

البرمجة و البرامج في التلفزيون .. بين ذوق المشاهدة و البحث عن الجمهور

د. عبد القادر قطشة

كلية الآداب والعلوم الانسانية قسم اعلام واتصال

جامعة المدية

Resume

Les programmeurs audiovisuels qui gèrent les chaînes de télévision ont la même approche et identique pour toute les chaînes de télévision. Et l'éditeur définit sa ligne éditoriale qui est la résultante de la cible – le public auquel la chaîne s'adresse en priorité – et la thématique – généraliste ou spécialisée sur un genre (information, documentaire, sport, ...)

Le diffuseur organise la rencontre entre le programme et le public via un outil appelé « grille de programme »

Le diffuseur a besoin d'études et notamment des analyses de l'audience. Fondées sur l'observation court et à des comportements et des choix des téléspectateurs et de leurs consommation télévisuelle long terme, elles permettent d'adapter la grille et les programmes, afin de mieux satisfaire les attentes.

المخلص

البرمجة التلفزيونية تتطلب من القائمين عليها بناء شبكة برنامجية تخضع لمقاييس معينة، و كل القنوات التلفزيونية تتفق في هذه المقاييس، إلا أن الإنتاج التلفزيوني يواجه تحديا كبيرا يتمثل في القدرة على جذب المشاهد ، وتقريب المادة منه ، بحيث يجد نفسه فيه ويتفاعل معه ، ولذلك فإن عدة عناصر تتدخل في قدرة البرنامج على لفت الأنظار إليه ومن ثمة هناك حاجة إلى تصنيف برنامج التلفزيون، والذي له أهمية كبيرة فهو من ناحية يسهل عملية تبادل البرامج والتعاون الإعلامي المشترك بين جهات الإنتاج الإعلامي ومن ناحية أخرى يسهل إجراء المسموح والدراسات ومن ثم التخطيط وصياغة السياسات الإعلامية ، وكلها في النهاية تهدف إلى خدمة احتياجات الجماهير وتلبية رغباتها ولما كان هناك محاولات عديدة لنضيف البرنامج فقد تنوعت بالتالي الأسس التي استندت إليها هذه التصنيفات مما أبرز الحاجة الملحة إلى توحيد معايير التصنيف ، وبهدف إيجاد لغة مشتركة بين الهيئات والمؤسسات الإعلامية .

مقدمة :

إن الإنسان بطبعه يحاول دائما معرفة كل ما يحيط به، فهو يستقي المعلومات بواسطة عملية الاتصال التي تحدث بينه و بين أفراد المجتمع، فالأخبار و المعلومات تساعدنا على النفاذ بجلودنا، أو توفر لنا الوقت و المال و غير ذلك.

و من الأمثلة المشهورة ما جاء في شرح الدكتور "فرانك فيلد" « أنيع على التلفزيون أسلوب جديد لإنقاذ الشخص من الاختناق حتى الموت لاعتراض قطعة من الطعام لمجرى الحلقوم، و بعد مدة زمنية قال بضع المئات من الناس انتفعوا علمياً...»

يشكل التلفزيون سمة أساسية من سمات العصر، و لا يرجع ذلك إلى سعة انتشارها في مختلف أوجه الحياة (الاجتماعية، الثقافية، السياسية) بل إلى عمق أثره على الأفراد و المجتمعات.

و يتضح ذلك في أن الإنسان لا يستطيع أن يعزل ساعة من ليل أو نهار عما تبثه وسائل الإعلام و خاصة التلفزيون « فالإنسان اليوم أياً كان موقعه، لديه الفرصة ليرى و يسمع، و يلاحظ ما يجري من أحداث أولاً بأول، و ما يدور في عالمنا من تطورات، و بين المشاهدة و المقارنة يكون الفرق بين الغفلة و الصحة».

الإنتاج التلفزيوني هو العصب الذي يستمد منه الجسم حيويته ونشاطه وتفاعله والساعات التي يقضيها المشاهد أمام التلفزيون ليست بالضرورة هي الساعات المتميزة في البث التلفزيوني ، إذ أننا نعلم أن المشاهد في وقتنا الراهن ، أصبح ومن خلال جهاز التحكم اليدوي ، هو الحكم في مشاهدة ما يرغب فيه ولا يملك المبرمجون العصا السحرية لجذب انتباهه وتعلقه بالشاشة ، ويبقى الأمر متعلقاً بجودة البرنامج وطبيعة المضمون والرسالة التي يبثها ومدى قدرة البرنامج بتقنياته على الوصول إلى عقل وقلب المشاهد

ومن هنا فالإنتاج التلفزيوني يواجه تحدياً كبيراً يتمثل في القدرة على جذب المشاهد ، وتقريب المادة منه ، بحيث يجد نفسه فيه ويتفاعل معه ، ولذلك فإن عدة عناصر تتدخل في قدرة البرنامج على لفت الأنظار إليه ومن ثمة هناك حاجة إلى تصنيف برنامج التلفزيون، والذي له أهمية كبيرة فهو من ناحية يسهل عملية تبادل البرامج والتعاون الإعلامي المشترك بين جهات الإنتاج الإعلامي ومن ناحية أخرى يسهل إجراء المسموح والدراسات ومن ثم التخطيط وصياغة السياسات الإعلامية ، وكلها في النهاية تهدف إلى خدمة احتياجات الجماهير وتلبية رغباتها ولما كان هناك محاولات عديدة لنضيف البرنامج فقد تنوعت بالتالي الأسس التي استندت إليها هذه التصنيفات مما أبرز الحاجة الملحة إلى توحيد معايير التصنيف ، وبهدد إيجاد لغة مشتركة بين الهيئات والمؤسسات الإعلامية .

إن إنتاج برامج التلفزيون عبارة عن شكل ومضمون ، فالرسالة سواء تم بثها لا تخرج عن كونها مضمون معين يتخذ شكلاً برنامجياً محدداً ، ويتمثل قالباً وإطاراً يحوي ذلك المضمون .

ومن الملاحظ أن ذلك المضمون أو الرسالة ذاتها يمكن أن تجيء في شكل نشرة إخبارية أو تحقيقاً إذاعياً ، ويمكن أن تتخذ شكل البرنامج حديث مباشر أو شكل المجلة أو حتى مسلسلاً (عملاً درامياً).

المشاهدة التلفزيونية :

إن اختيار البرامج التلفزيونية التي نشاهدها له قيمة اجتماعية، تجعلنا نقدم التحليل، و الانطباعات، فالمشاهدة التلفزيونية ممارسة اجتماعية و نشاط أساسي و واع بالنسبة لمواطني العالم الغربي في نهاية هذا القرن. نشاط تشير ضخامته إلى إفراطه، و يصعب قياسه لكون المؤشرات التي تسمح بذلك زهيدة. ألم يقال بأن بث الأوبرا في إحدى القنوات التلفزيونية الأربع الكبرى في أوروبا في إحدى السهرات في سنة 1975 (أي في السنة التي لم يكن لدى الجمهور إمكانية اختيار القنوات التلفزيونية) قد جلب جمهوراً واسعاً يفوق عدده الذين استمعوا إليها خلال قرن من الزمن! بدأ منحى تناقص ساعات العمل بفرنسا في سنة 1985 يتقاطع مع الساعات المتزايدة التي تصرف في مشاهدة التلفزيون.

برز الأشخاص الأوائل، الذين ليس لهم أي نشاط أساسي بعد النوم سوى الاعتكاف على مشاهدة الشاشة الصغيرة في الولايات المتحدة الأمريكية و اليابان في 1968، فنساء و رجال الثلث الأخير من هذا القرن في أوروبا و أمريكا يمضون ما معدله ساعتين في اليوم أمام الشاشة الصغيرة، و هذا من المهد إلى اللحد، سواء في الشتاء أو في الصيف.¹ كنا ننظر في السابق إلى وقت الراحة أو الوقت المخصص للترفيه نظرة سلبية، إذ كنا نعتبره وقت الفضلة، و نقرنه بالفراغ أو الضياع. و قد أدرك بعض علماء الاجتماع الطليعيين مبكراً، بأن الوقت المخصص لتعويض الجهد المبذول في العمل يستطيع أن يكون مبدعا و أن يوطر الوعي² لكن هذا الحكم اللطيف لا يخص سوى الترفيه و التسلية «النشيطين». و يمكن أن نؤكد بأنه لم يحدث أن صنف كل من ضخامة حجم المشاهدة لا يضاهيه سوى الاستخفاف بالتلفزيون.

غير أننا لا نستطيع أن نرضى بالتصور البسيط الذي ينظر للوقت المخصص لمشاهدة التلفزيون كفضلة، و أنه يدفع النشاطات الهامة و يزيحها عن المركز. فهذا الوقت الذي كان يقال عنه أن مهيمن عليه أصبح هو المهيمن. لأنه الرحم الذي تخرج منه أشكال جديدة من العلاقات الاجتماعية و التصورات الجديدة للعالم. لذا تكتسي دراسة مشاهدة التلفزيون أهمية علمية و اجتماعية لا يعترف بها دائما.

فعلماء الاجتماع - يغرقون عادة بسيل الأرقام الجرداء التي يقدمونها، و رجال الإحصاء يهتمون بها على المدى القصير. لكن الرحلة إلى عالم التلفزيون يجب أن تبدأ باجتياز نهر إحصائيات المشاهدة.

فن بناء شبكة البرامج :

البرمجة التلفزيونية تقنية تخطيط، إنها ترتيب لعدة برامج تلفزيونية ضمن الكل المنسجم و المبني، و الذي يطلق عليه تسمية " قناة تلفزيونية " .

تعتبر البرمجة اليوم منا لبقا، و فن التوازن، إن لم تكن فالتوافق و التواطؤ. إنها تنجم عن تقنيات التسويق التي تقدم للجمهور ما يريده، و تتبع في الوقت ذاته من الإبداع الخلاق لجذب الجمهور من حيث لا يتوقع . إن البرمجة فعل تقني يترجم سياسة الفكرية الكامنة في صلب مشروع مؤسسة التلفزيون، و الذي يمكن أن يتغير من مؤسسة إلى أخرى .

إن البرمجة التلفزيونية تترجم تصورات المؤسسة التلفزيونية و تمثلها للوظائف الأساسية التي يجب أن يقوم بها التلفزيون و الجمهور الذي تريد الوصول إليه .³

يعد المبرمج شخصية أساسية ضمن المجموعة التي تقود التلفزيون و تسييره، فهو يملك سلطة مالية: يقرر حجم الميزانية التي يستثمرها في الإنتاج، و التي تخصص لشراء البرامج التلفزيونية جاهزة. و يخطط لها في الزمن. إنه شخصية مؤثرة: يشارك في تحديد الخط الفكري و السياسي للتلفزيون. يحكم و يحسم في مسألة مضامين البرامج، و هو صاحب إستراتيجية و تكتيك في التنظيم اليومي لبرامج التلفزيون، وهو الذي يبني شبكتها.

إن استخدام التقنيات الجديدة لمجتمع المعلومات تستطيع أن تدمج الكفاءات في إطار التركيبة و التنظيم الجديد باستخدام التكنولوجيات الجديدة للإعلام و الاتصال، و هذا يسهل على المبرمجين و أصحاب القنوات التلفزيونية باستغلالها في بناء الشبكة البرمجية للقناة .⁴

إن عمل المبرمج في التلفزيون يسير وفق التصور العام للقناة التلفزيونية و بالتالي جذب المعلنين للرفع من إيرادات الإعلان لذا تضاعف من الاستثمار في مجال الإنتاج التلفزيوني. و تراهن التلفزيونات ذات الإمكانيات المتواضعة على إعادة بث المنتج السمعي البصري الذي سبق و أن بثته الشركات التلفزيونية الكبرى. و تختار التلفزيونات الأخرى ما بين الأمرين، أي أنها تحقق توازنا بين إنتاجها الخاص و الإنتاج الذي سبق أن بثته القنوات التلفزيونية الأخرى. تتوقف المؤسسة التلفزيونية أولا على الإمكانيات التي يستعد مالكوها (الدولة، أو أصحاب الأسهم في القطاع الخاص) المغامرة بها لتحقيق هدف واضح: الحصول على مرد ودية مالية، تحمل أقل خسارة ممكنة، تحقيق التأثير المطلوب. ثم يأتي وزن أسلوب التسيير الذي يفرض نفسه.

و للمنطق الاقتصادي كلمته في كل برنامج. حقيقة ليست كل شبكات البرامج مضبوطة من ناحية مصاريفها و عائداتها المالية الدقيقة و الصارمة التي تفرض مرد ودية أنية (على مستوى مشاهدة كل حصة تلفزيونية) غير أن هاجس المرد ودية المالية يبقى حاضرا دائما. بعبارة أخرى، يجب أن تجذب البرامج ذات التكاليف الباهظة المشاهدين أكثر، أو تضطر القناة التي اختارتها إلى الكف عن بثها. و هذا ما يجعلها أكثر تسامحا مع البرامج الأقل كلفة. هناك فرق واحد بين القنوات التلفزيونية، بعضها تقيس المرد ودية الإجمالية لشبكة البرامج، الأمر الذي يسمح لها بإقحام بعض الحصص الصعبة أو تلك التي تستهدف شبكة برامجها جمهورا معينا أو خاصا. و بعضها الآخر يحسب مردودية كل حصة تلفزيونية على حدة، و هذا هو الخط الفاصل بين التلفزيونات العمومية و الخاصة.⁵

يجسد المبرمج الخط الفكري للتلفزيون، يبحث عن الانسجام الشامل في البرامج: مظهر القناة التلفزيونية، المزج بين مختلف الأنواع التلفزيونية، البرامج و الحصص التلفزيونية القائدة (تكون عادة مرتبطة بنجوم الصحافة و التثقيف)، بنية الشبكة: كل هذا العتاد يسخر لتمكين التلفزيون من اكتساب شخصيته. فلا يجب أن يحدث انقطاع في نبرة التلفزيون، أو إيقاعه العام. حتى لا يتوه المشاهد، و لا يدفع للكف عن مشاهدة برنامج هذه القناة التلفزيونية و يبحث عن أخرى. و لتحقيق ذلك لابد من بذل المزيد من الجهد و التعب و التفكير في الصورة التي تظهر بها القناة التلفزيونية، و في إخراجها الفني المناسب، مما يتطلب مهارة مصممها.⁶

يتمرس المبرمج على جذب الجمهور المتنوع و تعويده على المشاهدة. فيمكن أن يستهدف في شبكة البرامج التي يعدها مختلف أصناف المشاهدين حسب أوقات: النساء، و الشباب، و ذوي السن المتقدم على التوالي. أو "الشرائح المتعلمة" بيد أن سلوكهم أمام الشاشة الصغيرة يظل لغزا، إذا كانت ملامح المشاهدين معروفة نوعا ما. و هذا ما يؤدي بالمبرمج إلى الاهتمام بالجمهور العام بشكل أقل من اهتمامه بحجم مشاهدة هذه الحصة التلفزيونية أو تلك، بصفة خاصة. و بعبارة أخرى إنه ينتقل من التفكير السوسولوجي في مسألة المشاهدة إلى تحليلها وفق وعطيات التسويق (marketing). فإذا كان التفكير الأول يسمح بتراكم المعارف حول خصائص المستهلك، فإن التحليل الثاني يقدم بعض المؤشرات عن "الحصص التلفزيونية" التي تباع جيدا أو "ترضى أكثر" فنتهم بخصائص المشاهدة أكثر من اهتمامنا بمقومات النجاح، إذا، المتابعة اليومية و المكثفة لعدد مشاهدي الحصة التلفزيونية هي التي توجه المبرمج، خاصة في الشركات التلفزيونية التجارية. لكن هذا الفيروس أصاب حتى التلفزيونات العمومية، و أصبحت هي الأخرى تبحث بإلحاح عن السوق.⁷

إن المبرمجين (les programmeurs) أخصائون من طراز رفيع، تتنافس الشركات التلفزيونية العملاقة على توظيفهم أو الاستفادة من خدماتهم، كما تتنافس على توظيف نجوم الشاشة الصغيرة. إنهم قادرون على المزج الغريب للتقنيات الممنهجة بالحدس والإحساس لبناء شبكة البرامج التلفزيونية.

إن تعويد الجمهور هو مطلب اقتصادي قبل كل شيء، و استجابة لمصالح المعلنين الذين يعدون الزبائن الحقيقيين للقنوات التلفزيونية التجارية. فالتلفزيون الذي لا يبلغ هذا الهدف ينفر المعلنين: هؤلاء لا يحبون المجازفة بأموالهم. إنهم مثل أرباب الأسر العقلاء يفضلون قناة تلفزيونية واحدة تقدم لهم مع مرور الزمن عددا من المشاهدين يطمئن له. لهذا الغرض "ازدهرت" المسلسلات في الشاشات الصغيرة. هناك بحوث بريطانية عن المشاهدين سعت لقياس نسبة المشاهدين الذين يبقون أوفياء للمسلسل التلفزيوني، و قد توصلت إلى نتائج معتبرة يمكن اعتبارها أهم ما توصلت إليه الدراسات الخاصة بالمشاهدين، و التي تعد اختصاصا معرفيا حديثا: 40% من المشاهدين الذين تابعوا الحلقة الأولى من المسلسل يتابعون جميع حلقاته من أولها إلى آخرها، 3/2 من المشاهدين (أي ثلثي) الذين شاهدوا إحدى حلقاته في ساعة معينة يشاهدون الحلقة التالية في نفس التوقيت الذي بثت فيه الحلقة التي شاهدوها. و هذا ما يبعث الطمأنينة في نفوس المعلنين الذين أكدت لهم الحجج القاطعة عدم الاستقرار في مشاهدة البرامج. فالمبرمج يقدم المسلسلات التلفزيونية التي تقلل من تخوف المعلنين، و ترفع توقعاتهم بحجم الإقبال على الحصة التلفزيونية. و يقدم أيضا ما يحث على التفكير في الأسباب العميقة التي تؤدي إلى الإقبال على المشاهدة: فما هي المعجزة التي تجعل الحصة التلفزيونية ذات جمهور كمي و نوعي (يمكن تقدير عدد مشاهدي حلقات المسلسل التلفزيوني). خاصة و أن السلوكيات الفردية متقلبة و راحلة (يبدو أن ثلثي جمهور المسلسل يتجدد من حلقة لأخرى).⁸

إن المادة التلفزيونية، هي بحق، منتج سريع الزوال، أو ما يسميه بعض الباحثين بالثقافة السائبة (la culture de flot)، و يجب أن توظف شبكة البرامج هذا المنتج الزائل و تبنيه، إن شبكة البرامج المثلية هي التي تعفى المشاهد من التساؤل عن الساعة و اليوم و الأسبوع، لأنها تقوم بدور الساعة الداخلية بالنسبة للمدن العصرية حسب السيد كارلو فرسيرو carlo freccero، مبرمج شبكات تلفزيون "برسلوني" بإيطاليا. (إن أولفة الجمهور أو تعويده التي تعد مسعى المبرمج ليست سوى التطبيق النمطي و المتسلسل لشبكة البرامج.) ينتظر المشاهد التكرار، و إعادة الإنتاج بارتياح. فكل المحاولات لكسر عادات المشاهدة لم يحالفها النجاح سوى خلال فترات محدودة، و حققت بعض النجاح سوى خلال فترات محدودة، و حققت بعض النجاح غير المؤكد سفي زيادة عدد المشاهدين: تجربة "ديسغروب" pierre desgraupes الذي حاول من خلالها تقديم موعد بث الجريدة المصورة سنة 1969 بساعة، و التغييرات التي حاول إدخالها إستراتيجيو البرمجة المعاكسة (la contre programmation) و الساعية إلى تقديم موعد زمن الذروة بساعة، آلت كلها إلى عدم الفهم من قبل الجمهور. و هو الجمهور المعادي لكل تغيير يمس بنية حياته اليومية: إن تقديم ساعة الجريدة المصورة هو إجبار الملايين من العائلات على تحضير عشاؤها مبكرا. إنه انقلاب في ترتيب العادات و الطقوس العائلية.

يطرح السيد جون ستوك jean stock مدير البرمجة في تلفزيون لكسمبورغ r.t.1 ثلاثة مفاهيم للبرمجة البسيطة

لمؤلفة الجمهور مع البرامج و تعويده عليها:

- المؤلفات الأفقية: تعويد الجمهور على برامج زمن الذروة حيث تكون البرامج معروفة لدى المشاهدين قبل أن تبث.
- المؤلفات العمودية: تعويد الجمهور على البرامج حسب إيقاع ساعات النهار ... حتى يمكن مشاهدتها فترة أطول.
- مقوم ثالث: و هو خاص بالتفاعل (l'interactivité) ... الذي يفرز البرامج التي يستطيع المشاهدون معايشتها.⁹

شبكة برامج التلفزيون العمومي :

إن بحث التلفزيون العمومي عن موقع توازن في منطقة التجاذب بين متطلبات الخدمة العمومية، و مستلزمات رفع عدد المشاهدين أصبح شاقا و صعبا، خاصة بعد أن تناقص عدد مشاهدي القنوات العمومية الأوروبية، بشكل ملحوظ، إذ انخفض في القارة الأوروبية من 82 سنة 1982 إلى 46 سنة 1995، و بعد أن فرضت السلطات العمومية في بعض الدول الغربية على القنوات الخاصة المشاركة في انجاز بعض مهام الخدمة العامة مقابل المكافأة و التشجيع، كإعفاء من الرسوم و الضرائب تخفيف التكاليف المالية جراء الخدمات البريدية المختلفة، و إعانات لتحديث العتاد التكنولوجي و غيرها في رحلة البحث الشاقة عن الموقع المذكور أعلاه، أنجزت القناة التلفزيونية العمومية إلى التشابه مع القنوات التلفزيونية التجارية. فقناة التلفزيون العمومي الإيطالي راي RAI على سبيل المثال، أصبحت تقدم برنامجا ترفيهيا يظهر الأمهات و البنات "يتغنجن" بأجسادهن التي تحمل لباسا خفيفا و فاضحا أمام أعين أزواجهن و أبائهن. لا لشيء سوى منافسة القنوات التلفزيونية التجارية التي يملكها " برلسكوني " و اضطرت قناة بي بي سي BBC إلى زحزحة جريدها المتلفة عن موعد بثها المعتاد، إلى الساعة العاشرة ليلا، تاركة مكانها لبث برنامج خاص بالألعاب التلفزيونية . كما قامت هذه الأخيرة في سنة 2000 ببث برنامج " الأخ الأكبر " الذي نال شعبية كبيرة في عديد الدول : الولايات المتحدة، ألمانيا، هولندا، و غيرها من الدول . فاعتقد البعض أن هذه الأمثلة تشكل انزلاقا ظرفيا في مسار التلفزيون العمومي، و البعض الآخر يرى أنها تعبر عن توجه جديد . و هذا ما شجع بعض المختصين على وصف ما يمر به التلفزيون العمومي بأزمة هوية .¹⁰

إن الإستراتيجية التي يتبناها التلفزيون العمومي في مجال البرمجة تتمثل في استثمار الوقت، أي أنه يعطي الوقت الكافي للبرامج التلفزيونية الجديدة التي يقترحها على المشاهدين حتى يتعودون على عليها . إن البرامج التي تعد منارة شبكة البرامج التلفزيونية في عديد القنوات التلفزيونية الغربية كانت حصيلة سنوات من العمل الدؤوب و الاجتهاد لتطويرها . و تختلف هذه الإستراتيجية كليا عن رؤية مبرمجي القنوات التلفزيونية التجارية .¹¹

و هناك العديد من الصعوبات التي يتعرض لها التلفزيون العمومي، في ظل المنافسة الشرسة من القنوات الخاصة . و على سبيل المثال لم تتمكن الإذاعة و التلفزيون الإسبانية من الوفاء بالتزاماتها و الحفاظ على أكثر من ثلث مستمعيها و مشاهديها في السوق إلا باللجوء إلى دين متراكم تجاوز مبلغ 4 مليار أورو في نهاية 2001 . و نظرا لثقل عجزها فإن مستقبل القنوات العمومية الإسبانية غامض بالرغم من أنه يجمع عدد مشاهدي قناتي التلفزيون الإسباني و القنوات الجهوية، بقي نصف المشاهدين الأسبان أوفياء لها .

البرمجة في القنوات التلفزيونية التجارية أو الخاصة :

إن رأسمال التلفزيون التجاري يكمن أساسا في عدد المشاهدين الذين يضمنون له أكبر حصة من سوق الإعلان، لذا فإن العاملين في أقسام البرمجة في هذه القنوات يبادرون في برمجة المواد الكفيلة بتوسيع قاعدة المشاهدة منها :

- الحديث الاستعراضي، الذي يقدم شرائح من حياة أشخاص معينين، أو إحاطة اللثام على حياة الذين يأتون إلى الشاشة الصغيرة للبوخ بتجربتهم المعاشة لتلبية حاجة الجمهور أو المشاهدين في التلصص على الآخرين.
- الألعاب التلفزيونية، يتدافع المشاهد التلفزيوني على المسابقات و الألعاب التلفزيونية بقبول المشاركة في اللعب كمتنافس في البلاتوه أو في الأستوديو، أو و هو جالس في بيته.

• برامج تلفزيون الواقع ، لقد أصبحت هذه البرامج حجر الزاوية في بناء شبكة البرامج في القنوات التلفزيونية الخاصة، و قوتها تكمن في الجمع بين اللعب و التنافس، و تقديم شريحة الواقع، و إن كانت ثانوية في الاستعراض و المشهد، و في محو الحاجز الفاصل بين الواقعي الوثائقي و المفبرك لغرض التصوير و الفرجة . فتلفزيون الواقع هو نوع القرن الحادي و العشرين لبرامج الواقعية الأكثر تسلية من الأفلام الوثائقية، على الرغم من العنوان . فالتقنيات و الأسلوب المستخدم يزعمان أنه و وثائقي، و في الواقع هو خاضع لشركات التلفزيون التي تصر على قيمة التسلية .¹²

• تقدم التلفزيونات التابعة للقطاع الخاص المفارقة نفسها، فبنية مجمل شبكات برامجها تقدم الكثير من التماثل. تخصص سائر أوقات اليوم للنساء القابعات في البيوت، حيث تعرض بعد الظهر المسلسلات الأمريكية المعسولة، و الحصص العملية و الألعاب التلفزيونية. و يوجه ما قبل وقت الذروة لجذب الجمهور ليتابع الجريدة المصورة. ثم تسعى برامج السهرة لنيل رضا أكبر عدد من المشاهدين. تمثل هذه الفترة وقت المشاهدة القوي الذي تعرض فيه الأفلام الأمريكية، و تنقل المباريات الرياضية، و الحصص الترفيهية.

• تختلف شبكات التلفزيون الخاصة فيما بينها لسببين: السبب الأول، و هو قانوني. حيث توجد دول مؤيدة لمقولة: (دعه يمر، دعه يعمل) مثل إيطاليا. و توجد دول تفضل إثقال التلفزيونات الخاصة ببعض العوائق، مثل بلجيكا. و أخيرا هناك دول اختارت إخضاع التلفزيونات، بغض النظر عن نمط ملكيتها القانونية، لمجموعة من الشروط و تكليفها القيام ببعض المهام من خلال ما يسمى بدفتر الأعباء أو المهام (cahier de charge) مثل: فرنسا، ألمانيا، و بريطانيا. و تختلف مكانة البرامج في التلفزيونات الأمريكية حسب العوائق القانونية.¹³

• و يفسر العامل الثاني، و هو اقتصادي، بعض التباين في التلفزيونات التابعة للقطاع الخاص. فتلك التي تستولي على أكبر عدد من المشاهدين في الأفطار الكبرى تختلف عن نظيراتها الموجودة في الأفطار الصغرى، فهي لا تملك الإمكانات، بطبيعة الحال، لاقتناء نفس البرامج من السوق الدولية أو للاستثمار.

• الوضعية متشابهة جدا بالنسبة لتلفزيونات الرسوم (tv a peage) (لا تشاهد إلا بدفع رسوم المشاركة) التي تبث عبر الكابل (الحبل)، باستثناء القناة الفرنسية canal plus و ذلك لأن شبكات برامجها مبسطة جدا. فانشغالها لا يتمثل في السعي للحصول على أكبر عدد من المشاهدين في وقت الذروة. و إن هاجس المواضيع في شبكة البرامج يقلص من اختيارات البرمجة.¹⁴

و هناك برامج تسمى بالاستدلالية و هي أبسط الأشكال البرمجية التلفزيونية، تعتمد على المذيع في المقام الأول، و مثال ذلك : برامج أقوال الصحف، إذ لا يوجد ديكور و يمكن الاستعانة بوسائل إيضاح ، خريطة ، كرة أرضية، صورة،... و القيمة ليست في المادة المقدمة فقط و لكن فيمن يقدم البرنامج .¹⁵

الأصناف البرنامجية للمشاهد

الصنف البرمجي "الفورمات" هو المنتج الجاهز للمشاهدة، الذي تعده الصناعة التلفزيونية. هو نموذج برنامج جامد يستند إلى القدرة على التنبؤ بسلوك الجمهور في العالم، بغض النظر عن الفروق، و مقلصا لها.

و يتم تكوين الأصناف البرمجية استنادا إلى مشاعر متقاسمة عالميا، فيتم وضع أحدها في نموذج مميز و بسرد منظم، يشكل المحور و الأساس لآلية بسيطة من السهل التعرف عليها.

و إزاء "الوداع في مطار" أو "اللقاء ثانية في محطة مزدحمة"، يشعر أي منا و بغض النظر عن اللغة و الثقافة التي نشأ فيها، بالأحاسيس ذاتها، بتدرج متباين بحسب معرفته السابقة أو اللاحقة بقصة الشخصيات الرئيسية، و بقدر تأثره الشخصي.

و تعتمد الأصناف البرمجية على آليات مدروسة بحيث يمكن تكرارها إلى ما لا نهاية، سواء في الزمان (سلسلة تلو الأخرى في نفس البلد) أو في المكان (من بلد إلى آخر، بانتشار أسي). الصنف البرمجي هو منتج سمعي بصري، يتجاهل في البداية الحدود و يتشكل بهدف التسلسل.

و تنشأ الأصناف البرمجية بميزات قوية لتدفع الجمهور إلى التعرف عليها و في نفس الوقت - في البداية على الأقل - لتحمي الأصناف البرمجية من إمكانية الاستساح المترتبة على الناجحين.

و في الوقت ذاته، لا تعني الأصناف البرمجية بالتجذر في ثقافة محلية (تلفزيونية كانت أم غيرها)، بل على العكس فهي تتدرج في عالم مثالي، حيث تتلاشى الفروق لتفسح المجال أمام وسطية مثالية. فتصبح سهلة التكيف في سياقات ثقافية حيث تنمو مغامراتها الإعلامية في شتى أرجاء العالم. و تتيح قدرتها الأولية على التكيف، النجاح المحلي - العالمي لهذا المنتج التلفزيوني، دون أن تفقد سماتها الأساسية التي تم من أجلها تخصيص ذلك الصنف البرمجي "الفورمات" الخاص. و تتعلق الأسباب الداعية إلى القيام بالتكيف العميق و هي ثقافية و تاريخية، بخصائص الشبكة و جمهورها و وقت البث، فضلا عن الاستثمار المالي. و على أية حال، فمن الأساسي ألا يفقد الصنف البرمجي هويته في عملية التكيف، نظرا لأنه سوف يتعرض للتغيرات اللاحقة في كافة صيغة في العالم، و هو ما يثري رصيده التطوري.¹⁶

و تهدف القنوات التلفزيونية في شرائها للأصناف البرمجية، دون اللجوء إلى برامج ناجحة يبيها آخرون، إلى تقليص مطلق للمخاطر.

1 - ما سبب نجاح الأصناف البرمجية "الفورمات"

تمثل الأصناف البرمجية على المستوى السردى ردا على الأسئلة التي أثارها. هل ستفوح الشخصية الرئيسية في العنور على الجائزة المخفية في العلبة؟ هل ستفوز في التنافس بين المواهب الشابة؟ هل سيكسب البطل قلوب الفتيات اللواتي تولع بهن منذ سنين؟

بيد أن الأصناف البرمجية الناجحة ترد على أسئلة أكثر أهمية، تتضمن غيرها من الاستفسارات: فهي تلتقط الاحتياجات الصميمية للمشاهد قبل أن تصبح واعية، فتشبعها. و لكن، ما هي الاحتياجات الأساسية للجمهور؟¹⁷

الحاجة إلى التعرف

- المسافة الدقيقة بين الجديد و المؤلف

يتوق المشاهدون للجديد و في نفس الوقت هم بحاجة إلى الاطمئنان لما هو مألوف. و يتوجب على الصنف البرمجي الناجح الوقوف في الموقع الوسط بين الجديد و المؤلف. فينشأ بهذه الطريقة الشعور المطمئن بأنه يغامر في الجديد دون أن يتعرض للمباغطة و الحيرة و الإرباك. و يتم اللجوء إلى صيغ مختلفة من "جسور التألف" كي يتعرف

الجمهور و يشعر بالألفة: عنوان لفيلم أو رواية شهيرة، عنوان ثانوي يستند إلى بث في الماضي، مقدم برامج بارع يميل له الجمهور، و ما إلى هناك. و هكذا يمهد المؤلف الطريق للجديد و "يوصي به" الجمهور.

- إمكانية التنبؤ

تُبنى الأصناف البرمجية بالاستناد إلى تكرار الصيغة. فتتحول إمكانية التنبؤ، المترتبة على ذلك، إلى صورة مطمئنة و مألوفة عند الجمهور. ففي أية لحظة، يمكن التعرف على الآلية و المراحل التي تميز المسار، و يسهل إيلاجها في الرواية في انتظار الحل النهائي.

الحاجة إلى حوافز و مشاعر قوية

- تمثيل المجازفة غير المباشرة

يبعث تصرف الشخصية الرئيسية إزاء التحديات و الخيارات (و خاصة على مستوى المشاعر) و يبيث في المشاهدين انفعالات عميقة. فهم يعيشون من خلالها الأحاسيس و المخاطر دون التعرض لخطر مباشر أو لتداعيات حقيقية. كما أن عدم اليقين بشأن النتيجة، ضمان لنهاية مثيرة بالنسبة للجمهور.

- الاستعارة المبسطة للحياة

تطرح الأصناف البرمجية على الجمهور و صيغة مبسطة، "مضغوطة" عن الحياة، مختزلة إلى حد كبير عدد الخيارات و مقصدة الوقت المتاح لاتخاذ القرارات. يؤدي التطور الحاسم لحياة الشخصية الرئيسية إلى خيارين نهائين متاحين: النصر/الهزيمة، النجاح/الفشل، المسامحة/عدم المسامحة، الحب/اللاحب. و كل ذلك في فترة زمنية وجيزة، محددة من قبل البرنامج. تتحول الرواية إلى مشاهد بتزامن بين النتيجة و النهاية.¹⁸

الحاجة إلى نماذج متوفرة في الحياة اليومية

- طرح نماذج عن التصرفات المعاشة

تمثل الأصناف البرمجية معاً، كتيب تعليمات للاستخدام في الحياة اليومية. إذ توفر للمشاهد في سياق العلاقات و الظروف غير المتوقعة، نطاقاً واسعاً من التجارب الواقعية، معاشة و مختبرة (بما في ذلك الاستنتاجات).

-إمكانية رؤية ما بداخل البطل

تقدم الشخصية الرئيسية في الأصناف البرمجية للمشاهد، فضلاً عن خياراته الشخصية، نماذجاً إيجابية و سلبية، يمكن العمل بها أو رفضها. لذا على الجمهور معرفة أعماله و أفكاره و الحوافز التي دفعت به إلى اتخاذ قرارات معينة. يروم المشاهد التماثل مع الشخصية الرئيسية و أن يشرع من خلالها باحاسيسها، أن يرى بعينيها و يشهد تمثيل ما بداخل البطل الذي يكشف عن ذاته و ينزع عن نفسه الغطاء. هذا ما يحدث في غرفة الاعتراف في برامج الواقع. كما يظهر في مسابقات الجيل الجديد. و الإشارة إلى "من سيربح المليون؟": فالمنافس ليس أمامه حدود زمنية ليقدم الإجابة النهائية، شريطة أن لا يلزم الصمت، بل أن يكشف عن أسلوب تفكيره. ليس الرد بالاستعراض بل طريقة تكوينه، و المسارات الداخلية التي توصل إليه. "شفافية" المنافس هي التي تتيح المشاركة و التقاسم. و هذا بالضبط ما يرومه المشاهد بقوة.

2- أسس الأصناف البرمجية الناجحة: شروط النجاح اللازمة

أن الأوان، بعد تحديد احتياجات المشاهد، التي تنبئ لها الأصناف البرمجية الناجحة، لذكر "كيفية" تحقيق ذلك النجاح: القواعد المخفية، الآليات المرئية إلى حد ما، الثوابت التي ينشأ عنها السحر المتجدد للפורمات الناجحة.

بعبارة أخرى، كيف تجذب الأصناف البرمجية المشاهد أولاً، ثم تمسك به، كيف تشبع رغبته فتكسب ولاءه، و أخيراً، كيف تنجح في زيادة عدد الجمهور في كل إعادة لعرضها.¹⁹

أسر المشاهد:

بغرض التغلب على المنافسة الشرسة التي يتعين على البرنامج التلفزيوني مواجهتها في يومنا هذا، تركز الأصناف البرمجية الانتباه في البداية على "أسر" مشاهديها - بانتزاعهم من عروض أخرى - و على قدرة التمسك بهم في مجالها الخاص و ستضافته لأطول مدة ممكنة. و يمكن للفورمات تحقيق النجاح عبر تطبيق القواعد التالية:

- وضوح الصيغة

يجب أن يتاح للمشاهد و "المتأرجح" الاندماج السهل في سير البرنامج. و من اجل ذلك، ينبغي أن تكون كل صورة وافية و مألوفة و جذابة. يتوجب على كل لقطة أن تتضمن جوهر البرنامج العام. و على كل صورة أن تعيد بناء فكرتها.

- عدم إمكانية فقدان أية لحظة

إن كانت كل صورة تشير إلى فكرة البرنامج بشكل عام، فبنفس الطريقة، يجب أن تكون كل لحظة حاسمة، جوهرية، لا يمكن فقدانها. فالمشاهد العادي يقرر في ثوان معدودة إن كان البرنامج يثير إعجابه. و ينشأ نجاح الصنف البرمجي من قدرته على أسر الجمهور.²⁰

-تقسيم الأدوار: التعاقب الدقيق للحظات الحاسمة

لكل برنامج إيقاعه الداخلي. و تجد الأصناف البرمجية الناجحة توازنها الكامل حين تتلاحق لحظاتها الحاسمة (المصيرية) بنمط دقيق. "صفقة أو لا صفقة" ليس إلا مثالا صريحا عن التوازن في تعاقب اللحظات الحاسمة، بُني استنادا على تكرار نفس التسلسل الأساسي، الذي يتكون بدوره من سلسلة مصغرة من الوظائف. و في أية لحظة يصل المشاهد، لا يفصله أكثر من دقيقة واحدة عن اكتشاف (فتح صندوق) أو عن عرض (اقترح هاتفي لجائزة بديلة) أو عن خيار (يقرر المنافس القبول، أو تغيير اللعبة أو الاستمرار).

- طقوس صارمة

تعتبر الطقوس عرضا لمراسيم إعلامية، حيث تكتسب كل جزئية بتكرارها مدلولاً رمزياً و ذلك بفضل بعدها الطقوسي الذي يثير الجمهور بدعمه للرواية. و تساهم كافة العناصر المكونة للصنف البرمجي في خلق الطقوس: مقدم البرنامج، الموسيقى، الأضواء، السينوغرافيا، الإخراج و النص.

- شد المشاهد: بناء الطلب الحاسم

لا يكفي أسر المشاهد المنتقل. ينبغي إحكام التمسك به، الاحتفاظ به في الصنف البرمجي. يقول الصنف البرمجي ضمناً: "ابقوا معنا"²¹

- لا تروى القصص، بل تحدث

تبرز الأصناف البرمجية الناجحة نشأة و تطور القصص. و ليس في وسع الأصناف البرمجية أن ترنو إلنا المكال الشكلي للرواية، لكنها تستند إلى قيمة إضافية من الأحاسيس: فالشخصية الرئيسية حقيقيو ليست ممثلة، فالنتيجة فعلية. و النهاية التي ليس في مقدور أي كاتب التكهن بها و كتابتها مسبقا، يتم تحديدها بالتواصل مع الجمهور: أمام عينيه و بصورة آنية. و مهما كانت النهاية، فليس في الإمكان اعتبارها مجرد اختراع مصطنع.

- الوقت المحدود

كما رأينا بخصوص "أسر" المشاهد، فللوقت في الأصناف البرمجية دور أساسي. و يحدث كل شيء في الأصناف البرمجية الناجحة هنا و في هذه اللحظة.

و يعتبر ضمان النتيجة بصورة آنية يمكن التحقق منها، عنصرا أساسيا في بناء السلسلة السردية في الأصناف البرمجية. و السؤال الذي يتطور حوله مجمل الأمور، لابد له أن يجد الرد قبل نهاية البث. (في حالات استثنائية – كالبرنامج الأمريكي wanted "مطلوب"، أو الإيطالي Chi l'ha visto? "من رآه؟" – حيث البرنامج مبني أصلا على عدم اليقين بشأن النتيجة النهائية للحلقة)*.

الإبهار التقني على حساب المضمون الفني و الأدبي

كان العام 2009، شاهدا على الاتجاه الجديد الذي تسير نحوه استوديوهات هوليوود، باستخدام تقنية الأبعاد الثلاثية، فقد وصلت بعض الأفلام مثل «آفاتار» Avatar، و «أليس في بلاد العجائب» Alice In Wonderland إلى مستويات غير مسبوقة في تناول الثورة الرقمية سينمائيا. و ذلك في توجه واضح نحو الإبهار التقني و الصور المجسمة، و إن كان ذلك على حساب المضمون الفني و الأدبي للعمل السينمائي.

و في ظل الإقبال الشديد على أفلام ثلاثية الأبعاد، يسارع مصنعو الأجهزة الإلكترونية بتزويد أجهزة التلفزيون بتقنية العرض ثلاثي الأبعاد، لتتاح مشاهدتها في غرف المعيشة المريحة بجانب دور السينما. فالاتجاه القادم للسينما العالمية، يؤكد بأن طقوس المشاهدة آخذة في التغير. و اليوم تتراجع إيرادات الأفلام الفنية، التي تعتمد على تقنية التصوير التقليدية، بينما تستعد استوديوهات هوليوود الكبرى لسيل من الإنتاج الضخم، التي تعتمد على التصوير بتقنية الأبعاد الثلاثية. و قد شهد هذا الموسم السينمائي الصيفي بطولة مطلقة للأفلام المجسمة مثل فيلم «الرجل الحديدي» Iron Man، في جزئه الثاني و فيلم «روبن هود» Robin Hood، و «سولت» Salt، و «طعام، صلاة، حب» Eat Pray Love، و «الفارس و النهار» Knight and Day. إضافة إلى عدد كبير من أفلام الرسوم المتحركة «إنميشن» التي نفذت بتقنية الأبعاد الثلاثية، مثل «شريك للأبد» Shrek Forever After و «قصة لعبة» Toy Story 3، و «لا تحترمني» Despicable Me. حتى أن بعض الأفلام التي تنتمي إلى فئة أفلام الأسرة أو الأفلام الغنائية الراقصة، و المعروفة بأنها لا تدر إيرادات كبيرة لشباك التذاكر، استطاعت بالاعتماد على تقنية الأبعاد الثلاثية، أن تنافس بقوة مثل فيلم «أقفز» Step Up 3D، الذي جمع أكثر من 58 مليون دولار أمريكي على الصعيد المحلي فقط.²²

لفهم هذه التقنية لابد من فهم كيفية إنتاج البعد الثالث لتراه العين البشرية. فكل عين لدى الإنسان تنظر إلى المشهد نفسه و لكن بزوايا مختلفة، و تعتمد تقنية الأبعاد الثلاثية، على فكرة التعامل مع كل عين على حدة، لتتناول عمق الجسم الذي تراه. و يقوم الدماغ بدمج الصورتين معا، و يعمل الإدراك الحسي من جانبه على توليد الشكل المجسم أو ثلاثي الأبعاد. و هنالك بعد آخر لعملية المشاهدة يدعى الاستقطاب، و هو حصر اهتزازات الموجات الضوئية في مستوى

واحد. و باختصار فإن تقنية الأبعاد الثلاثية تقوم بتصوير صورتين في آن واحد، باستخدام كامرتين مثبتتين جنباً على جنب، و يتم تصوير المشهد من زاويتين مختلفتين، بالتقنية نفسها التي تعمل بها العين البشرية. و عند العرض تقوم الشاشة بعرض إسقاطين مختلفين للصورة بشكل متتال و بسرعة قصوى. بينما تعمل النظارة المخصصة بفترة الضوء، و منع كل العين من مشاهدة ما تراه العين الأخرى. و مع أن الكثيرين يعتقدون بأن تجربة جيمس كاميرون، هي الأولى من نوعها في إنتاج أفلام بأبعاد ثلاثية، إلا أن تاريخ السينما يظهر محاولات عديدة لإنتاج هذا الاتجاه، بدأت تتبلور في فترة الخمسينيات، و أظهرت نجاحاً ملحوظاً في الثمانينيات و التسعينيات من القرن الماضي، إلى أن بلغت ذروتها مع عرض فيلم «أفاتار» و ما تلاه من تغيير واضح في هيكلية صناعة السينما في العالم. و كان بعض الخبراء قد أكدوا في تقرير لهم بأن هذا النوع من العرض السينمائي قد عرف بالفعل في فترة الستينيات، لكنه تسبب في انتكاسات صحية لمن حضروا العروض التجريبية. ما دفع بالقائمين عليه على إقبال ملف سينما الأبعاد الثلاثية، إلى أن عادت فكرة السينما المجسمة و داعبت خيال الخبراء السينمائيين مع بداية القرن الحالي.²³

و لكن السينما العالمية التي تسعى دائماً إلى الريادة في كل ما هو جديد، قامت مؤخراً بتطوير مجال العرض ثلاثي الأبعاد. و بالاستعانة ببعض الخبراء في مجال التقنية الرقمية، استطاعت أن تتوصل إلى شاشات عرض للأفلام المجسمة دون الحاجة لارتداء نظارات. و ذلك باستخدام طريقة تصوير الأفلام التي تتم عبر 12 كاميرا خاصة، لكل منها بعد معين في النقاط الصورة. الأمر الذي قد يساعد في رد سيل الانتقاد الموجه لسينما الأبعاد الثلاثية، و العمل على تطوير هذا الاتجاه ليلعب مستويات عالية من الدقة و الإبهار فتقنية Imax الجديدة على سبيل المثال، تعمل بالأبعاد الخماسية حيث تضيف بعدين آخرين تتيح من خلالها تحريك المقاعد، و مزج الروائح و الأبخرة و إحداث طاقة الرياح، مضيئة مزيداً من الواقعية على عملية المشاهدة.

رهان المنافسة بين القنوات التلفزيونية

تميز تطور البرامج و البرمجة في التلفزيونات في كل دول أوروبا باشتداد المنافسة. المنافسة بين التلفزيونات التجارية و التلفزيونات العمومية، و المنافسة بين التلفزيونات «القديمة» و التلفزيونات الجديدة (الهترزية و الكابلية)، منافسة التلفزيونات التجارية لبعضها البعض، و حتى المنافسة بين التلفزيونات العمومية في بعض الأحيان.

نستطيع أن نميز في أوروبا بين نموذجين من التلفزيونات حسب تصنيف الباحث «برنار غيو» Bernard guillo (المجامل) و يضم تلفزيونات: فرنسا، إيطاليا. يسمح غياب المنافسة بين التلفزيونات الكبرى في النموذج الأول بتنوع الاجناس التلفزيونية، خاصة أثناء زمن الذروة (prime time)، أما في النموذج الثاني في الفرصة تمنح للتأكد من صحة القول المأثور: (كلما ازداد عدد القنوات التلفزيونية قلت فرص الاختبار) حيث أن الحصص التلفزيونية الترفيهية هي وحدها التي تبرمج في الساعات التي تحظى بالإقبال الواسع على المشاهدة في التلفزيونات التجارية على الأقل. و تحاول التلفزيونات العمومية المحافظة على برمجة أكثر انفتاحاً.²⁴

إن تمديد الوقت المخصص للأفلام تم بنسبة الزيادة في مدة البث التلفزيوني. فالحاجة للقصاص (المحكىة) أخذت حجماً هائلاً. و لتأكيد ذلك نستعين ببعض الإحصائيات الدالة على الوضع في فرنسا: بثت القنوات الثلاث ذات الخدمة العمومية أقل من 2500 ساعة من الأفلام و المسلسلات سنة 1986، و بثت القنوات الخمس (tf1، a2، و fr3، و m6، و القناة الخامسة) 12 ألف ساعة (لقد ازدادت الأفلام هي الأخرى ولكن بوتيرة أقل، حيث قفزت من 918 ساعة في القنوات التلفزيونية الثلاث إلى 1453 ساعة في القنوات الخمس). فأمام هذا الواقع ازداد الاعتماد على الأفلام الأجنبية

(الأمريكية على وجه التحديد)، فحسب الدراسة التي أعدها المعهد الوطني للسمعي - البصري (ina) مثلت الأفلام الأجنبية ثلاثة أرباع الأفلام التي بثتها القنوات التلفزيونية المذكورة في سنة 1990. هناك طريقة أخرى لتغذية القنوات التلفزيونية بالأفلام و تتمثل في رفع عدد الأفلام التي يعاد بثها، فحسب ذات الدراسة، بلغت ثلثي الأفلام المبثّة. حقيقة أن الأفلام الفرنسية الجديدة (التي تحظى بنسبة كبيرة من المشاهدة) بقيت محتقطة بنفس القدر من ساعات البث، لكن حصتها النسبية من مدة البث قد انخفضت.

إن تمديد مدة البث، حيث أصبحت تغطي الساعات التي تعرف نسبا متغيرة من عدد المشاهدين، أدى إلى ربط منح الإمكانيات المالية لخصص التلفزيون بأهمية جمهورها المحتمل. لقد تم حساب كلفة البرنامج التلفزيوني بالنظر إلى عدد مشاهديه (أي تقسيم كلفة إنجازه و بثه على عدد المشاهدين)، و هذا حتى يتسنى تخصيص الاستثمارات الهائلة لساعات الإقبال الكبرى على المشاهدة، و للأوقات الإستراتيجية: مثل الزمن الذي يسبق ذروة المشاهدة (access prime time).

25

تختلف تكاليف كل حصة تلفزيونية عن الأخرى، فحسب النموذج الفرنسي، إن تكاليف ساعة حصة تلفزيونية تجري في الركح (البلاطو - plateau) و بديكور ثابت (حوار أو ألعاب قديمة: الحصة الأدبية المعنوية ب (apostrophe)، و حصة ألعاب و أرقام، تبلغ ما بين 100 ألف و 5 ملايين فرنك فرنسي الساعة. و يرفع هذا المبلغ بالنسبة للأفلام الجديدة التي تبث لأول مرة، و بالنسبة لنقل المباريات الرياضية الفاخرة و الفاتحة. و غني عن القول أن التلفزيونات التجارية تسعى لاسترجاع ما استثمرته من أموال في الأفلام الجديدة أو في نقل المباريات الرياضية، فتحسب الكلفة الإجمالية لكل حصة تلفزيونية بما جنته من عائدات الإشهار - الإعلان - و حتى أن التلفزيونات العمومية تعتقد، الجملة من الاعتبارات، بعضها يختلف عن الاعتبارات السالفة، أن من خصائص التسيير الجيد للتلفزيون هو تخصيص مبالغ معتبرة للخصص التي تبث في ذروة المشاهدة.

خاتمة

تنتمي البرمجة إلى الفن أكثر من التقنية، في سوق مجزأة و عرضة لتعددية الاختيار الذي تقدمه التلفزيونات الكابلية، و الفيديو المنزلي: لا يمكن أبدا أن نتنبأ، بسهولة، بأذواق و عادات الجمهور. فالمشاهدون الذين «تحرروا» من استبداد الشركات التلفزيونية أصبحوا ينتقلون بخفة و سرعة من قناة تلفزيونية إلى أخرى، تاركين الحصص التلفزيونية التي لا تثير اهتمامهم في تلك الآونة. فالشركات التلفزيونية: abc، و cbs، و nbc لم يعد لها أي وزن بالنسبة للشباب أمام شبكات التلفزيون الكابلي: espn (للرياضة)، usa (الخاصة بمختلف أشكال الترفيه)، و hbo (السينما). و مع بداية الثمانينيات شهد التلفزيون تغييرا جذريا حيث انتقل من حالة طاوله الضيافة إلى الحصص التلفزيونية حسب الطلب.²⁶ ناقش مدراء التلفزيونات الأمريكية و الأوروبية في الندوة المنعقدة ببرشلونة في 1988 أشكال البرمجة التي يجب تطبيقها في التسعينات، و اتفق الجميع على أنه يجب الأخذ بعين الاعتبار أداة التحكم عن بعد في التلفزة la télécommande في المستقبل: تقديم البرامج التي لا تسمح للجمهور بالمواربة، فيغادرها لمشاهدة حصص أخرى. يجب تفضيل المسلسلات التي تمتد على أكثر من حلقة حسب هؤلاء المسيرين - التي تشد المشاهد أكثر و تساهم في تعويده و مؤلفته - الأفلام، و الحصص الرياضية، و الحصص الفنية، و كذا الأفلام الوثائقية التي تجذب جمهورا و فيا رغم أنه محدود. و تبدو هذه الوضعية مخرجا سعيدا للتلفزيون العمومي.

رغم ما تكتسبه شبكة التلفزيون من أهمية فإنها ظلت تمثل الجانب المجهول في نشاط التلفزيون، فباستثناء المبرمجين ذاتهم، لا يوجد سوى رؤساء تحرير المجالات الذين يعرفونها حقاً. أما المشاهدون فإنهم يتابعون برامجهم الخاصة بما يسمح به وقتهم دون أن يسألوا لماذا بثت هذه الحصة التلفزيونية أو تلك في هذا الوقت أو ذاك. فبناء شبكة البرامج تكون حسب الأنواع التلفزيونية و متطلبات الجمهور و ما ينتظره منها. فبرامج الظهر تستهدف النساء الماكثات في البيوت . الشيء نفسه بالنسبة للحصص التلفزيونية التي تتحاشى استعراض العنف و الجنس عندما يكون الأطفال أمام الشاشة الصغيرة. و بالمقابل يقوم المبرمجون باهتمام بالغ لحيز زمن الذروة حتى يجذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين، فيتم عرض الأفلام السينمائية و التلفزيونية، و المقابلات الرياضية و المنوعات.

المراجع باللغة الأجنبية :

- 1 - Alberto ABRUZZESE, la splendeur de la télévision, Ed L'harmattan, France, septembre 2006.
- 2 - Benoit DANARS, Rémy le champion, les programmes audiovisuels, Ed la Decouvert, France 2005 .
- 3 - Bentit Danard et Rémy le champion, les programmes audiovisuel, Ed La découverte, France 2005 .
- 4 - Bignell.J, Television and Genre : in an Introduction to télévision studies, routledge, london, 2005 .
- 5 - Cécile MEADEL, Quantifier le publique, Ed Economica, paris, 2010 .
- 6 - Daniel Boudet, Télévision Numérique et Haute Définition, rapport établi à la demande du Premier Ministre Français, Octobre 2004
- 7 - Denise D, Bielby and C. Lee Harrington, Global TV Ed Newyork university press, 2008 .
- 8 - Francis Gutheben, Scandales à France Télévisions, Ed Gawewitch, France, 2009 .
- 9 - Hélène Risser, l'audimat à mort, Ed du seuil, France, mars 2004 .
- 10 - Janathan BIGNNELL, An introduction to television studies, Ed, Routledge, London, 2004 .
- 11 - Jacques chancel, dictionnaire amoureux des télévision, Ed Plan, France, octobre 2011.
- 12 - Janet walsko, accompagnions to télévision, ED Blackwell, United Kingdom, 2005.
- 13 - laurent TONNET, La programmation d_une chaine de télévision, Ed DESS communication, Paris 2007.
- 14 - Marc Endeweld, France télévision, ED Flammarion, France, 2010 .
- 15 - Mohamed Meziane, La communication et les nouvelles techniques de l'information, Ed El-Ayam, Alger,1999
- 16 - PAOLO Taggi, Morfologia dei format televisivi, come si fabbricano I programmi di successo, Roma, Rai, Eri, 2007
- 17- PAOLO Taggi, II DNA dei programmi TV come scivere e leggere l'intrattenimento TV Roma, Dino Audino Editore, 2008,
- 18 - Pierre Moeglin et Gaétan Tremblay, l'avenir de la télévision généraliste l'Harmattan, France, 2005 .
- 19 - Robert C. Allen and Annette Hill, The television studies reader, Ed Rout ledge, London , 2004
- 20 - <http://FV.TV.yahoo.com/news/publicité%20COMBIEN%20BBTE-spot-diffus%20AG-pendant-super-Boul.100053021.html> Samedi 02 février 2012 à 11h 45 .

المراجع باللغة العربية :

- 1 - بولو تاجي، صندوق الأصناف البرمجية، ترجمة، سيموني سيبيليو و فاتن فرادي، كوبيام، روما 2008 .
- 2 - جان نويل ديبي، التلفزيون جسر افتراضي فوق المتوسط بين الشعوب و الثقافات، منشورات زرياب، الجزائر، 2003 .
- 3 - جون نويل ديبي، التلفزيون العمومي في عهد الرقمي، الندوة الدولية لوسائل الإعلام السمعية- البصرية: عوامل للحوار والسلام في عرض البحر الأبيض المتوسط، أبريل 2002 .

- 4 - جوناثان بجنيل و جيريمي أورليبار، ترجمة عبد الحكيم أحمد خزامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2007 .
- 5 - حسن عماد مكاي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993 .
- 6 - طارق سيد أحمد الخليفي: فن الكتابة الإذاعية و التلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، مصر 2005. يوسف مرزوق: فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1988 .
- 7 - فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2003 .
- 8 - مريم ملا، كيف تناولت السينما العالمية أصداء الثورة الرقمية، مجلة دبي الثقافية، العدد 68 ديسمبر 2010 .
- 9 - نصر الدين العياضي، فن البرمجة و إعداد الخارطة البرمجية في القنوات التلفزيونية العربية، سلسلة بحوث و دراسات إذاعية، تونس، 2007 .
- 10 - نصر الدين العياضي، التلفزيون، البرمجة، المشاهدة، منشورات وزارة الثقافة، دمشق، 1998 -11 عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال، إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي مصر، 1995 .
- 12 - عبد المجيد شكري: تكنولوجيا الاتصال، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996

التهميش :

- 1- بولو تاجي، صندوق الأصناف البرمجية، ترجمة، سيموني سيبيليو و فاتن فرادي، كوبيام، روما، 2008، ص 3
- 2- نصر الدين العياضي، فن البرمجة و إعداد الخارطة البرمجية في القنوات التلفزيونية العربية، سلسلة بحوث و دراسات إذاعية، تونس، 2007، ص 11
- 3- بولو تاجي، مرجع سابق، ص 4
- 4- بولو تاجي، مرجع سابق، ص 5
- 5- بولو تاجي، مرجع سابق، ص 6
- 6- جان نويل ديبي، التلفزيون جسر افتراضي فوق المتوسط بين الشعوب و الثقافات، منشورات زرياب، الجزائر، 2003، ص 45
- 7- جوناثان بجنيل و جيريمي أورليبار، ترجمة عبد الحكيم أحمد خزامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2007، ص 263.
- 8- عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال، دار الفكر العربي، مصر 1996، ص 143.
- 9- مريم ملا، كيف تناولت السينما العالمية أصداء الثورة الرقمية، مجلة دبي الثقافية، العدد 68 ديسمبر 2010، ص 54
- 10- مريم ملا، مرجع سابق، ص 56.
- 11- نصر الدين العياضي، التلفزيون، البرمجة، المشاهدة، مرجع سابق، ص 16
- 12- نصر الدين العياضي، التلفزيون، البرمجة، المشاهدة، مرجع سابق، ص 24
- 13- نصر الدين العياضي، التلفزيون، البرمجة، المشاهدة، مرجع سابق، ص 13
- 14- نصر الدين العياضي، التلفزيون، البرمجة، المشاهدة، مرجع سابق، ص 33
- 15- نصر الدين العياضي، التلفزيون، البرمجة، المشاهدة، مرجع سابق، ص 35
- 16- نصر الدين العياضي، التلفزيون، البرمجة، المشاهدة، مرجع سابق، ص 63.
- 17- نصر الدين العياضي، فن البرمجة و إعداد الخارطة البرمجية، مرجع سابق، ص 64.

- 18- نصر الدين العياضي، مرجع سابق، ص 13.
- 19- نصر الدين العياضي، مرجع سابق، ص 17.
- 20- نصر الدين العياضي، مرجع سابق، ص 61.
- 21- نصر الدين العياضي، مرجع سابق، ص 65
- 22- Alain le Diberder et Nathalie Coste-Cerdan, l'art de la grill
- 23- Mohamed Meziane, La communication et les nouvelles techniques de l'information, Ed El-Ayam, Alger,1999,p 53
- 24- PAOLO Taggi, II DNA dei programmi TV come scivere e leggere
- 25- l'intrattenimento TV Roma, Dino Audino Editore, 2008, p 7
- 26- PAOLO Taggi, Morfologia dei format televisivi, come si fabbricano I programmi di successo, Roma, Rai, Eri, 2007, p 5
- 27- نصر الدين العياضي، التلفزيون، البرمجة، المشاهدة، مرجع سابق، ص 23
- 28- لمعرفة المزيد حول الأصناف البرمجية، راجع مؤلف بولو تاجي، صندوق الأصناف البرمجية.
- 29- نصر الدين العياضي، التلفزيون، البرمجة، المشاهدة، منشورات وزارة الثقافة، دمشق، 1998، ص 4