

مقياس البرمجة

محاضرات

موجهة إلى طلبة السنة الأولى ماستر

تخصص: سمعي بصري

إعداد الأستاذة: سي يوسف

تقديم:

ينصبّ 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 وتبعاً لذلك أن نسلط الضوء على المؤسسات الإعلامية الجزائرية، من حيث مدى توظيف، مساهمة 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 وال فقرات والمحتويات مهما كانت طبيعتها، مصادرها وأنواعها والموجهة للجمهور المشاهد عبر شاشات التلفزيون المختلفة.

المحاضرة الأولى:

يرى المختصون في الميدان الإعلامي وبالخصوص في الحقل السمعي البصري وكذا الباحثون المهتمون، أنّ عالم الشاشة اليوم وماطراً 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 برمجة كانت (jacques mousseau,1996,p73)

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

- ما طبيعة هذه المواد؟
 - ما هو محتواها ومضمونها؟
 - ماهي الخصائص التي تجسدها؟
 - ماهي القواعد التي تخضع لها؟
 - ماهي الأوقات التي تبثّ 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 متجانساً، وإنّما هو جمهور ينقسم في طياته إلى فئات تتسم 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؟

ماهية البرمجة

لم تعد البرمجة كما في السابق مجرد 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 صارمة (Laurent fonnet, 2010, p13)

نعم فإنّ البرمجة فنّ قائم على تسويق المنتجات 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 مروراً بمراحل سير آراء المشاهدين إحدى العوامل الأساسية والهامة التي تحدّد الكيفية التي تنسج بها شبكة البرامج من خلال ضبط لمواعيد محدّدة للجمهور المشاهد.

فما 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 المبتوثة، 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 طبعاً يصبو إلى برمجة محكمة مبنية على أسس وتخطيط سليم ولديه رغبة في إحداث التأثير في سلوك المشاهد إزاء الفقرات البرمجية؟ (Jérôme BURTIN, 2004, P1)

بمعنى آخر: هل أصبح المبرمج كما في السابق قادراً على أن يجعل المشاهد ينتظر بشغف ويشاهد بل ويتابع البرامج رغم أنها لا تنسجم مع توجهاته؟ سؤال يدفعنا إلى القيام بدراسات ميدانية نتقرب 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 أيضاً على بعض النجاحات التي تمّ تحقيقها مع سياسة الانفتاح، أضحت تعدد الرغبات لدى الجمهور المشاهد أمر واد، 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، أيضاً أضحت من الأجدر التساؤل عن طبيعة السياسة البرمجية التي تنتهجها مختلف القنوات التلفزيونية، خاصة أنها مسؤولة عن وظائف ومهام استراتيجية تتمثل في المحتويات البرمجية وفي كيفية برمجتها.

(عبد الرزاق الزاهر، 2011، ص6)

وانطلاقاً مما سبق، نطرح السؤال الآتي:

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

نؤكد وفي ظل التطور الذي تشهده القنوات التي تحوي على باقات ضاعفت من خلالها العرض البرامجي، أننا 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- شخصية المبرمج.

3- أسس بناء شبكة البرامج.

4- الجمهور المشاهد.

5- طرق القياس.

كلها أمور واردة وضرورية من أجل برمجة محكمة مبنية على أسس ومهام خالصة للتلفزيون،
تمكّنا 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 شتى المجالات. هذا
بدوره يتطلب استحداث شبكة البرامج وإخضاعها إلى عملية القياس مع توظيف تقنيات
محدّدة، نستطيع حينئذ خوض المنافسة الجادّة والجريئة بين القنوات وسيتغيّر مفهوم البرمجة
الذي كان يعدّ في السابق مجرد جمع لأكثر عدد ممكن من المشاهدين.

وفي هذا السياق، فإننا نطمح 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، ص9)
نشير أيضا، وبالرغم من القفزة النوعية فيما يخصّ زيادة عدد البرامج والتنوّع الحاصل في
محتواها 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 متعدّدة، انعكست في فحواها
على مفهوم البرمجة التي لا بدّ أن تتماشى طبعاً مع طبيعة البرامج من حيث الوفرة والندرة، ممّا
يدفعنا للتساؤل عن الكيفية التي يجب أن تكون وفقها البرمجة، أخذنا بعين الاعتبار الوظائف
المنوطة بالمشرفين على عملية البرمجة. فالبرمجة لا تأتي من العدم وإنما بناء على أرضية صلبة
ومحدّدة (المرجع نفسه ص14).

سؤال آخر يصبّ في نفس المحتوى السابق وهو:

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

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

نحن وتبعاً لذلك، فإننا نتساءل عن مكن الخلل؟ هل أن المرسل هو الذي يقف وراء ظاهرة نفور الجمهور؟ أم أنّ الجمهور المشاهد هو المخطئ، كونه لا يؤسس نقده على معطيات علمية وموضوعية؟ (المرجع نفسه، ص 15).

فإذا كان الجمهور هو الذي يتحكم في التطور الحالي للبرمجة، فإنّ المشرفون على عملية البرمجة قد أدركوا أنّ مكن الخلل ليس في المتلقي بل في أسس العمل التي يؤسسونها لها، فالمتلقي يتوفر على رغبات متعدّدة ولا بدّ من إدراكها من خلال عملية القياس والتّسبّر للمشاهدين، إذ يعتبر الجمهور المعيار الحقيقي الذي يمكن من خلاله الحكم على مصداقية القناة من عدمها وإذا حكم الجمهور على القناة بالموت، فإنّها حتماً 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 الملحة على النحو الآتي:

- 1- ماهي 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 البرمجية؟
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؟

المحاضرة الثانية:

طبيعة عملية البرمجة في التلفزيون الجزائري:

البرمجة تسيير للفضاء الزمني للتدقق:

يصنّف (Bernard miége) في مؤلفه Médias et communication

"التلفزيون" حسب نموذج التدقق، بمعنى أن التلفزيون ينتمي إلى ثقافة التدقق.

فماذا نعني بالتدقق؟

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

ولقد عبّر الباحثون الأوائل في الاتصال على أنّ "التدقق عبارة عن ثقافة حقيقية،

أصبحت إعلامية، تحوي الهويات كما الثقافات (Idem, p40)

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

فإذا كان التدقق بهذا الشكل، فماذا نعني بالبرمجة؟

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

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

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 يلتبس 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 البرمجية، كما تعني أيض الرجوع اللامتناهي إلى هذه المواد والتذكير إلى غاية التذكير بالتذكير" (idem , p7)

هو تعريف يرحح وكما أشرنا إلى ذلك في السابق أنّ البرمجة هي تسيير للفضاء الزمني لثقافة التدفق.

فإذا كان هذا هو تعريف البرمجة، فماذا عن البرنامج؟

البرنامج والبرمجة:

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

(Jacques mousseau, 1996, p74)

كذلك يعرف (Alain leDiberder) البرنامج بأنه "مجموعة من الأعمال التي تمرّ عبر القناة

الإذاعية أو التلفزيونية خلال زمن معين" (Alain le Diberder et Nathalie coste,1988, p3)

فالبرنامج وحسب هذه التعاريف يعني المادة، الفقرة أو المنتج مهما كان نوعه وخصائصه التي تميزه عن بقية البرامج الأخرى.

وإذا أجرينا مقارنة بين البرنامج والبرمجة، "فالبرمجة هي عبارة عن ملء ساعات البثّ اليومي من أجل جمهور ملتقط" (jacques mousseau,1996,p75)

هذا الجمهور الذي يمكن للمشرف على عملية البرمجة أن يلتقطه في أي لحظة زمنية وبناء على الحنكة، المهارة وسعة خياله.

وفي هذا السياق، عبّر (Pierre wichun) عن البرمجة من خلال تعريفه لها "إنّها ربط بين البرامج 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 بثّه خلال ساعة زمنية محدّدة (jacques notaise et jean Barda,1996,p707)

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

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

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 البرمجية، فإنّ الجمهور سوف يتفاعل مع المحتوى البرمجي الذي يترجم عاداته وتطلعاته.

وفي هذا يشير "Jean cazeneuve" إلى أنّ البرمجة فن حيوي يغزو أجزاء السوق، لهذا

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

(Jean cazeneuve, 1992, p84)

أيضا فإنّ (Alexandre Michelin) يرى " بأنّ البرمجة تعني مغامرة جماعية تجمع بين أشخاص لهم أفكار ويتقاسمون قيما ويحاولون أن يكونوا على علاقة بمجموعة أكثر

عددا: إنه الجمهور" (Idem, p85)

وبذلك فإنّ البرمجة السليمة لا بدّ عليها أن تنتبه إلى ما يريده هذا الجمهور.

وفي نفس السياق يقول (Jean Charles paracuellos): "إنّ البرمجة عبارة عن فنّ دقيق

قائم على العلاقة المعقدة التي تحقّق بين الموزعين والجمهور، فنّ التوازن، فنّ التنظيم الذي ينشأ مرة واحدة عن التسويق باقتراح ما يتمناه الجمهور".

(Jean Charles paracuellos, 1993, p6)

كذلك يشير (Etienne mougeotte) إلى " أنّ البرمجة تشمل على عن أفضل تلاؤم بين

البرامج وحضور الجمهور المحتمل خلال وقت معين" (David taras., p187)

البرمجة فن حاذق ومخيب

البرمجة فنّ يجمع بين الإبداع والغرابة في آن واحد، فالمبرمج يعمل وفق إبداعه وسعة خياله على التأقلم قدر الإمكان مع الجمهور المشاهد تبعاً لحاجياته المتغيرة وتبعاً لأساليب العمل المتوفرة وأخذاً بعين الاعتبار المنافسة الحادة للقنوات من جهة، ولكن وفي ذات الوقت فإنّ البرمجة فنّ مخيب، ذلك راجع إلى أنّ مختلف شبكات البرامج تتشابه بهذا القدر أو ذاك بل وتتطابق محتوياتها، ممّا يجعل منها قنوات متطابقة في نسخة واحدة. هكذا فإنّ تضاعف وتعدّد قنوات البثّ أدّى إلى تنوع وتعدّد إمكانيات انتقاء برامج ومحتويات متنوعة، ولكن فإنّ معظم هذه البرامج محدودة جداً نظراً لعدم تباينها واختلافها من ناحية الشكل والمحتوى.

البرمجة تقنية تترجم سياسة افتتاحية خاصة بالوسيلة:

أهمية قصوى تكتسيها عملية البرمجة لمختلف المنتوجات والبرامج والمواد في الشبكة البرمجية، هذا ما جعل البعض من الباحثين يفكر بل ويدرج تلقين البرمجة كمقياس ضروري في المدارس والمعاهد والجامعات على شاكلة الولايات المتحدة الأمريكية التي أولت اهتماماً بها. إنّ هذه الأهمية نابعة من أنّ البرمجة تترجم السياسة الافتتاحية الخاصة بالقناة على حدّ تعبير (jacques mousseau) بقوله: "إنّ عملية البرمجة تعني إعداد، صياغة، تخطيط لشبكة برامج على المدى القصير، المتوسط والبعيد وهي طبعاً 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 يتمّ وضعه حيّز التنفيذ من قبل المصالح المعنية بالبرمجة.

(Jacques 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 توجه القناة.

كذلك يضيف (Jacques mousseau) بقوله "تتضمن البرمجة قواعد صالحة لجميع

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.

البرمجة جانب خفي 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 بثها على الجمهور، وإنما تكمن في إدراك رغبات وأذواق وتوجهات 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 تمتّ 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.

كلها 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.

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، ببناء شكلا ومضمونا؟

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

لهذا، فإننا نجد أن 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 برمجية ببناء، ذلك أن هؤلاء المبرمجين بمثابة نجوم قادرين على المزج بين مختلف التقنيات، مستخدمين في ذلك التجربة والخبرة في إنجاز شبكة برمجية محكمة.

وفي السياق يقول: (Alain Le Diberder et Nathalie Coste) "إن المبرمجين ذوي

الخبرة قليلو العدد، ذلك لأنهم أخصائيون تتنافس الشركات التلفزيونية على توظيفهم والاستفادة من خدماتهم.

إنهم بالفعل قادرون على المزج الغريب والعجيب بين مختلف التقنيات من أجل بناء شبكة

برامجية بناءة (Alain Le diberder, 1988, p59)

المبرمج وراء بناء شبكة البرامج:

يعدّ 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 بدّ عليه 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. إنهم وراء كل فيلم، مسلسل، منوعات أو فاصل موسيقي يعرض على الشاشة. إنهم بمثابة رسامين، فنانيين لأيّ شبكة برامج، يشاركون في رسم سياسة القناة وفي شراء البرامج وفي توجيه استثمارات الإنتاج، لكنهم قبل كل شيء تقنيون واستراتيجيون في تنسيق البرامج ووضع شبكة يومية تحقق أهداف القناة وتتبّع سياستها. (نصر الدين لعياضي، 1998، ص4)

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

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

احتكار المبرمج لعملية إنتاج وبث البرامج:

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

وفي هذا السياق، فإنّ (Jacques mousseau) يرى " إنّه من غير المعقول أن تكون أنشطة البرامج والإنتاج منفصلة، كما هو الحال خلال عشرات السنين الفارطة، إذ يحتكر المبرمج في القناة (إنتاج وبث 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.

المبرمج عبقرى أمام ندرة البرامج:

انطلاقاً من الندرة التي تشهدها مختلف الشبكات البرمجية، نظراً لتطابق وانسجام هذه الشبكات فيما بينها وبكيفية متماثلة تماماً، وجب على المبرمج أن يبرهن عن شخصيته الفدّة وعن موهبته وسعة خياله في إدراك واستدراك هذه الندرة من أجل تدارك هذا العجز في تصميم الشبكة البرمجية رغم العراقيل المفروضة والتي من أهمها المنافسة الشرسة لجلّ القنوات التي تضاعف عددها وتضاعفت باقات برامجهما.

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

" هل يجب بذل المزيد من الجهود والتعب حتى نسدّ رمق الشاشات الصغيرة عبر شراء المسلسلات وزيادة برامج الرّكح(البلاطو) وجرائد مصوّرة وروبورتاجات وألعاب والتي تملك ميزتين: أنها أقلّ كلفة وسريعة الإنجاز؟ فكثيرا ما تستخدم الشبكات التلفزيونية سواء الكبرى أو الصغرى هذه الأسلحة في البرمجة" (نصر الدين لعياضي، مرجع سابق، ص45)

المبرمج في مواجهة المنافسة

أمام تعدّد قنوات البثّ التلفزيوني، تعاظمت مهام المبرمج وتعددت، 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 برمجية، يستطيع من خلالها المبرمج بث برامج منافسة في الوقت المناسب لها وبالنظر إلى ما تبثّه القنوات التلفزيونية المنافسة.

هكذا يتسنى 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 المسير الذي يبحث عن عدّة فرق في آن واحد"

(Jacques mousseau, op.cit, p80)

إنّها مهمة صعبة ومعقّدة على حدّ تعبير (Bob Mullan) "أصبحت مهمة المبرمج (Scheduler) تعني التفكير بدهاء وحيلة، ضرورة التفوق على منافسيه في وقت زادت فيه أهمية تطوير والحفاظ على الوفاء للقناة والبرنامج" (Bob Mullan, 1997, p65)

المبرمج همزة وصل بين القناة 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، مستخدماً في ذلك نفوذه وسلطته كقائد ومشرف على الشبكة البرمجية.

وكما يقول الأستاذ نصر الدين لعياضي في هذا السياق: "كل هذا العناد يستخره 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، ص 64)

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

"لقد تحوّل المبرمج من ناحية كونه لم يعد منسّقاً بين الحصص المنتجة من طرف وحدات البرامج، ولكن أصبح في استمرارية محل استماع إلى ميولات الجمهور... إنّه الشخص الذي يطلب من المنتجين حصصاً تهتمّ أكبر عدد منهم" (Daniel Leboeuf, op.cit ,p10)

ويشير أيضاً (Hervé Bourges) "لقد فقد المنتجون والمخرجون والصحفيون السلطة

التي كانوا يملكونها من قبل والتي كانت تتمثل في اختيار الموظفين وتميرير الطلبات، أما يخص المبرمج، فوظيفته أساسية ذلك أنّه يساهم في تسبيق ما ينتظره الجمهور، وهذا هو الجانب الإبداعي" (Hervé Bourges, 1993, p38).

هكذا يعدّ 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 يقول (Monique Dargaud): "ولكن أيضا، الإجابة على أسئلة جوهرية: في أيّ غرفة

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

(Monique Dagnaud, 1986, p29)

على هذا الأساس، فإنّ مهمة المبرمج تكمن في معرفة رغبات الجمهور وتقديم البرامج بشكل جذاب، تتوضّح من خلالها براعة المبرمج، وهذا طبعا يستدعي حسن التنظيم المحكم للبرامج، ذلك أنّ البرمجة تهدف في فحواها إلى تحقيق الترفيه عن الجمهور بمختلف أطرافه 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 برنامج... (Daney Serge et Frank Eskenazi, 1986, p28)"

المحاضرة الرابعة:

نتائج قياس المشاهدة أساس البرمجة وهدفها:

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 المتبني، تتحقّق الأهداف المتوخّاة والتي تتمثل فيما يلي:

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

– شدّ انتباه الجمهور لأكثر مساحة زمنية ممكنة.

هكذا، سيتّضح لنا ومن خلال دراسات ميدانية، نقترّب 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 برمجية 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 المناسبة والتي من شأنها تجلب الجمهور المشاهد أيضا.

2- أما لبلوغ الهدف الثاني، أي شدّ انتباه الجمهور لأطول فترة زمنية ممكنة، فإنّ المختصّون في مجال البرمجة، يرون أنّ الاعتماد على عنصر الإيقاع مهمّ جداً، من أجل جلب المشاهدين لمتابعة البرامج القصيرة، أيضاً الاعتناء باللحظات الموسيقية المصاحبة للإعلان عن برامج الحصص والمسلسلات، وغيرها من الفقرات والتي تعدّ بمثابة مواعيد للجمهور، ومن شأن ذلك الحصول على مشاهدة جماهيرية واسعة ولأكبر مساحة زمنية ممكنة (Idem,p52)

السؤال الذي يطرح في هذا السياق هو:

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

فالجمهور المشاهد، يعدّ جدّ مهم في بناء الشبكة البرمجية بما تحويه من فقرات وبرامج، ومن ثمّ تبدو أهمية قياس مشاهدة الجمهور للبرامج وبعتماد تقنيات محدّدة.

أهمية قياس المشاهدة:

يرى الباحث (Jean pierre esquenazi) "إنّ الجمهور لا يمكن تجاهله، فهو مركز

اهتمام 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

يصنّفه البعض الآخر في خانة المواطن (Jean Pierre Esquenazi,1995,p9)

وفي هذا السياق، تنطبق المقولة والتي فحواها: "قل لي ماهي برامجك، أقول لك من يسمعك أو يشاهدك"

كذلك يؤكد (Bruno Délécour) على أهمية الجمهور في عملية البرمجة وأهمية قياس

المشاهدة وبعتماد 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 أن 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 تتخذ من نتائج القياس قاعدة أساسية لصياغة شبكة برامجية ناجحة وبناءة.

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 وتيقظها لحاجاته المتغيرة حتى يتسنى للمبرمج معرفة الشرائح التي يوجه إليها برامجهم من أجل إحداث التأثير المطلوب في الوقت المناسب لإدراج أيّ برنامج في المساحة الزمنية المحددة وليس في مساحة زمنية أخرى دون الاعتماد على مجرد التقدير، ممّا يخدم القناة والجمهور على حدّ سواء.

سؤال آخر نظرحه وبالحاح، 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 وقيّد المعنيين؟

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 السمعي البصري في المجهول.

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

(Rémy Le Champion et Benoit Danard, 2000, p20)

شبكة البرامج:

تعنى البرمجة أساسا بعملية تنظيم شبكة البرامج وفقا لاتجاهات الجمهور المتغيرة في شبكة البرامج ومجمل الفقرات، ووضعها في مساحات زمنية مناسبة وبطريقة متلائمة مع طبيعة الجمهور المتواجد أمام الشاشة.

وتبعاً لما ستسفر عنه عملية اختيار المواضيع، يتم صياغة شبكة برامجية متناسقة والاقتراب بها أكثر من الجمهور المستهدف (Laurent Fonnet, 2010, p12)

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 البرامجية.

وهذا طبعاً يختلف من قناة لأخرى: من قناة مجانية إلى قناة مدفوعة (الاشتراك) والتي تشهد مشاهدة ومتابعة مستمرة (Idem,p13)

ونظراً لهذه الأهمية القصوى التي يكتسبها قياس المشاهدة للبرامج، نطرح السؤال التالي:

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

أساليب قياس المشاهدة:

كان القياس سابقاً يتمثل في توجيه الأسئلة بواسطة الهاتف، أو من خلال النزول إلى الشارع لمعرفة ماهية البرامج التي شاهدها الجمهور خلال السهرة؟ أو التي يودّ مشاهدتها؟ ولكن هي وسائل تتسم نتائجها بالبطيء وعدم الدقة، إلا أنه ظهر جهاز (Audimétrie) لقياس المشاهدة.

وعموماً هناك أسلوبين لقياس المشاهدة هما:

1- أسلوب العودة إلى التذكر:

ويتمثل هذا الأسلوب في أنّ الشخص المستجوب يقوم برسم استماعه لمدة يوم أو ليلة كاملة لمحقق يكون قد اتصل به هاتفياً أو التقى به أو تسجيل ذلك خلال فترة زمنية على دفتر خاص أو شبكة إلكترونية يمكن الاتصال بها عبر المينتال (Irep,1989,p211) إنّ هذا النوع من الأسلوب يعتمد على نوعين من السّبر:

أ- بواسطة الهاتف أو المقابلة المباشر:

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

ب- العينة البريدية:

"تتضمن المشاهدين الذين يملؤون دفتر المشاهدة أو الاستماع، حيث يتوجب الأمر توفر جهاز تلفزيون من أجل الإشارة إلى الحصص التي تمت مشاهدتها كل ربع ساعة كتابيا، إلاّ أنّه مع ظهور أنماط جديدة للتلفزيون، أضحى من الصعب استخدام هذه الطريقة، إذ يتطلب ذاكرة قوية ووقت كاف خاصة مع تعدد القنوات التلفزيونية، إلاّ أنّ الدراسات التي أجريت في هذا المجال، أسفرت على أنّ كراس الاستماع لا يقدر قيمة المشاهدة بشكل جيّد، وأنّ نتائجه تتسم بالبطيء وتطرح مشاكل في التأويل. إنّ من محاسن هذا النظام هو أنّه يسمح بقياس كمي للمشاهدة، أمّا من مساوئه البطء النسبي لعودة المعلومات وعدم دقة الإجابات (François Mariet, 1990, p223)

ج- المجموعات المركزة:

"تشمل دراسة المجموعات المركزة على تنظيم اجتماعات لجماعات من المشاهدين لهم خصائص مشتركة (السن، الجنس، الوضعية السوسيو مهنية، 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، وتمتد المبرمج بمؤشرات من أجل نجاح البرنامج قبل أو بعد بثّه.

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

د-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 يعبر بصعوبة عن رغباته ويتفاعل مع الاقتراحات لأسباب سيكولوجية وسوسيلوجية وجب فهمها من أجل تقييمها ومقارنتها ببحوث أخرى، كما يجب إعادة نفس البحوث بصفة منتظمة للتأكد من صحتها ورصد التطورات (Idem, p59)

2-القياس الأوتوماتيكي:

عرف هذا الأسلوب باسم (Audimétrie) ويقوم على آلية خفيّة، حيث أنّ أجهزة التلفزيون التي يجرى عليها التحقيق تكون مرفقة بجهاز يقوم بتسجيل وضعية المستقبل (فتح أو غلق الجهاز-القناة المتابعة) ولقد عرف هذا الأسلوب من القياس نوعين من التقنيات هما:

أ-قياس المشاهدة المنزلية:

يتمّ قياس المشاهدة المنزلية انطلاقاً من أجهزة (Audimètres) وهي عبارة عن علب إلكترونية سوداء ترافق أجهزة التلفزيون، ويقوم جهاز Audimètre بتسجيل أوقات ومدّة 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 (Jacques notaise et Jean Borda, 1996, p701)

إنّ هذه الطريقة موثوق فيها وأمينة نظرا لعدم لجوئها للتعاون مع أفراد العينة 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 المعنّين، 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.

ب- 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 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 أنّ هذا النوع من القياس يبقى الأسلوب الأكثر ثقة به، حيث تعمّمت استخدامات جهاز المانيطوسكوب وجهاز التحكم عن بعد، إذ أصبح هذا النوع من القياس ضرورياً من أجل تسجيل الاستهلاكات.

ج- قياس مشاهدة قنوات الكابل والساتلايت:

مع العدد المتزايد للقنوات الرقمية، كان لزاماً على مؤسسة (Médiamétrie) البحث عن آلة قادرة 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 إلاّ مرّة واحدة في العام وخلال ثلاثة أسابيع، الشيء الذي جعل نتائجها جزئية، وبالتالي غير أكيدة.

ومادام هذا القياس لا يأخذ بعين الاعتبار إلاّ 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 المتخصصة، يعدّ البطيء في بثّ نتائج القياس عائقاً على حدّ تعبير

(Lorraine Willems) "نقوم بوضع شبكة الدخول الاجتماعي في سبتمبر، تصلنا نتائج القياس في أبريل، بمعنى ثلاثة أشهر قبل شبكتنا الصيفية، بالنسبة لنا هذه الأرقام متأخرة، ولا يمكن استغلالها" (Karion Kresmann, 2000, p18)

د-قياس المشاهدة القائمة على الدفع:

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

ويستخدم المستثمرون في مجال البثّ القائم على الدفع، السّبر على المشتركين من أجل قياس درجة رضاهم (الاستجابات، 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)

قياس المشاهدة بين التأييد والمعارضة:

يعتبر قياس المشاهدة أرضية خصبة ومرجعا للقنوات التلفزيونية، إلا أننا 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 مشاهدةشرطة 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 المبدعين في مجال الإنتاج التلفزيوني آفة حقيقية وتبعية مرعبة لأنها تبعد مسؤولي الشركات التلفزيونية عن المعايير الحقيقية والمتمثلة في الحدس" (Laurent fonnet op.cit,p83)

إنه من الأفضل الطعن في قياس المشاهدة، لكونه يظهر المشاهد كما هو وليس كما نودّ أن يكون، ولا حتى كما يريد هو أن يكون، وأنه يجب أن ندرك أنّ المشاهدين يعبرون عن رغبة في شيء آخر، فالقياس ليس إلا 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 أننا 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 البرمجية تهيمش قياس المشاهدة، لأنها عملية قد تكون وراء نجاح أيّ قناة تلفزيونية، لكن يتسنى للمبرمجين أيضا إخضاع البحوث البرمجية للرقابة والدقة.

