البرتقالي الذي ينطوي على قوة إيحائية كبيرة تؤثر في المشاهد، فهو يوحي إلى المجد والتباهي والفخر والاعتزاز، التألق والعظمة والاعجاب والرقي والتقدم، بينما اللون الأصفر، فهو لون دافئ يسرّ العين ويبهجها، فيوحى بالرموز التالية:

-يرمز اللون الأصفر الذهبي إلى الغنى، الفرح، السرور، اليسر، الازدهار الرخاء، الصفاء أما بالنسبة للون الأصفر القاتم، فيرمز إلى الحذر والخديعة والغش، أما اللون الأصفر الليموني فيرمز إلى الغدر والخيانة.

-يوحي اللون الأخضر إلى الهدوء والراحة و الأمل والارتياح والهناء، أما اللون الأزرق، فيوحي باللطافة ويستعمل في معظم الأحيان للتعبير عن الأفكار الخاصة بالأشياء صعبة المنال، كما يرمز للنزاهة والإخلاص والوفاء والصدق والمثالية ويستعمل في معظم الأحيان كخلفية، أما اللون الأزرق الفاتح فيرمز للثقة والفضيلة، أما اللون البنفسجي فيرمز إلى العظمة والأبهة وفي بعض الأحيان يعبّر عن الخوف، أما اللون البني، فيعطي إحساسا بالجاذبية ويستعمل كخلفية ولكن قد يوحى للقسوة والأكراه والانزعاج.

-يوحي اللون الأسود بالصرامة ويرمز للموت والحزن والرعب وكذلك الجهل والوحدة والعزلة، أما اللون الأبيض فهو يستعمل للدلالة على الصفاء والكمال والنظافة وهو يرمز للبراءة والتواضع والهدوء والسلام والحياد والعفة، أما الرمادي فيوحي للحزن والقساوة والحاجة.

ب) -الملابس والديكورات:

<u> الملابس:</u>

للملابس دور هام في تبليغ دلالة معينة ولها أهميتها في خلق المؤشرات وبث الدلالات التي تعمل على إقناع الجمهور المستهلك.

مثال:

إنّ أهم ما يمكن أن نلاحظه في الأفلام الاشهارية التلفزيونية التي تبثّ في قناة MBC حول المشروبات أو المأكولات من ناحية اللباس هو احترام المجتمع الذي يتلقى هاته الإعلانات، حيث يظهر الأشخاص بلباس محترم، والمرأة مرتدية للحجاب، ممّا يزيد من تأثير الاشهار على الجمهور المتلقي.

– الديكور <u>:</u>

بالنسبة للديكور، فيساعد في خلق الجو الطبيعي والسيكولوجي، لذلك لا بدّ أن يكون على أساس النصّ إذ يعتبر مساعدا له وخلفية مطابقة لجوء النص، ويجب أن يراعى فيه البساطة لأنّ المشاهد ليس لديه الوقت لتفسير معانى الديكور.

والديكور أنواع، فهناك ديكور المناظر الطبيعية الخارجية حيث تصور فيه مناظر الواقع لتحديد الجو السيكولوجي وهنالك ديكور المناظر الداخلية وفيه حركة كاملة للإبداع والخلق حسب الرسالة المراد توصيلها للجمهور المتلقى.

ت) - العناصر الصوتية:

يعتبر اختيار الصوت عنصرا فعالا لتقديم الرسالة الاشهارية وفي تحديد الفيلم الاشهاري التلفزيوني لأنه يستطيع أن يساعد على تقديم الصورة الجيدة للجمهور المستهلك.

والأمر هنا، يتعلق بنوع الصوت المقدم والنبرة ومدى التأثيرات لتوصيل المعلومة للجمهور المستهلك، فالصوت عنصر مهم جدا (الاتصال الحسي).

كما يمكن استعمال الكثير من المؤثرات الصوتية، فاستعمال بعض الأصوات بديهي ولكن يمكن للمخرج أن يتلاعب بالأصوات ليبيّن بعض خصائص السلعة المعلن عنها مثل صوت

فوران المياه الغازية الذي يولد الإحساس بتروية العطش أو صوت قرمشة البسكويت على الأضراس الذي له واقع لطيف على أذن السامع ويولد إحساسا بلذّة البسكويت.

ث) - الموسيقي:

إنها تؤثر على الحواس ويمكن استعمالها كعنصر صوتي أو كأغنية خاصة بالفيلم الإشهاري لماركة معينة، ففي الحالة الأولى تكون الموسيقى معروفة لدي الجمهور وتستعمل لخلق جو معين، فيكون هناك تآلف في الموسيقى بالصورة، الحركة والإيقاع أما في الحالة الثانية، فإنّ الموسيقى تساعد المستهلك على التعرف مباشرة على الماركة بحيث تصبح حاضرة بصفة مستمرة في ذهنه، كما أنها تسهّل الإشهار السريع لماركة جديدة في السوق أو إشهار شعار جديد لماركة جديدة.

<u>مثال:</u>

إشهار في قناة MBC والخاص بشاي ليبتون، إذ استعملت فيه موسيقى خاصة، تشهر لماركة وبالشعار المستعمل في التعبير عن ميزتها (شاي ليبتون للذوق الرفيع).

*الاستنتاجات:

-تفاوت في درجة تجسيد الاعلام والتربية والترفيه:

-إنّ الثلاثية (الاعلام، التربية والترفيه) غير مجسّدة بشكل منطقي وعادل في الشبكة العامة، باستثناء البرامج ذات الطابع الإخباري، فإنّ البرامج التثقيفية والتربوية غير كافية، نفس الملاحظة بالنسبة للترفيه، ففي الوقت الذي أصبحت فيه البرامج الفكاهية من أنجح العروض التي تحظى بإقبال الجمهور كونها فسحة للترفيه، فإنّنا لا نجد أي حيّز زمني برامجي مخصّص لها عدا ما يدرّه أحيانا برنامج صباح الخير ومساء الخير وبعض الخانات القليلة الأخرى.

- احتلال الأشرطة والربورتاج نسبة هامة نتيجة إعادة بثّها:

بالمقابل فإن حجم الأشرطة والربورتاج هام جدّا، فهو جانب إيجابي نظرا للأهمية العلمية، ولكن ما يعاب عنها أنّها تعادل بدل المرّة ألف، خاصة حينما يتعلّق الأمر بتغيير البرمجة لأسباب معيّنة كعدم حضور الحصص المبرمجة.

-حضور مكثّف للبرامج الرياضية:

- إهمال شريحة الأطفال داخل الشبكة:

عدم إعطاء شريحة الأطفال حقّها اللازم، فلا بدّ من مخاطبة جميع الشرائح لا سيما شريحة الأطفال حتى تتشكل البنية النفسية والاجتماعية للطفل، فلإهمال بمثابة الثغرة التي تشجع الأطفال لمتابعة القنوات الأجنبية ومن شأن ذلك أن يتسبّب في إحداث تأثيرات سلبية.

- إفراط في بث البرامج الموسيقية والمنوّعات:

إنّ الإفراط في الحصص ذات الطابع الغنائي التي تتشابه فيما بينها شكلا ومضمونا جعلها روتينيّة وأفقدها طابعها الجمالي لدى المشاهد.

-حضور محتشم للأفلام داخل الشبكة:

-حضور ضعيف للبرامج الدينية داخل الشبكة:

وجود حيّز زمني ضعيف جدّا لبث البرامج الدينية، الشيء الذي شكّل فراغا كبيرا في ميدان الإجابة عن استفسارات المواطن الجزائري حول أمور العبادة، وهكذا لم يبقى أمام المشاهد الجزائري سوى متابعة القنوات العربية الإسلامية التي تقدم فتاوى للمذهب الشافعي والحنبلي والموجّهة أساسا لجمهورها وليس لأقطار المغرب العربي التي تتّبع المذهب المالكي.

- حضور معقول للبرنامج الاستثنائي السياسي داخل الشبكة:

إنّ البرنامج السياسي الذي يبرمج بصفة استثنائية هو حجم لا يمكن توجيه انتقادات حوله ومن حق المسؤولين السامين استخدامه كوسيط بينهم وبين المواطنين، لكن ما يعاب عن البرنامج السياسي هو أنّه يبثّ في غالب الأحيان في بداية السهرة حيث ينتظر الجمهور مساحة للتسلية والترفيه من خلال بث برامج منوعات، موسيقى وغيرها.

*الاقتراحات:

نقدم مجموعة من الاقتراحات من شأنها الحصول على برمجة معقولة ومتماسكة تأخذ بعين الاعتبار ذوق الجمهور ومنافسة القنوات الأجنبية ومنها:

-ضبط مواعيد بث البرامج والالتزام بها من خلال تثبيت تواريخ خاصة بالمناسبات الوطنية والدينية والعربية والدولية ووضع برامج خاصة بها في أوقات مسبقة، فاحترام البرمجة جزء من احترام المشاهد كما يعد خطوة هامة نحو الاحترافية من شأنها توطيد ثقة ووفاء هذا الأخير للتلفزيون.

-إنّ التخطيط للعلمية الإعلامية أصبح أمرا محتوما في بلادنا، فإذا كانت مسألة تعدّدية الرأي وحرية التعبير من المسلمات التي يقتضها العصر، فإنّ تركيز كل البرامج التي يريدها مخططو البرامج التلفزيونية في التلفزيون الجزائري أمرا صعب المنال.

إنّ التخطيط داخل القنوات أمر لا بدّ منه، حيث يتطلب الوضع أن تأخذ الهيكلة الداخلية بعدا يحقّق التعدّدية والتنوّع اللذان يتماشيان بإطراد مع تعدّد توجّهات وأذواق الجمهور سواء في المجال الساسي، الاجتماعي عامة، وهذا الأمر لا يتأتّى في غياب دراسة وبحوث المشاهدين التي تكون سندا هاما في تخطيط برامج ترقى إلى الذوق العام وإلى حقيقة أذواق الجمهور.

- نرى أنّه من الواجب أن تحظى مؤسسة التلفزة الجزائرية بالعناية الكبرى خاصة في ميدان التصوير والإخراج للرفع من جودة الإنتاج الوطني الذي بالرغم من وجوده في شبكات البرامج بنسبة مرتفعة، إلا أنّه يفتقر إلى النوعية أيضا لا بدّ من التنسيق بين مختلف المديريات لسدّ الثغرات مثل مناقشة قضية تجاوز النشرات لوقتها المحدّد.

فالجميع يريد أن يرى نفسه في التلفزيون طيلة الأربع والعشرين ساعة من البث.

خاتمة

من خلال ما تمّ تناوله من محاور تخصّ البرمجة، نصل إلى خلاصة مفادها أنّه لا يمكن تحقيق برمجة فعالة في ظلّ غياب برامج تمتّ صلة بالجمهور الجزائري، تعكس ظروفه الاجتماعية والثقافية، مردّ ذلك غياب أولا إرادة سياسية لدى المسؤولين قادرة على ترجمة خصوصيات المجتمع الجزائري ومن كل النواحي الممكنة، أيضا القيود التي يتكبّل بها المبرمج من أجل التقرّب أكثر من الجمهور من خلال مشاركته في إعداد الشبكة البرامجية بما يضمن صياغة فقرات ومواد ومنتوجات ثقافية ينتظرها الجمهور المشاهد بشغف كبير.

هكذا يعيش الجمهور في كنف المجهول، والبحث عن هويته في كنف الكم الهائل من البرامج الواردة من مختلف القنوات الأجنبية العربية منها والغربية.

قائمة المراجع

1- المراجع باللغة العربية:

1-الزاهر، عبد الرزاق (2011). دراسات حول الاعلام التلفزيوني. المغرب: مكتبة دار القرويين.

(13). مدير البرمجة. مجلة الشاشة الصغيرة، (13).

3-الفطام، ع. (1999). البرمجة. مجلة الشاشة الصغيرة، (102).

4-لعياضي، نصر الدين (1998). التلفزيون. الجزائر: دار هومة.

. مبور، ن. (2000). الفضائية الثانية الثانية (شاشة الصغيرة، (69). مجلة الشاشة الصغيرة، (69).

2-المراجع باللغة الأجنبية:

- 1-Bourges, j (1993).la télévision du publique. Dalloz, paris.
- 2-Burtin, j (2004).la programmation télévisuelle : une arme stratégique dans la guerre des chaines. Dalloz, paris.
- 3-cazeneuve, j (1992).la télévision en 7 procès. Buchet Castel, paris.
- 4-Charles paracuellos, j (1993).la télévision du publique. Corlet, paris.
- 5-Dagnaud, m (1986). Programmer : Un art et une technique. Ina, paris.
- 6-Esquenazi, j₍₁₉₉₅₎.la télévision et ses téléspectateurs. L'harmathan, paris.
- 7-Fonnet, l (2010).la programmation de la télévision a l'ère numérique : comment ça marche ? Dixit, paris.
- 8-Irep (1989). L'audience et les médias. Organisation, paris.
- 9-Kresmann, k (2000). Les chaines manipulent-elles L'audicabsat.Broad cast, paris.
- 10-Leboeuf, d (1998). Le nouveau paradoxe de la programmation : cibler et rassembler. Ina, paris.

- 11-Le champion, r (2000). télévision de pénurie, télévision d'abondance. Ina, paris.
- 12-Le Diberder, a (1998). briser les chaines : une introduction à l'après télévision. La découverte, paris.
- 13-Mariet, f (1990).la télévision américaine. Economisa, paris.
- 14-Miege, b (1990). Médias et communication en Europe. Presse universitaire de France, paris.
- 15-Mousseau, j(1996). la programmation d'une chaine de télévision. Ritz, paris.
- 16-Mullar, b (1997). Cosuming télévision. Black well publishers, Uk.
- 17-Notaise, j (1996). Dictionnaire du marketing. Afor, paris.
- 18-Predal, r (1995). Les médias et la communication audiovisuelle. Organisation, paris.
- 19-Serge ; d (1986).la programmation : comment tirer parti. Libération, paris.
- 20-Taras, d (2005).la programmation au canada.Amazon,paris.
- 21-Gary, w (1993). Society impaction télévision. Praeges publishers, Usa.

المحتوى رقم الص	لصفحا
مقدمة	1.
المحور الأول:	
البرمجة: ماهياتها، مفهومها، وجمهورها من المشاهدين	
2ما المراد بالبرمجة؟ وماهو مفهومها؟ــــــــــــــــــــــــــــــــ	2.
2- ماهي البرامج الواجب توفّرها؟	3.
3- ما هو جمهورها	6.
المحور الثاني:	
طبيعة عملية البرمجة في التلفزيون	
9البرمجة تسيير للفضاء الزمني لثقافة التدفّق 1	9
2-البرنامج والبرمجة2	10
3-البرمجة فن إرضاء رغبات الجمهور	12
4-البرمجة فن مبدع ومخيّب4	13

المحور الخامس:

كيفية بناء شبكة البرامج
1-تعریف شبکة البرامج1
2-مميزات شبكة البرامج2
3-العوامل المتحكمة في إعداد شبكة البرامج
4-مستويات البرمجة4
المحور السادس:
خصائص شبكة برامج القنوات التلفزيونية
1-القنوات العمومية1
2-القنوات الخاصة2
3-القنوات القائمة على الاشتراك
4-القنوات المتخصّصة4
المحور السابع:
وظائف مديريات البرمجة
2-مدر بة قال امح

المحور الثامن:

واقع البرمجة في التلفزيون الجزائري
1-البرمجة مسؤولية الجميع
2-وظائف البرمجة2
3-صلاحيات مدير البرمجة
4-مراحل إعداد شبكة البرامج4
5-أهداف عملية البرمجة5
6-أهمية دراسة المشاهدة في عملية البرمجة
المحور التاسع:
قيود البرمجة
1-القيود السياسية والقانونية
612
3-قيد المنافسة
4-ضغط المعلنين4
5-القيد الثقافي5

المحور العاشر:

تقنيات البرمجة

62	1-تقنية البرمجة على شكل خطي
63	تقنية البرمجة على شكل رقعة الضامة
	3-تقنية البرمجة على أساس البرنامج القائد
64	4-تقنية البرمجة على شكل الأرجوحة
65	5-تقنية البرمجة على شكل عمود الخيمة
66	6-تقنية البرمجة على شكل منحدرات
	7-تقنية البرمجة على شكل الحياكة
	8-تقنية البرمجة على شكل تقاطع
	9-تقنية ترشيد المشاهدين
	10-البرمجة المضادة
67	11-البرمجة المنافسة
	12-تقنية المضاعفة
68	13-تقنية التلاحم
	14-تقنية الجسور
	المحور الحادي عشر:
	استخدام الوسائل التقنية والفنية الحمالية في البرمجة:

الفهرس