

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

-قسنطينة-

كلية أصول الدين

لرقم التسلسلي:

قسم الدعوة والإعلام والاتصال

رقم التسجيل:.....

تخصّص: إعلام ثقافي

البرامج الثقافية في قناة France24 العربية

دراسة تحليلية وسيميولوجية

مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال

إشراف: أ.د. عبد الله بوجلال

عداد الطالبة: نعيمة عطوي

أعضاء لجنة المناقشة:

العضو	الصفة	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية
أبو بكر عواطي	رئيسا	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر
عبد الله بوجلال	مشرفا ومقررا	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر
جمال العيفة	عضوا	أستاذ محاضر - أ -	جامعة باجي مختار
مفيدة بلهامل	عضوا	أستاذ محاضر - أ -	جامعة الأمير عبد القادر

السنة الجامعية 2011-2012

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة الأمير عبد القادر للطب والعلوم الإسلامية

وَعَلَّمَكَ مَا لَمْ تَكُن تَعْلَمُ وَكَانَ فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكَ

عَظِيمًا

النساء الآية (113)

شكر وتقدير

يقول تعالى: " لِيَن شَكَرْتُمْ لِأَزِيدَنَّكُمْ " إبراهيم الآية 07

فالحمد والشكر لله أولا و آخر كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه على فضله
وكرمه، أن منّ علي بالنجاح، ووفقي لإنجاز هذا البحث وإتمامه.

ثم الشكر لأستاذي المشرف: الأستاذ الدكتور "عبد الله بوجلال" على نصائحه القيمة
وتوجيهاته السديدة، وتشجيعاته المحفزة التي قدّمتها لي طيلة إنجاز هذا البحث.

كما أتقدم بالشكر الخالص لكل أساتذتي الأفاضل على ما قدّموه لي من نصائح
وتوجيهات وملاحظات كانت عوناً لي وأخص بالذكر: الدكتور سمير لعرج، الدكتور جمال
العيقة، الدكتورة سهام بولوداني، الأستاذ الدكتور فضيل دليو، الدكتور نور الدين سكحال،
والأستاذة فطيمة لحياني.

كما لا أنسى أن أقدم خالص شكري وامتناني للسيد "فؤاد بوقطوف" الذي ساعدني
كثيراً في إخراج هذه المذكرة.

الإهداء

إلى من تعبّر عن شكرهما الكلمات، إلى من أهديا لي نور الحياة،
أسأل الله أن يحفظهما ويرحمهما ويطيّب ذكرهما: والدي الكريمين

إلى أحبتي: إخوتي حفظهم الله

إلى توأم روعي

إلى صديقتي العمر الجميل

إلى من سعدت برفقتهن: زميلاتي في دفعة الإعلام الثقافي 2009

إلى كل من علمني حرفا منذ طفولتي، أو كان سببا في زيادة علمي

إلى كل من تذكّرني بدعاء

أهدي ثمرة جهدي المتواضع

" إنِّي رأيت أنه لا يكتب أحد كتاباً في يومه إلا وقال في نفسه: لو
خبر هذا لكان أحسن، ولو زيد كذا لكان يستحسن، ولو قدّم هذا
لكان أفضل، ولو ترك هذا لكان أجمل، وهذا من أعظم العبر، وهو
دليل على استيلاء النقص على جملة البشر "

العماد الأصفهاني

فهرس الموضوعات

فهرس الموضوعات

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

مقدمة أ- ب

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: موضوع الدراسة:

- 1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها 2
- 2- أسباب اختيار موضوع الدراسة 4
- 3- أهدافها 5
- 4- أهمية الموضوع 5
- 5- تحديد المصطلحات 6
- 6- الدراسات السابقة 8
- 7- المقاربة النظرية المعتمدة في البحث 15

ثانياً: إجراءات الدراسة المنهجية:

- 1- منهج البحث 16
- 2- أدوات جمع البيانات 27

- 3- مجتمع البحث 28
- 4- عينة البحث 29
- 5- المجال الزمني للدراسة 34

الفصل الثاني: التلفزيون والبرامج الثقافية

- 1- التلفزيون الثقافي 36
- 1-1 مميزات التلفزيون كوسيلة ناقلة للثقافة 37
- 1-2 التلفزيون كمنتج للثقافة 38
- 2- البرامج الثقافية 43
- 1-2 خصائص البرامج الثقافية 44
- 2-2 أشكال البرامج الثقافية التلفزيونية 44
- 2-3 معايير تحرير وإنتاج المواد الثقافية في التلفزيون 52
- 2-4 القائم بالاتصال في البرامج الثقافية 55
- 3- الفضائيات 59
- 1-3 أنواع المحطات الفضائية 62
- 2-3 ملاحظات عامة حول المشهد الفضائي العربي 63
- 3-3 الآثار الإيجابية للفضائيات على المستوى الثقافي 66
- 3-4 الآثار السلبية للفضائيات على المستوى الثقافي 67
- 4- الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية 72

1-4 ملحة عن بعض الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية.....75

2-4 ملحة عن قناة France24.....80

الفصل الثالث: عرض نتائج الدراسة التحليلية

1- عرض نتائج تحليل فئة ماذا قيل؟.....84

2- عرض نتائج تحليل فئة كيف قيل؟.....169

الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة السيميولوجية

1- برنامج ثقافة: أ- موضوع الموسيقى.....205

ب- موضوع الفن التشكيلي.....218

2- برنامج فن العيش: أ- موضوع المجوهرات.....229

ب- موضوع الألبسة.....247

3- برنامج موضة: أ- موضوع الإكسسوارات.....263

ب- موضوع العطور.....281

- الاستنتاجات ومناقشة التساؤلات.....295

- الخاتمة والاقتراحات.....300

- المراجع.....302

- الملاحق

- ملخص الدراسة

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
30	أعداد العينة الزمنية ويوم بث كل عدد.....	01
86	جدول المواضيع الثقافية.....	02
110	جدول وظيفة البرامج الثقافية.....	03
124	جدول التعريف بالقيم المحايدة.....	04
124	جدول التعريف بالقيم الإيجابية.....	05
125	جدول التعريف بالقيم السلبية.....	06
126	جدول القيم الإيجابية.....	07
137	جدول القيم السلبية.....	08
148	جدول القيم المحايدة.....	09
151	جدول مصادر البرامج الثقافية.....	10
163	جدول مرجع البرامج الثقافية (أصل المحتوى).....	11
170	جدول القوالب الفنية المستخدمة في البرامج الثقافية.....	12
175	جدول اللغة المستخدمة.....	13
181	جدول الفواصل الموسيقية والمؤثرات الصوتية.....	14
190	جدول زمن المواضيع الثقافية.....	15
198	جدول الحجم الزمني المخصص للبرامج ضمن الشبكة البرمجية.....	16

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
87	المواضيع الثقافية.....	01
110	وظيفة البرامج الثقافية.....	02
127	القيم الإيجابية.....	03
137	القيم السلبية.....	04
148	القيم المحايدة.....	05
152	مصادر البرامج الثقافية.....	06
164	مرجع البرامج الثقافية (أصل المحتوى).....	07
170	القوالب الفنية المستخدمة في البرامج الثقافية.....	08
175	اللغة المستخدمة.....	09
181	الفواصل الموسيقية والمؤثرات الصوتية.....	10
192	زمن المواضيع الثقافية.....	11
198	الحجم الزمني المخصص للبرامج ضمن الشبكة البرمجية.....	12

فهرس الآيات

الصفحة	الآية	الرقم
20 الآية 273 من سورة البقرة	01
20 الآية 46 من سورة الأعراف	02
20 الآية 48 من سورة الأعراف	03
20 الآية 30 من سورة محمد	04
20 الآية 29 من سورة الفتح	05
20 الآية 41 من سورة الرحمن	06

مقدمة:

كانت الثقافة ولا زالت عنوان رقي الأمة ومرآة تتجلى فيها هُضمتها وروحها وأسلوب حياتها وميدان تنبارى فيه الأمم عامة في سبيل رفعة الإنسانية وإشاعة التفاهم بين الناس وبناء تراث الحضارة الخالد، وهي كمفهوم تحظى باهتمام جميع العلماء والباحثين والدارسين، ولو أردنا تتبع تعريف هذا المصطلح لوجدناه يزيد عن مائتي تعريفٍ مختلفٍ بسبب تطورات تاريخية عديدة.

واليوم وبفضل وسائل الإعلام انتشر حضور الثقافة الفاعل داخل وحدات المجتمع، إذ مكنت الأفراد من توعية أفكارهم المتعددة وتبادل الآراء فيما بينهم، لذا تعد تلك الوسائل الإعلامية منفذا مهما للجمهور في إغناء وتجديد معلوماتهم ومعارفهم من أجل تثقيف ذواتهم ونظرا لتلك العلاقة القوية ما بين الثقافة والإعلام وتأثيرهما على تفكير الفرد، ظهرت دراسات عديدة تناولت تلك العلاقة بغية تسليط الضوء عليها وعلى أهمية المضامين الثقافية التي تنشرها وسائل الإعلام.

ومن الطبيعي أن نجد اهتماما من قبل الفضائيات العربية بالبرامج الثقافية، أما أن نجد قنوات أجنبية تروج لمواد ثقافية لجمهور ناطق بالعربية هو ما يطرح جدلا واسعا، وعلى هذا اخترت دراسة المضامين الثقافية التي تعرضها قناة France 24، وقد وقع اختياري على هذه الأخيرة على اعتبار أن الجمهور الجزائري أكثر متابعة للقنوات الفرنسية.

احتوت الدراسة أربعة فصول عن الأول منها بالإطار المنهجي للبحث، وفيه تم تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أسباب الدراسة وأهدافها، أهمية الموضوع، مفاهيم الدراسة، الدراسات السابقة، المقاربة النظرية، منهج البحث وأدواته، مجتمع البحث، عينة البحث، وأخيرا المجال الزمني للدراسة.

أما الفصل الثاني فقد تضمن الإطار النظري للبحث، وقد جاء فيه حديث عن أهمية التلفزيون باعتباره ليس فقط ناقلا للثقافة بل منتجا لها، كما تناول هذا الفصل البرامج الثقافية في التلفزيون، أشكالها، ومعايير تحرير وإنتاج المواد الثقافية فيها، كذلك خصائص القائمين عليها، كما تعرّض لأهم الآثار الايجابية والسلبية للفضائيات على المستوى الثقافي، أخيرا وحتى يكون البحث قريبا من

صلب الموضوع أكثر تم ذكر لمحة سريعة عن بعض القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية من بينها القناة موضوع الدراسة.

أما الفصلين الأخيرين فقد خصّصا لعرض نتائج الدراسة التحليلية والسيميولوجية

حيث تناول الفصل الثالث من المذكرة الجانب الخاص بتحليل المحتوى والمتعلق بفئات الشكل والمضمون، أي فئة "ماذا قيل؟"، وقد شملت: كل من فئة الموضوع، فئة الوظيفة، فئة القيم، فئة المصدر، فئة المرجع (أصل المحتوى).

كذلك فئة "كيف قيل؟"، وقد شملت: كل من فئة القلب الفني، فئة اللغة المستعملة، فئة الفواصل الموسيقية والمؤثرات الصوتية، وفئة الزمن.

أما الفصل الرابع والأخير فقد تناول الجانب الخاص بالتحليل السيميولوجي والمتعلق بتحديد المستوى التعييني والمستوى التضميني للصورة.

وخلاصة البحث جاءت لعرض النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة مع بعض الاقتراحات والتوصيات المقدّمة.

لا بد من الإشارة كذلك إلى أن القيام بأية دراسة علمية أو أي بحث علمي لا بد وأن تعترضه العديد من الصعوبات، وفي هذه الدراسة واجهت الطالبة بعضا منها الأمر الذي ضيّع عليها الكثير من الوقت ودفعتها إلى بذل مزيد من الجهد، ويمكن حصر أهم الصعوبات فيما يلي:

- ✓ أن القناة لم تعلن عن البرامج التي تقدمها ضمن شبكة براجية واضحة بل عمدت إلى التعريف بكل برنامج والإشارة إلى توقيت بثه فقط، مما صعّب على الطالبة حساب الوقت الإجمالي والفعلي للبرامج الثقافية والبرامج الأخرى بصفة عامة، الأمر الذي دفعها إلى الاستعانة بمجموعة من الأصدقاء أين قمنا بالتناوب على مشاهدة القناة 24 ساعة مدة أسبوع كامل، ومثل هذه العملية كانت متعبة فعلا كما ضيعت على الطالبة الكثير من الوقت على حساب البحث العلمي خاصة فيما يتعلق بتصنيف البرامج وحساب وقتها.
- ✓ ندرة المراجع المتعلقة بالقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية.

✓ طبيعة البرامج الثقافية التي تعرضها القناة وتشعب مفهوم الثقافة صعب على الطالبة عملية تصنيف المواضيع الثقافية التي تحرص على عرضها ضمن فئات رئيسية وفرعية.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: موضوع الدراسة:

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

2- أسباب اختيار موضوع الدراسة

3- أهدافها

4- أهمية الموضوع

5- تحديد المصطلحات

6- الدراسات السابقة

7- المقاربة النظرية المعتمدة في البحث

ثانياً: إجراءات الدراسة المنهجية:

1- منهج البحث

2- أدوات جمع البيانات

3- مجتمع البحث

4- عينة البحث

5- المجال الزمني للدراسة

يتضمن الإطار المنهجي مجموعة القواعد والإجراءات المنهجية المتبعة التي تساعد على ضبط البحث والتحكم فيه، والتي تُمكن فيما بعد من الوصول إلى النتائج المستهدفة والمرجوة، بدءاً بتحديد مشكلة البحث وتساؤلاته، إلى ذكر أسباب الدراسة وأهدافها وأهميتها، مع التعريف بأهم مفاهيم الدراسة ومحاولة حصر الدراسات السابقة في الموضوع، إلى اختيار المنهج المتبع وأدوات البحث المعتمد عليها وطرق اختيار عينة الدراسة.

أولاً: موضوع الدراسة:

1- الإشكالية:

حققت البشرية مع ثورة المعلومات ثورتها الثالثة، وانتقلت نتيجتها من حال سياسي واقتصادي واجتماعي إلى حال أخرى شديدة الاختلاف والتعقيد، فالعالم اليوم يعيش حالة من التغير الديناميكي في كل مجالات وميادين الحياة والعلوم ووسائل الإنتاج، فسرعة التطورات التكنولوجية وآليات البث والتقبل والتأثير عن بعد، والإمكانات الهائلة التي توفرها الاكتشافات الحديثة في مجال المعلوماتية والوسائل السمعية البصرية تعتبر بمثابة ثورة اتصال حقيقية، هذه الأخيرة كانت ولا زالت مدخل الحداثة التي تسعى الدول والشعوب إلى مواكبتها والتكيف معها لضمان نسق نموها كبلد صاعد، ما أدى إلى تشكل وضع كوني اتصالي جديد ألغيت فيه الحدود والمسافات، وأصبح الإنسان بذلك يتلقى سيلاً غير منقطع من المعلومات والأخبار والدعايات، بحيث لا يستطيع أحد مهما أوتي من قوة ردعها، وحجة ذلك أن البث يأتي من الفضاء، ثم إنه يأتي من الأقمار الصناعية التي يتم تلقي بثها عبر أجهزة رقمية، هذا الأمر أدى بمختلف البلدان إلى التسابق في إطلاق مئات المحطات الفضائية، هذه الأخيرة تعرف تنافساً شديداً للاستحواذ على أكبر عدد ممكن من المشاهدين الذين تعددت أذواقهم وميولاتهم، ولتلبية احتياجات ودوافع الجماهير كان السبيل لإنشاء قنوات متخصصة تتماشى وتلك الحاجات المعقدة، فهناك قنوات تهدف للوصول إلى قطاع محدد من الجماهير تجمعهم خصائص وسمات مشتركة، وهناك من تهدف إلى تقديم نوعية من البرامج: كالإخبارية، والاقتصادية والترفيهية، والثقافية.

لقد أثرت هذه القنوات على تشكيل النسيج الاجتماعي والثقافي للمجتمعات ، وأصبحت تؤثر في تشكيل الأفراد والجماعات.

وإذا كانت الدراسات الإعلامية تركز على الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، فهي اليوم مهمة بدراسة وظائف أخرى لا تقل عنها أهمية، كالوظيفة التثقيفية خاصة في التلفزيون الذي استفاد كثيرا من التطورات التقنية التي أحدثتها ثورة الاتصال، إذ يعتبر من أهم وسائل الاتصال الجماهيري باحتلاله الصدارة مقارنة مع الوسائل الأخرى، نظرا لما يتميز به من خصائص تجعله متفوقا في التأثير والانتشار، وقد قدر مكتب الدعاية الأمريكي¹ أن التلفزيون يسيطر على 38% من أوقاتنا مقارنة ب32% بالنسبة للإذاعة و13% بالنسبة للصحافة و7% بالنسبة للمجلات، ولا أحد ينكر مساهمة التلفزيون في الترويج للمفاهيم الجديدة التي تتعلق بالنواحي الثقافية والتنشئة الاجتماعية والفكرية، ما ساعده في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمعات، وفي تغيير العادات السلوكية والاتجاهات، وتكوين الذوق الفني والحضاري، ومع اتجاهه المستمر نحو التخصص، وأمام هذا المشهد الاتصالي الفضائي وكل تلك المحطات، وفي ظل الإعلام الهزبل الذي لفه جمود القنوات الرسمية، وجد المشاهد العربي عموما والجزائري خصوصا نفسه مجبرا على متابعة تلك الفضائيات وبصفة يومية والحديث لم يعد مقتصرًا على الفضائيات العربية أو الأجنبية فحسب، بل ظهرت على الساحة العربية فضائيات أجنبية ناطقة بلغتنا القومية العربية تسعى إلى تقديم مواد إعلامية متنوعة بحساسية ونظرة أجنبيتين، منها المواد الثقافية.

وإذا كانت وظيفة التثقيف لوسائل الإعلام تُعنى ببيت الأفكار والمعلومات والقيم السائدة في مجتمع معين، وتساعد على تطبيع أفرادهم وتنشئتهم على المبادئ القومية مما يساهم في الحفاظ على ثقافة ذلك المجتمع، فإن هذه المسألة تطرح جدلا كبيرا، الأمر الذي يدفعنا إلى مساءلة الدور التثقيفي الذي تلعبه هذه القنوات الأجنبية في المجتمعات العربية.

ومن هنا فإن نقطة البدء في هذه الدراسة هي إحساس الطالبة بوجود مشكلة بحثية تحتاج إلى التحليل والدراسة، متمثلة في محاولة معرفة الهدف الذي تسعى من خلاله قناة أجنبية إلى تسويق مادة ثقافية لجمهور ناطق بالعربية.

ولعل من بين أهم القنوات التي برزت على الساحة الإعلامية: BBC البريطانية، وARTE الفرنكو ألمانية، وFrance24 الفرنسية التي هي موضوع الدراسة، وقد وقع اختياري على هذه القناة

¹ هاني الرضا، رامي عامر: الرأي العام والإعلام في الدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، (د.ط)، (د.ت)

على اعتبار أن الجمهور المغربي عامة والجزائري خاصة أكثر متابعة للقنوات الفرنسية بحكم الحقبة الاستعمارية، ومن أجل كل ما سبق اخترت دراسة البرامج الثقافية التي تعرضها قناة France24 .
وضمن هذا السياق تصاغ إشكالية البحث في التساؤل الرئيسي الآتي:

ما هو المضمون الثقافي الذي تقدمه قناة France24 للجمهور العربي وفي أي شكل؟

وبما أن هذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات التحليلية فضلت طرح جملة من التساؤلات موزعة على فئات الشكل والمضمون كما يلي:

✓ التساؤلات المتعلقة بالمضمون:

- 1 - ما هي المواضيع الأكثر معالجة في هذه البرامج؟
- 2 - ما هي الوظائف التي تؤديها هذه البرامج؟
- 3 - ما هي القيم المتضمنة في المواضيع التي تعرضها البرامج الثقافية للقناة؟
- 4 - ما هي المصادر التي تعتمد عليها القناة في استقاء مضامينها الثقافية؟
- 5 - ما هي مرجعية هذه البرامج؟

✓ التساؤلات المتعلقة بالشكل:

- 1 - ما هي أهم الأشكال الفنية التي تعرض من خلالها القناة برامجها الثقافية؟
- 2 - ما نوع اللغة المستخدمة في هذه البرامج؟
- 3 - ما هي أهم الفواصل الموسيقية والمؤثرات الصوتية التي برزت عند عرض المضامين الثقافية؟
- 4 - ما هو الحجم الزمني المخصص لتلك المواضيع الثقافية؟
- 5 - ما هو ترتيب البرامج الثقافية ضمن الشبكة البرمجية الكلية للقناة؟

2- أسباب اختيار موضوع الدراسة:

إن أي باحث عندما يفكر في القيام بأية دراسة أو بحث علمي، لا بد و أن تكون له أسباب ودوافع محددة تجعله يقوم بتلك الدراسة، وباعتباري باحثة مبتدئة في ميدان الإعلام والاتصال يمكن أن أوجز أسباب دراستي والمتمثلة في :

- 1- تعاضم الدور الثقيفي لوسائل الإعلام خاصة التلفزيون .
- 2- قلة الدراسات الوطنية التي تتناول القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية.
- 3- قلة الدراسات والبحوث التحليلية التي تتناول البرامج الثقافية الموجهة للعالم العربي من قبل هذا النوع من القنوات، إن لم نقل انعدامها - حسب علم الطالبة -
- 4- الرغبة الذاتية في تناول الموضوع.
- 5- اختيار قناة France24 على أساس أن الجمهور الجزائري بصفة خاصة والمغاربي بصفة عامة أكثر تتبعاً للقنوات الفرنسية.

3- أهداف الدراسة :

- 1- التعرف على دور القناة في الثقيف.
- 2- التعرف على نوعية المضامين الثقافية التي تعرضها وتقدمها قناة أجنبية لجمهور ناطق بالعربية.
- 3- التعرف على حجم الاهتمام الممنوح للبرامج الثقافية من خلال دراسة نسبة الفترة الزمنية المخصصة فعلياً لهذه البرامج.

4- أهمية الموضوع:

- 1- تتمثل أهمية دراسة البرامج الثقافية بما تقوم به من تثبيت للقيم والمبادئ وتغيير للاتجاهات والسلوك.
- 2- أهمية دراسة القنوات الأجنبية الموجهة للجمهور العربي بحكم ما تحمله من مضامين موجهة ومبطنة بقيم أغلبها مغاير لعادات وتقاليد الجمهور العربي المسلم.
- 3- تكتسي هذه الدراسة أهمية كبيرة، نظراً لقلّة الدراسات حول هذا الموضوع، إن لم نقل انعدامها - على حد علم الطالبة - وهذا ما يساعد على فتح آفاق بحثية جديدة لدراسة هذا النوع من القنوات.

5- تحديد المصطلحات:

ورد في موضوع البحث مجموعة من المفاهيم والمصطلحات يجب الوقوف عند مدلولاتها والوصول إلى تعريف إجرائي يتماشى وموضوع الدراسة، لذا سأقوم بتعريف المصطلحات والمفاهيم التالية: البرنامج، البرمجة، الثقافة، القناة.

ومن ثمة سأضع تعريفا إجرائيا لكل من: الثقافة، والبرامج الثقافية.

1 - البرنامج: "هو عبارة عن فكرة تجسد وتعالج تلفزيونا باستخدامه كوسيلة تتوفر لها إمكانيات الوسائل الإعلامية، وتعتمد على الصورة المرئية سواء كانت مباشرة أو مسجلة على أفلام وشرائط، ويتشكل ويتخذ قالباً واضحاً يعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة، وتتطور برامج التلفزيون باستمرار حيث يلاحظ ألواناً جديدة وأشكالاً برامجية متميزة من وقت لآخر"¹.

وقد اعتمدت في دراستي على تعريف إجرائي للبرامج الثقافية

- تعريف البرامج الثقافية إجرائياً: هي البرامج التي تقدمها قناة France24 وتعرض من خلالها مضامين ومواد ثقافية متمثلة في الأدب : كالشعر والقصة والرواية، الفن التعبيري: ك السينما والمسرح الموسيقى والغناء والرقص ، الفن التشكيلي : كالنحت والرسم والتصوير ، عروض وتصاميم الأزياء، الهندسة المعمارية الزخرفة والديكور، الطبخ والآثار.

وكلمة برنامج مأخوذة من فعل برمج يرمج برمجة وعليه:

2 - البرمجة هي: "إستراتيجية استخدام وتتابع البرامج عبر الجدول الإذاعي الذي يتم تخطيطه ليجذب الجماهير المستهدفة بعناية، ويحتاج مسؤولو البرامج إلى المعلومات، والمهارات التي تساعد على تحديد الجماهير المستهدفة بفئاتها المختلفة واختيار أوقات مناسبة لتقديم البرامج التي تناسب كل فئة ووضع هذه البرامج ضمن الخريطة التلفزيونية وحتى تحقق البرامج

¹ محمد معوض: المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، (د.ط) ، (د.ت)، ص 115.

فعاليتها لا بد أن يقوم القائم بالاتصال بدراسات مستمرة لمعرفة رد فعل الجمهور وتقييم البرامج" ¹.

3- الثقافة لغة: من فعل ثقف وهو يدل على عدة معان: حيث يفيد "الحذق والفهم وسرعة التعلم، وثبات معرفة المرء بما يحتاج علما وعملا، وفي معنى آخر يدل فعل ثقف على الغلبة والظفر على الغير بالحذق، أما في معنى ثالث فيدل على التسوية والتقويم والإصلاح، ومن ذلك تسوية الرمح هذا المعنى هو الذي تمت استعارته في مجال التأديب حيث يقال ثقف الولد أي علمه وه ذبه ولطفه" ².

والثقافة كما نعلم هي حصيلة عمل اجتماعي ضخم وطويل تطوّر خلال عصور كثيرة وطويلة وليس عدلا أن يُخصّص أمرها في صفحة أو جزء في فصل، ولكن هذا لا يمنع من إيراد بعض التعريفات المهمة التي تناولت هذا المفهوم.

اصطلاحا: يعد المفهوم الأنثروبولوجي للثقافة الأكثر شمولاً، ويعتبر الثقافة حصيلة كل نشاط بشري اجتماعي في مجتمع معين، حيث يقول تايلور: "الثقافة هي ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة والفن والأخلاق والعادات والتقاليد والقانون والعرف وأي مقومات أخرى يكتسبها الفرد من حيث هو عضو في المجتمع" ³.

عرفها غرامشي: "هي ذلك المخزون الحي في الذاكرة، كمركب كلي، ونحو تراكمي ومكون من محصلة العلوم والمعارف والأفكار والمعتقدات، والفنون، والآداب، والأخلاق والقوانين والأعراف والتقاليد، والمدرجات الذهنية والحسية والموروثات التاريخية واللغوية والبيئية التي تصوغ فكر الإنسان وتمنحه الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي تحدد سلوكه العملي في الحياة" ⁴.

¹ محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد الثاني، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 493.

² مصطفى حجازي: حصار الثقافة بين القنوات الفضائية والدعوات الأصولية، المركز الثقافي العربي، ط2، 2000، ص17، 18.

³ عبد الغني عماد: سوسيولوجيا الثقافة، المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008، ص 31.

⁴ موقع ملتقى رابطة الواحة الثقافية واحة علوم اللغة وآدابها، على الرابط التالي :

تعريف اليونسكو: "الثقافة هي جميع السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية التي تميز مجتمعا بعينه أو فئة اجتماعية بعينها، وهي تشمل الفنون والآداب، وطرائق الحياة، كما تشمل الحقوق الأساسية، ونظم القيم والتقاليد والمعتقدات".¹

فالثقافة إذن في كل مجتمع وفي كل مجموعة حية تتطابق مع الحركة المخترعة في جميع مجالات الحياة الاجتماعية.²

التعريف الإجرائي للثقافة : هي حصيلة كل نشاط إنساني معرفي، نابع من بيئته ومعبر عنها سواء في المجال الأدبي أو الفني أو الجمالي : كالشعر القصة الرواية، السينما المسرح الموسيقى الغناء والرقص والفن التشكيلي، الديكور، تصميم الأزياء، والهندسة المعمارية، الطبخ، والآثار.

4- القناة : هي حيز ذبذبي ذو نطاق معين يمثل ممرا الكترونيا أو إلكترومغناطيسي مثل قناة (سنتيمترية أو سلكية) وتستخدم للإرسال ونقل برامج التلفزيون ، وعادة يشار إليها برقم معين على جهاز الاستقبال حتى يتسنى للمشاهد العربي معرفة رقم القناة التي تذيع البرنامج الذي يراه، ويراهها محمد منير حجاب : "بأنها وسيلة للاتصال التي يمكن بواسطتها نقل الرسالة من المرسل إلى المرسل إليه ، كما يقصد ،بقناة الاتصال الخط أو المسار الذي تتخذه الرسالة عند تحركها من المرسل حتى تصل إلى المستقبل".³

6- الدراسات السابقة :

لما كان من أهم خصائص العلم أنه تراكمي، وأن اللاحق منه يكمل السابق ويضيف عليه وأن كل بحث هو في حقيقة الأمر امتداد لبحوث أخرى ، فلئن البحوث والدراسات السابقة تشكل مصدرا في غاية الأهمية بالنسبة للبحوث ، ذلك أنها تمكن الباحث من تكوين خلفية نظرية عن الموضوع، وبالتالي تساعده على التحكم في موضوع بحثه من حيث الخطوات المنهجية الواجب التقيد بها، والأدوات التي يجب أن يستخدمها.

¹ محمد نبيل طلب: البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون، ط1، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة 2009 ص 18.

² Paul Henry, Chombart de Lauwe : **la Culture et le Pouvoir**, éditions Stock, 1975, p 90.

³ محمد منير حجاب، مرجع سابق، المجلد5، ص1951.

وفي حقيقة الأمر هناك عدد لا بأس به من البحوث والدراسات التي تناولت موضوع البرامج الثقافية في التلفزيونات والفضائيات العربية لذا سأقوم بعرض بعضها.

➤ **الدراسة الأولى:** دراسة محمد كحط عبيد الربيعي¹، ماجستير بعنوان الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية، دراسة تحليلية ميدانية مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية في الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمرك 2007.

استخدم منهج المسح بالعينة لبعض البرامج الثقافية وللقائمين بالاتصال فيها في بعض القنوات الفضائية العربية .

كما استخدم أسلوب تحليل المضمون وقد طبق الباحث الدراسة على قنوات مختارة تمثل: الفضائية المصرية السورية (في المشرق) تونس في المغرب العربي، دبي في الخليج، والفضائية البغدادية التي اختيرت من بين العديد من القنوات الفضائية العراقية الكثيرة لأسباب عديدة منها: كونها أكثرها اعتدالا وتوازنا.

كما استعان باستبيانات تساعده في عمله الميداني خاصة بالقائمين بالاتصال من مخرجين ومعدّي ومقدمي البرامج الثقافية في القنوات الفضائية بالإضافة إلى عينة من جمهور المتلقين.

فترة الدراسة امتدت من 15 مارس 2007 حتى 25 أوت 2007، وقد خلصت نتائج الدراسة إلى ما يلي:

- 1 - بعض القنوات الفضائية العربية رغم كل السلبيات حققت نجاحا في بعض برامجها من ناحية ما تقدمه من مختلف الثقافات والإيديولوجيات، فقربت المشاهدين العرب من بعضهم وأتاحت لهم فرصة التعرف على ثقافات كل منهم .
- 2 - ساهمت العديد من الفضائيات من خلال البرامج الثقافية والفنية التي تقدمها في تبديد الإحساس بالغربة لدى الجاليات العربية المغتربة ما ساعدهم على التواصل ثقافيا.

¹محمد كحط عبيد الربيعي: الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية - دراسة تحليلية ميدانية- مقدمة إلى كلية الآداب والتربية في الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمرك، 2007 من موقع الأكاديمية على الرابط التالي:
http://www.ao-academy.org/docs/master_study_from_mohamed_gabatt_obaid_al_rubaie.doc

- 3 - ازدياد الفضائيات أثر على مضمون المادة الثقافية بالإضافة إلى التكرار والتقليد ناهيك عن الاستعانة ببرامج ثقافية أجنبية مترجمة في بعض المحطات.
- 4 - القائمين على البرامج الثقافية غير مؤهلين ثقافيا ولا يمتلكون المهارات المناسبة.
- 5 - عدم وجود "خطط إستراتيجية" لتطوير الواقع الثقافي من خلال البرامج الثقافية في القنوات العربية، وغلبة الارتجالية والعشوائية .
- 6 - ضعف الإمكانيات فمنطقة المغرب العربي تكتنز موروثا ثقافيا هاما لم يتم تناوله وتفعيله بشكل كافي كما أن الثقافة السائدة هناك معظمها تقدم باللغة الفرنسية واللهجات المحلية لشمال إفريقيا، ويشعر العديد من المواطنين هناك أن البرامج الثقافية في الفضائيات العربية لم تحقق حالة التواصل المطلوبة مع ثقافتهم كما هي الحال مع ثقافة الخليج العربي أو المشرق العربي.

تقييم الدراسة: تعتبر هذه الدراسة شاملة فهي وصفية تحليلية ميدانية، إذ قامت بتحليل

البرامج الثقافية في بعض القنوات العربية ودراسة الجمهور الذي يتعرض لهذا النوع من البرامج بالإضافة إلى استقصاء آراء بعض القائمين بالاتصال في المجال الثقافي، وبالرغم من أن الدراسة درست الجمهور إلى جانب المضمون إلا أنها تشترك مع دراستي في الجانب النظري الذي عني بمجال الإعلام الثقافي والذي أفادني في إثراء خلفية دراستي النظرية، بالإضافة إلى استخدام نفس المنهج والأداة في الجانب المتعلق بتحليل المحتوى الثقافي.

➤ الدراسة الثانية : دراسة عفاف عبد الجواد طبالة بعنوان: البرامج الثقافية في التلفزيونات

العربية (مجلة الإذاعات العربية، عدد 3 -2006)¹ حاولت من خلالها التعرف على دور البرامج الثقافية في التلفزيونات العربية في تعريف الجمهور العربي بالثقافات المختلفة وبالإنجاز الثقافي الإبداعي الفني والفكري للكيان الثقافي العربي.

اعتمدت منهج المسح، وعلى الاستمارة كأداة لجمع البيانات لمعرفة رأي القائم بالاتصال في أربعة قنوات، بالإضافة إلى تحليل المضمون للبرامج الثقافية لخمسة قنوات عربية هي: "القناة المصرية الثانية، قناة النيل الفضائية، قناة فلسطين، التلفزة المغربية، وقناة الجزيرة".

¹ عفاف عبد الجواد طبالة: البرامج الثقافية في التلفزيونات العربية، (مجلة الإذاعات العربية، ع3)، مجلة فصلية صادرة عن اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006.

وحتى تدعم الباحثة بحثها استعانت بأداة ثالثة في جمع البيانات وهي: المقابلة مع بعض القائمين على البرامج الثقافية.

وقد خلصت الباحثة في دراستها التطبيقية إلى النتائج التالية:

- 1 - وعي العاملين في البرامج الثقافية بضرورة الانفتاح على الثقافات الأخرى وعدم الانغلاق والاهتمام بالثقافة المحلية فقط.
- 2 - عدم رضا العاملين في البرامج الثقافية في القنوات عينه الدراسة على مكانة المادة الثقافية العربية في القنوات التي يعملون بها إما لأن ما يقدمونه لها من مكانة لم يتحقق، أو لأنه تحقق فقط إلى حد ما .
- 3 - الوعي بالنقص المعرفي على الصعيد الثقافي بين الكيانات الثقافية العربية إلى درجة اعتباره فجوة في المعرفة وليس مجرد نقص.
- 4 - اعتبار أن تبادل البرامج هو أفضل الأساليب لتوفير المواد البرمجية التي تعرف بالثقافات العربية الأخرى ، بعد ذلك يأتي الإنتاج المشترك، وقد أكدت النتائج عدم فاعلية الإنتاج المشترك للبرامج بين التلفزيونات العربية بسبب الظروف السياسية على عكس تبادل البرامج.
- 5 - وجود عوائق تحول دون تفعيل مبادرة كل قناة بإنتاج برامج تعرف بالثقافات العربية الأخرى ومن أهم هذه المشاكل والعوائق نجد قلة الإمكانيات ، هذه الأخيرة كانت السبب وراء كل قصور و تقصير .

تقييم الدراسة: حاولت هذه الدراسة التعرف على دور البرامج الثقافية في التلفزيونات العربية في تعريف الجمهور العربي بالثقافات المختلفة ، وبالإنتاج الثقافي الإبداعي الفني والفكري للكيان الثقافي العربي ، إذن نقطة الالتقاء مع دراستي هي الإطار النظري الذي يبحث في العلاقة التي تجمع التلفزيون والثقافة، بالإضافة إلى الإجراءات المنهجية المتبعة فيما يتعلق بالجانب التحليلي واللذان كانا عوناً لي كخلفتين نظرية ومنهجية لم أتردد في الرجوع إليهما.

➤ **الدراسة الثالثة :** دراسة سهير سيد أحمد جاد¹ بعنوان : البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي

– رسالة دكتوراه – تم نشرها في كتاب

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى نسبة البرامج الثقافية في التلفزيون المصري مقارنة بالبرامج الترفيهية أو السياسية، وأيضا معرفة إسهام البرامج الثقافية في التذوق الفني والجمالي، والتعامل مع وسائل الفنون والثقافة الأخرى وكيفية الترويج لها، وهل تتجه مستويات التعبير اللغوي في البرامج الثقافية في التلفزيون المصري نحو اللغة العربية الفصحى أكثر من اتجاهها نحو اللغة الدارجة أو العامية.

كما استهدفت الباحثة في دراستها معرفة مدى حرص برامج التلفزيون على إرضاء الأذواق والميول والتخصصات المختلفة، عن طريق تنوع البرامج واستخدام الأشكال التلفزيونية المختلفة .

وقد انقسم منهج الدراسة إلى : تاريخي حيث تعرضت لنشأة وتطور البرامج الثقافية بالتلفزيون، ومسحي بالعينة للبرامج الثقافية بالتلفزيون المصري، كما استخدمت أسلوب تحليل المضمون حيث اختارت الباحثة عينة من البرامج الثقافية خلال الدورة التلفزيونية أبريل يونيو 1981، والدورة التلفزيونية يناير مارس 1984 وذلك لإجراء المقارنة بينها .

وقد تناولت الثقافة في هذا المبحث بالمعنى الأكاديمي، وتبنت تعريف البرامج الثقافية بأنها البرامج التي تتعرض بشكل مباشر للأنشطة المتصلة بالآداب، والنقد الأدبي والدراسات الأدبية، والفنون بأنواعها كالمسرح، والفنون التشكيلية، بالإضافة إلى الدراسات الإنسانية وكانت نتائج الدراسة كما يلي :

- 1- تدور نسبة 50.16% من موضوعات البرامج الثقافية في تلفزيون مصر حول الثقافة الفنية سواء في مجال المسرح أو السينما أو الموسيقى أو الفن التشكيلي أو فن البالي .
- 2- تدور موضوعات البرامج الثقافية حول المعارف العامة التي بلغت نسبتها 24.12% من مجموع الموضوعات التي أجريت عليها الدراسة، أما نسبة موضوعات الثقافة العلمية فقدرت ب 15.97% ، والتي تعني بالأدب وقضاياها بنسبة 9.75% من موضوعات البرامج الثقافية التي أجريت عليها الدراسة .

¹ سهير جاد: البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، (د.ط)، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1987 .

3- وجدت الباحثة تقاربا بين فترتي التحليل في عامي 81 و 84 من حيث ترتيب الموضوعات، كما دلت نتائج الدراسة التحليلية على أن نسبة كبيرة من البرامج الثقافية تعمل على تحقيق القيم الجمالية والفنية في العروض المقدمة بها والمنقولة إليها من مجالات الفنون الأخرى بهدف رفع مستوى الإحساس بالجمال والتذوق للفن في المجتمع .

وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين طبيعة الموضوعات التي تدور حولها البرامج الثقافية، وبين نوعية القائمين بالاتصال.

تقييم الدراسة: تعد هذه الدراسة من أولى الدراسات وأقدمها والتي جمعت بين متغيرين اثنين هما الثقافة والتلفزيون وهي تندرج ضمن دراسات محتوى الوسائل الإعلامية التي تتخذ من المسح التحليلي منهجا لها باستخدام أداة تحليل المضمون، لذا فالتشابه يكمن في الإطار النظري المتعلق بالإعلام الثقافي والذي استفدت منه كثيرا في تدعيم الجانب النظري الخاص بدراستي، كما أن المنهج والأداة المستخدمین هما نفسهما غير أنني أضفت في دراستي الجانب المتعلق بتحليل الصورة باستخدام التحليل السيميولوجي.

➤ **الدراسة الرابعة:** دراسة Milagros del Corel et Jean Michel Bear¹ بعنوان:

البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية الأوروبية العمومية. وهي دراسة أجريت لحساب اليونسكو واللجنة الأوروبية، عمدت إلى إجراء تحليل مقارن للمكانة التي تحتلها البرامج الثقافية في الشبكة البرمجية لأهم القنوات التلفزيونية الأوروبية العمومية، خلال الفترة الممتدة من 1990-1994، وقد قام الباحثان برصد التطور الكمي للبرامج الثقافية في مجموعة من القنوات الأوروبية، إضافة إلى دراسة عيّنة من جمهور تلك البرامج.

تضمنت الدراسة مجموعة معادلات حاولت طرح العلاقة المعقدة بين البرامج الثقافية والتلفزيون، أهمها :

¹ Les programmes culturels sur les chaines publiques de télévision européenne approche comparative, étude en ligne : unesdoc.unesco.org/images/0011/001134/113404fo.pdf .Consulté le : (15 /03/2012)

المعادلة الأولى: مفهوم الثقافة في محيط متغير ، تطرقت لسعة هذا المفهوم واختلاف الرؤى حوله في البلدان الأوروبية، بين المعنى الأنثروبولوجي والمعنى الجمالي، ما ينعكس على مفهوم البرامج الثقافية الذي يتنوع بتنوع الاستعمالات المهيمنة لمفهوم الثقافة، أما التعريف الإجرائي الذي اتخذته الدراسة للبرامج الثقافية تمثل في برامج الموسيقى الكلاسيكية، برامج الفن برامج الثقافة العامة، برامج العلوم، البرامج الثقافية المتعلقة بالفنون الجميلة، وثائقيات حول المجالات الفنية - موسيقى رقص أدب مسرح سينما فن تراث هندسة - البرامج التثقيفية التي تهدف إلى الإخبار والتثقيف والترفيه، وثائقيات الاستكشاف والمعارف. (إذن تشهد هذه المعادلة بوجود عائق أمام اتفاق الفاعلين في الحقل التلفزيوني في تناولهم لعلاقة التلفزيون والثقافة).

المعادلة الثانية: ديكتاتورية الجمهور ، تنطلق من مبدأ أن البرامج الثقافية لا تصل إلى الجمهور الواسع، وهذا ما يتعارض مع المنطق الربحي لمعظم القنوات التلفزيونية، الأمر الذي يؤدي بها إلى الاختفاء التدريجي من البرمجة، أو تضمينها في دفتر الشروط ببثها ساعات ضعف المشاهدة حين لا يكون المشاهد المفترض في الموعد. (هذه المعادلة تتحكم في علاقة التلفزيون بالثقافة، فمعظم القنوات الأوروبية في حالة حرب حول الجمهور، وهذا ما يضع البرامج الثقافية ضمن الأوقات التي تكون فيها المشاهدة ضعيفة، وقد أكدت نتائج الدراسة التحليلية أن نسب البرامج الثقافية في القنوات محل الدراسة تشهد تذبذبا وتراجعا لصالح البرامج الفنية وغيرها).

تقييم الدراسة: تطرقت الدراسة للإشكاليات التاريخية التي بحثت في العلاقة بين الثقافة والتلفزيون في عدد من البلدان الأوروبية، والتي اعتبرت أن مهمة التلفزيون تمثلت في ديمقراطية الثقافة وفق الثلاثية الإعلامية: إخبار، تثقيف، تسلية، لكن وبمرور الوقت وبتعدد القنوات وتنوع الجمهور واشتداد المنافسة في السنوات الأخيرة، أصبح الترفيه من أهم الأولويات في القنوات الأوروبية الأمر الذي انعكس على مكانة البرامج الثقافية. وعليه فإن نقطة الالتقاء مع دراستي تكمن في الجانب النظري خاصة المبحث الأول، بالإضافة إلى الاستعانة بالتحليل، وبما أن البرامج الثقافية المدروسة في كلتا الدراستين ترجع

لقنوات أجنبية في الأساس، فهناك تقارب كبير فيما يتعلق بالتعريف الإجرائي لهذه البرامج بين الدّراستين.

7- المقاربة النظرية المعتمدة في البحث:

اتخذت هذه الدراسة من نظريّة ترتيب الأولويات مدخلا لها ولكونها من أهم النظريات الاتصالية فإنه من الضروري إبراز مفهومها ضمن هذا السياق، أي من وجهة نظر اتصالية إعلامية بحتة.

1 - نظرية ترتيب الأولويات:

تتلخص فكرتها الأساسية بأن هناك علاقة إيجابية قوية بين تركيز وسائل الإعلام على قضية معينة، وحجم الأهمية التي يعيها الجمهور لنفس القضايا، بالإضافة إلى ذلك فإن هذه النظرية تركز على طراز واحد من المعاني الداخلية أو مجموعة المعتقدات ، التي تنتج عن تصوير وسائل الإعلام لها أي نظام ترتيب الأهمية طبقا للصفات المنسوبة إلى مجموعة من الموضوعات السياسية التي تتناولها الصحافة .

"وهناك عوامل عديدة تؤثر في وضع المواد الإخبارية أو الموضوعات الصحفية على الصفحة أو الصفحات أو في إطار المساحات الزمنية، أو الخرائط البراجمية في الراديو والتلفزيون بحيث يمكن أن نقرر نظريا وتطبيقيا أنه اختيار مقصود وهادف للموقع والمساحة والشكل أو عوامل الإبراز المختلفة التي تضع حدودا تعبر عن مستوى اهتمام الوسيلة الإعلامية بأخبار إعلامية معينة أو قضايا وموضوعات بذاتها".¹

وظائف النظرية: حسب Richard Pavis يمكن تحديد الوظائف التي تؤديها هذه النظرية وهي²:

1 - إن مضمون وسائل الإعلام يزيد من وعي الجماهير بالقضايا التي يتناولها هذا المضمون.

¹ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 2003، ص 273 .

² ليليا بوغوندة: الصحافة الجزائرية وترتيب أولويات الرأي العام - دراسة مقارنة لأولويات الرأي العام وأولويات الصحافة - (مذكرة ماجستير غير منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007، ص 44.

2- إن هذه النظرية تساعد الجماهير بشكل عام على التعرف على القضايا المهمة من بين القضايا التي يقدمها ذلك المضمون.

3- إن هذه النظرية في مراحلها النهائية ترتب أولويات الاهتمام بالقضايا التي يعرضها المضمون.

ثانياً: إجراءات الدراسة المنهجية

1- منهج البحث:

في الواقع لا توجد طريقة علمية واحدة يمكن الاعتماد عليها بمفردها للكشف عن الحقيقة ، لأن طرق العلم تختلف باختلاف المواضيع التي يدرسها كل باحث ، وتختلف المناهج باختلاف المواضيع، ولكل منهج وظيفته وخصائصه التي يستخدمها كل باحث في ميدان اختصاصه، والمنهج أيا كان نوعه هي الطريقة التي يسلكها الباحث للوصول إلى نتيجة معينة، كما أنه الطريق المؤدي إلى الغرض المطلوب خلال المصاعب والعقبات، ويعني في الفكر المعاصر:

الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير الفعل، وتحدد عملياته، حتى يصل إلى نتيجة معلومة.

وبشكل عام يمكن وصفه كما يقول عبد الرحمان بدوي: "فن التنظيم الصحيح لسلسلة الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة حيث نكون جاهلين بها، أو من أجل البرهنة عليها للآخرين حين نكون بها عارفين".¹

تندرج دراستنا ضمن البحوث الوصفية "والتي تتجه أغلبها إلى استخدام الأساليب الكمية في التعبير عن البيانات والنتائج الخاصة بها ، استناداً إلى وحدات قياس يمكن عدّها وحسابها والاعتماد تماماً على الطرق الإحصائية في تبويب البيانات، وجدولتها وتحليلها، واستخراج المؤشرات التي تتضمنها".²

¹ عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية،

1999 ص 102، 103.

² سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، (د.ط)، عالم الكتب، القاهرة، 1976، ص 125.

ويعتبر منهج المسح بالعينة من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسة الوصفية وهو الذي سأعتمده في هذه الدراسة.

والمنهج المسحي يستمد قوته من نقاط أساسية يمكن تلخيص معظمها فيما يلي¹ :

- 1- يدرس قضايا معينة على الطبيعة، وبدون تكييف أو إعطاء فرضيات نظرية تغير من واقع الأمر شيئاً .
 - 2- يساعد في اكتشاف العلاقات القائمة بين الظواهر وجمع المعلومات اللازمة لتكوين نظرية شاملة يمكن بمقتضاها إيجاد حل منطقي ومعقول للقضية المدروسة.
 - 3- يقوم على التخطيط الدقيق وجمع البيانات المطلوبة ثم تحليلها والتوصل إلى نتائج عملية وحقيقية.
 - 4- يعتبر أداة قيمة للتعرف على رغبات الجماعات وأهدافها، وكذلك الميول والاتجاهات الإنسانية، وبالتالي يساهم في وضع نظريات اجتماعية مفيدة للمجتمعات ككل .
 - 5- يفيد المسح الاجتماعي في قياس اتجاهات الرأي العام نحو مختلف الموضوعات، وإعادة النظر في أساليب العمل، بحيث يمكن تدارك الأخطاء وإدخال التحسينات اللازمة التي يطالب الجمهور بها.
- وبما أنني سأقوم بتحليل مواد إعلامية، اعتمدت على أسلوب تحليل المحتوى، "إذ يعتبر من أكثر التصميمات المنهجية شيوعاً في الاستخدام في بحوث الإعلام بصفة عامة، لكن بجانب ذلك لم يشهد منهج أو أسلوب للبحث جدلاً حول حدوده المنهجية بقدر ما شهد هذا المنهج، على الرغم من صدارته المناهج والأساليب البحثية الأخرى في بحث العديد من المشكلات المنهجية في الدوائر العلمية والأكاديمية"².

ولعل أهم التعريفات الإجرائية التي وضعت لتحديد مفهوم تحليل المحتوى، هو تعريف دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية حيث ترى أنه: " أحد المناهج المستخدمة في دراسة محتوى وسائل

¹ عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985 ص 29.

² محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1992 ص 127.

الإعلام المطبوعة، والمسموعة، والمرئية، وذلك باختبار عينة من المادة موضع التحليل وتقسيمها وتحليلها تحليلًا كميًا وكيفيًا على أساس خطة منهجية منظمة"¹.

ويعرف برلسون Berelson تحليل المحتوى على أنه: " أحد الأساليب البحثية للبحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي، والمنظم، والكمي للمضمون الظاهر لمادة من مواد الاتصال"².

ويتوقف نجاح المحتوى في بحوث الإعلام والرأي العام على عدة عوامل هي:

أ- الدقة في تصميم استمارة التحليل.

ب- حسن اختيار العينة التي سيتم تحليلها من المحتوى الإعلامي .

ج- الدقة في تسجيل المادة المراد تحليلها .

د- الدقة في تفرغ البيانات وجدولتها وتحليلها وتفسيرها .

وحسب الدكتور رشدي طعيم³ هناك خطوات يجب إتباعها أثناء استخدام تحليل المحتوى

وهي:

1- اختيار تحليل الموضوع إما منفرداً أو إلى جانب مجموعة من الأساليب والأدوات.

2- اختيار المجتمع والعينات .

3- تحديد وحدات التحليل وفئاته طبقاً لنوعية وكمية المضمون، وأهداف التحليل، والمشكلة.

¹ عاطف عدلي العبد: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002، ص208.

² Madeleine Grawitz : **Méthodes des sciences sociales**, 11eme édition, Dalloz, Paris, 2001, p606.

³ رشدي طعيم: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية/ مفهومه، أسسه، استخداماته، (د.ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص ص46، 47.

4- اختبارات الصدق والثبات على استمارة تحليل المضمون.

5- التحليل.

6- تبويب النتائج وجدولتها.

7- التحليل الإحصائي للنتائج.

8- الإجابة على التساؤلات.

وهذه هي الخطوات التي سأتبعها خلال هذه الدراسة، واحرص على تحقيقها من أجل الإلمام بجميع جوانب الجزء التحليلي من الموضوع والوصول إلى نتائج سليمة وموضوعية. إذن اعتمدت الطالبة على تحليل المضمون كتقنية تدخل في إطار منهج الوصف، لا كمنهج مستقل، لأنه سيسمح لنا بتبويب البيانات في جداول تمكّننا من وصف وتحليل الظاهرة موضوع البحث.

وبما أنّ طبيعة المادة المدروسة "سمعية بصرية"، فإنّ خصوصيّة الدراسة تقتضي تحليل البرامج من الناحية السيميولوجية كذلك، حتى يكون التحليل شاملاً ولا نغفل بذلك أهمّ عنصر يتميز به التلفزيون عن غيره من الوسائل الأخرى، ألا وهي "الصورة"، لذا استخدمت الطالبة أسلوباً ثانياً إلى جانب "تحليل المحتوى" وهو "التحليل السيميولوجي" للصورة، إذ يعتبر الأنسب لدراساتها. ولو تتبعنا مصطلح السيمياء نجد بأنّه ورد في القرآن الكريم ستة مرات بمعنى العلامة، سواء اتصلت بملامح الوجه أو الهيئة أو الأفعال والأخلاق.¹

¹عمار شلواي: السيمياء المفهوم والآفاق، محاضرات الملتقى الوطني الأول: السيمياء والنص الأدبي 7-8 نوفمبر 2000، جامعة محمد خيصر، بسكرة، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، قسم الأدب العربي، 2000، ص 16.

يقول تعالى:

لِلْفُقَرَاءِ الَّذِينَ أُحْصِرُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ لَا يَسْتَطِيعُونَ ضَرْبًا فِي الْأَرْضِ
يَحْسَبُهُمُ الْجَاهِلُ أَغْنِيَاءَ مِنَ التَّعْفُفِ تَعْرِفُهُمْ بِسِيمَاهُمْ لَا يَسْأَلُونَ النَّاسَ
إِلْحَافًا وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ ﴿البقرة 273﴾

يقول أيضا: ﴿وَبَيْنَهُمَا حِجَابٌ وَعَلَى الْأَعْرَافِ رِجَالٌ يَعْرِفُونَ كُلًّا بِسِيمَاهُمْ وَنَادُوا
أَصْحَابَ الْجَنَّةِ أَنْ سَلِّمُوا عَلَيْكُمْ لَمَّا يَدْخُلُوهَا وَهُمْ يَطْمَعُونَ ﴿الأعراف 46﴾

وقال أيضا: ﴿وَنَادَى أَصْحَابُ الْأَعْرَافِ رِجَالًا يَعْرِفُونَهُمْ بِسِيمَاهُمْ قَالُوا مَا أَغْنَىٰ عَنْكُمْ
جَمْعُكُمْ وَمَا كُنْتُمْ تَسْتَكْبِرُونَ ﴿الأعراف 48﴾

وقال: ﴿وَلَوْ نَشَاءُ لَأَرَيْنَاكُمْ فَلَعَرَفْتَهُمْ بِسِيمَاهُمْ وَلَتَعْرِفَنَّهُمْ فِي لَحْنِ الْقَوْلِ وَاللَّهُ
يَعْلَمُ أَعْمَالَكُمْ ﴿محمد 30﴾

وقال: ﴿مُحَمَّدٌ رَسُولُ اللَّهِ وَالَّذِينَ مَعَهُ أَشِدَّاءُ عَلَى الْكُفَّارِ رُحَمَاءُ بَيْنَهُمْ تَرَاهُمْ رُكَّعًا
سُجَّدًا يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنَ اللَّهِ وَرِضْوَانًا سِيمَاهُمْ فِي وُجُوهِهِمْ مِنْ أَثَرِ السُّجُودِ ﴿الفتح 29﴾

وقال: ﴿يُعْرِفُ الْمَجْرُمُونَ بِسِيمَاهُمْ فَيُؤْخَذُ بِالنَّوَصِي وَالْأَقْدَامِ ﴿الرحمن 41﴾

والسيميولوجيا هي ذلك العلم الذي يدرس الإشارات أو الدلالات،¹ وهي علم حديث النشأة، جاء بعد أن أرسى السويسري "فردينا دي سوسير - f.dé.saussure" أصول اللسانيات الحديثة.

ويعود الأصل اللغوي لمصطلح السيميولوجيا إلى الأصل اليوناني " sémeíon " والذي يعني علامة، و " logos " والذي يعني علم، أي علم العلامات.²

وبما أننا في هذا الجانب نتعامل مع الصورة فإن هذه الأخيرة هي: " الوسيط الحافل بالرموز والدلالات والأنساق والمعاني"³، لأنها تعالج الموضوع بطريقة تحرك فينا الرغبة في التأويل.⁴

ولتحليل مضمون الصورة سيميولوجيا وجب الاهتمام بالجانب التأويلي لها، أي من حيث قابليتها للتأويل الدلالي بالنسبة للمتلقي.⁵

وقد ظهرت في هذا المجال مجموعة من المقاربات أهمها مقاربة "رولان بارث"، إذ يعتبر خير من يمثل هذا الاتجاه " لأن البحث السيميولوجي لديه هو دراسة الأنظمة والأنسقة الدالة".⁶

وهي المقاربة التي ستعتمد عليها الطالبة أثناء التحليل، وتقوم طريقة "رولان بارث" على تقسيم الصورة إلى مستويين:

أ- المستوى التعييني أو (الدال): وهو القراءة الأولية للرموز والدلائل أي قراءة الصورة كما وردت.⁷

¹ فيصل الأحمر: معجم السيميائيات، ط1، الدار العربية للعلوم ناشرون، منشورات الاختلاف، لبنان، الجزائر، 2010، ص 8

² نفس المرجع، ص11.

³ طاهر عبد مسلم: عبقرية الصورة والمكان، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، (د.م)، 2002، ص98.

⁴ نفس المرجع، ص101.

⁵ عبيدة صبطي، نجيب بخوش: مدخل إلى السيميولوجيا، ط1، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، (د.م)، 2009، ص22.

⁶ نفس المرجع، ص27.

⁷ عمار عبد الرحمن: الصورة والرأي العام، السلطة الخامسة، دار بغداد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، (د.ط)، (د.ت)، ص51.

ب-المستوى التضميني أو (المدلول): هو دراسة كل ما تحمله الصورة من دلالات وقيم رمزية يتم تحليلها وفق السياق الثقافي للفرد الذي يقوم بتحليلها¹.

وتضمن المعنى هو تحميل الصورة بكل الإيحاءات المطلوبة²، فقد أقرّ "بارث" بعدم براءة الصورة، فهي حسبه ليست مجرد تسجيل بريء لما هو قائم، بل هي قادرة على الإيحاء لقارئها أكثر مما تقدّمه بطريقة مباشرة³.

ولكنّ الاعتماد على طريقة "رولان بارث" لوحدها قد لا تخدم الدّراسة من الناحية المنهجية، فالصور التي أمامنا متحركة تندقق بسرعة كبيرة، لذا كان من اللازم الاعتماد على طريقة تحليل الأفلام، هذه الأخيرة تعني تجزئة بنية الفيلم إلى مكوّناته الأساسية ثم إعادة بنائه لأهداف تخدم التحليل⁴.

وعلى هذا الأساس قامت الطالبة بالاعتماد على عملية "التقطيع التقني" - *découpage technique*، أي تقسيم صور الفيلم إلى "لقطات" *dés plans* وهي المكونة لمختلف المشاهد *les scènes* والمتتاليات *les séquences*، وهنا لا بد من إبراز كافة العناصر المتعلقة بالإخراج: من حركات الكاميرا، إلى زوايا التصوير، ونوعية اللقطات، وكذلك الحوار المصاحب

➤ الخطوات المتبعة في عملية تقطيع عينة الدّراسة:

أ- شريط الصورة: ويتضمن العناصر التالية: رقم اللقطة، مدة اللقطة، نوع اللقطة، زاوية التصوير، حركة الكاميرا، وصف مضمون اللقطة كما جاءت.

ب- شريط الصوت: ويتضمن العناصر التالية:

- الموسيقى المصاحبة: إن كانت هادئة أو صاخبة.

¹ عمار عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 56.

² جوناثان بيغل: مدخل إلى سيمياء الإعلام، ترجمة: محمد شيّا، ط1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2011، ص 129.

³ عمار عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 23.

⁴ فايزة بلخلف: خصوصية الإشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الانفتاح الاقتصادي - دراسة تحليلية سيميولوجية لبنية الرسالة الإشهارية- (رسالة دكتوراه غير منشورة)، جامعة الجزائر، 2004-2005، ص 8.

- المؤثرات الصوتية المصاحبة.
- ملاحظة ما جاء في التعليق سواء كان كلام قارئ التقرير أو كلام الشخصيات البارزة في الصورة.

➤ الوسائل التعبيرية التقنية والفنية للصور الفيلمية:

المقصود بها سلّم اللقطات، زوايا التصوير، وحركات الكاميرا

1- سلم اللقطات: تعرف اللقطة بأنها الجزء الأصغر في السلسلة الفيلمية أي "الوحدة الدنيا الدّالة"¹.

واللقطات تتميز عن بعضها البعض حسب الغرض الذي ستوظف من أجله، إذ نجد:

أ - اللقطات التي لها علاقة بالديكور:

أ-1: اللقطة العامة **plan général**: وهي اللقطة التي تؤطر الديكور بكامله لتبين المناظر الخارجية.

أ-2: لقطة الجزء الكبير **plan ensemble**: هي التي تقدم جزءا مهما من الديكور (مكان، زمان، جو، شخصيات، ظروف عامة).

توظف كل من اللقطتين للتعبير عن العزلة أو القلق أو الحزن.²

أ-3: لقطة الجزء الصغير **plan petit ensemble**: تؤطر جزءا صغيرا من الديكور كما تسمح بإبراز الشخصيات جيّدا خلافا للقطتين السابقتين، تستعمل لتقديم الشخصية المحورية في وسط درامي جديد.

ب- اللقطات التي لها علاقة بالشخصيات:

ب-1 اللقطة المتوسطة **plan moyen**: تبرز لنا الشخصيات بكامل طولها دون التركيز على الديكور.

¹ محمود ابراقن: المبرق قاموس موسوعي للإعلام والاتصال فرنسي- عربي، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، 2004، ص531.

² نفس المرجع، ص 532.

هذه اللقطة تضع المشاهد في علاقة حميمة مع الممثلين فيحس كأنه موجود معهم في نفس الموقف ونفس المكان.¹

ب-2 اللقطة الأمريكية **plan américain**: تصور لنا الشخصية من الرأس إلى منتصف الفخذين، قصد إبراز فعلها وحركتها.

ب-3 اللقطة المقربة **plan rapproché**: توظف الجزء العلوي للشخصية حتى لا تركز على عناصر الديكور الأخرى، وهي بدورها مقسمة إلى نوعين:

✓ لقطة مقربة حتى الخصر **plan demi rapproché**

✓ لقطة مقربة حتى الصدر **plan rapproché** تدعى كذلك اللقطة البورتري.

ب-4 اللقطة القريبة **gros plan**: هي اللقطة التي تبين وجه الشخصية بالكامل حتى

تكشف لنا عن ملامحه، وتستخدم إما بغرض إخفاء الحقيقة عن المشاهد وهذا ما يزيد عنصر التشويق، وإما من أجل شرح شيء معين قصد حل العقدة الدرامية.²

ب-5 اللقطة القريبة جدا **très gros plan**: وهي التي تصور لنا جزء معين من

جسم الشخصية (شفاه، أذن، عين، أصابع....) وتستعمل بغرض خلق التشويق لدى المشاهد.

2- زوايا التصوير: ونقصد بها مكان الكاميرا بالنسبة للشيء الذي يتم تصويره، وكل زاوية

تحمل للمتفرج معنى مختلفا عن المعنى الآخر، وهي خمسة أنواع:

2-1 الزاوية العادية: تكون فيها الكاميرا في مستوى واحد مع الديكور والصورة الملتقطة

من خلال هذه الزاوية تكون موضوعية تعبر عن المشهد بكل صراحة.

2-2 الزاوية الغطسية: تكون فيها الكاميرا أعلى من مستوى الديكور وتستخدم بغرض

التقليل من شأن الشخص المصور أو من شأن المكان والديكور.

¹ محمود ابراقن: المرجع السابق، ص 533.

² نفس المرجع، ص 535.

2-3 الزاوية التصاعدية: تكون فيها الكاميرا أدنى من مستوى الديكور تستخدم للتمجيد والتعظيم والتفخيم والإعلاء من شأن الموضوع المصور.

2-4 المجال والمجال المقابل: هما الزاويتان اللتان تصلحان لتصوير الحوارات والمقابلات، أي تصوير شخصيتين تتبادلان أطراف الحديث، بحيث يتم التصوير في الاتجاه والاتجاه المعاكس¹.

2-5 الكاميرا الذاتية: تعتبر هذه الزاوية عين الممثل، إذ تسمح للمتفرج بمشاهدة ما يشاهده الممثل فعلا².

3- حركات الكاميرا: هناك مجموعة من الحركات تتخذها الكاميرا وتستخدم بكثرة في مجال الإخراج التلفزيوني وهي:

1-3: البانوراما: هي عبارة عن حركة تقوم بها الكاميرا من جهة إلى أخرى ولكنها تبقى مثبتة على حاملها وهي ثلاثة أنواع:

أ- بانوراما أفقية: تدور الكاميرا على محورها الأفقي من اليمين إلى اليسار، أو من اليسار إلى اليمين بزاوية (180 درجة) أو بطريقة دائرية، يستخدم هذا النوع من الحركة للأغراض التالية:

✓ الاكتشاف أو الوصف التدريجي.

✓ تقوية عنصر التشويق، لأن الكاميرا قبل أن تصور الجانب الذي يهتم المشاهد فعلا، تتماطل في وصف تدريجي للشخصيات الموجودة أو أشياء أخرى.

✓ التركيز على فراغ تراجميدي من خلال الوصف التدريجي لجدران غرفة معينة³.

¹ عمار عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 38...41.

² أحمد بوخاري: دلالات المكان في الومضات الإشهارية التلفزيونية - دراسة تحليلية سيميولوجية مقارنة بين متعاملي الهاتف النقال نجمة وحيزي- (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الجزائر، 2008-2009، ص139.

³ محمود إبراقن، مرجع سابق، ص506.

ب- **البانوراما العمودية:** تتحرك الكاميرا على محورها من أعلى إلى أسفل ومن أسفل إلى أعلى لتقوم بالوظائف التالية:

✓ الوصف: لإبراز تفاصيل الديكور بطريقة عمودية.

✓ السرد: لربط علاقة بين جزأين يكملان بعضهما.

✓ المساهمة في خلق عنصر التشويق، وإثارة القلق (لأن الكاميرا قبل كشفها عن جسد الممثل مرّة واحدة، تقوم بذلك تدريجياً: إذ تبدأ بالأحذية فالأرجل ثم الصدر لتصل إلى الوجه¹.

ج- **بانوراما دائرية:** تدور بموجبها الكاميرا دورة كاملة حول نفسها، (بنسبة 360 درجة) هذه الحركة تجعل المتفرج يحس كأنه موجود في موقع التصوير.

2-3: **التنقل travelling:** ونقصد به تنقل الكاميرا التي تكون متحركة في جميع الاتجاهات، قد تكون الحركة جانبية أو دائرية، للوراء أو للأمام، صعوداً أو نزولاً، أو حركة مصاحبة بواسطة آلة رافعة والتنقل أنواع:

أ- **التنقل الأمامي:** تقترب فيه الكاميرا شيئاً فشيئاً من الديكور، أي من اللقطة العامة إلى اللقطة المقربة.

ب- **التنقل الخلفي:** وهنا تبتعد الكاميرا شيئاً فشيئاً عن الديكور، أي الانتقال من الخاص إلى العام.

ج- **التنقل الجانبي:** أين تنتقل الكاميرا مع الشيء المراد تصويره بطريقة متوازنة، من اليمين إلى اليسار أو العكس وذلك بهدف وصف المشهد المصوّر.

د- **التنقل الدائري:** تقوم فيه الكاميرا بتحقيق دورة أو عدّة دورات على شخصية يراد مسح أفقها، وتستخدم هذه الحركة بشكل خاص لخلق جو درامي.

¹ محمود ابراقن، مرجع سابق، ص ص506-507.

هـ- التنقل المصاحب: يستخدم للوصف، يتم بطريقة جانبية أو أمامية يسمح بمتابعة المشاهد الأكثر حركية.¹

و- التنقل البصري (zoom): الزوم هو عدسة خاصة ذات بعد بؤري متغير، تسمح بتغيير الإطار الفيلمي دون اللجوء إلى تحريك الكاميرا وهو نوعان:

1- زوم أمامي: هو الذي يقرب الديكور بالانتقال من أقصر البؤر إلى البؤر الأكثر طولاً، وهو يعادل التنقل الأمامي.

2- زوم خلفي: هو الذي يبعد الديكور بالانتقال من أطول البؤر إلى أقصرها، يعادل التنقل الخلفي.²

2- أدوات جمع البيانات:

استخدمت الطالبة استمارة تحليل المضمون التي تستخدم خلال عملية الملاحظة ورصد أو تسجيل البيانات والوحدات التي يتم عليها العد والقياس.

"وتعتبر هذه الاستمارة في حد ذاتها إطاراً متكاملًا للرموز الكمية بكل وثيقة من عينة وثائق التحليل"³.

لذلك فنجاح استمارة تحليل المحتوى من العوامل التي يتوقف عليها نجاح تحليل المحتوى في بحوث الإعلام ومن خصائصها:

1- تساعد الباحث في أن يستوفي جميع عناصر التحليل، فلا ينسى أثناء التحليل عنصراً ما.

2- تساعد الباحث على تحقيق موضوعية كبيرة و معامل ثبات مرتفع لعملية التحليل.

3- تساعد على إتباع نظام واحد في تحليل البيانات.

¹ عمار عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 37-38.

² معهود ابرافن، مرجع سابق، ص 751-752.

³ محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة، مرجع سابق، ص 119.

4- تساعد في رصد معدلات تكرار الظواهر رقميا و بذلك يمكن توظيف البيانات بأكثر من وسيلة و لتحقيق أكثر من هدف .

5- تساعد الباحث على التحليل السريع لمحتوى أكثر من مادة أو كتاب "فيختصر الباحث بذلك الوقت و الجهد خاصة لو صممت بطريقة تدخل بها الحاسب الآلي"¹.

وحتى تضمن الطالبة مصداقية وصلاحية الأداة للقياس، قامت بتحديد فئات التحليل و تعريفها إجرائيا، ثم عمدت إلى عرضها على مجموعة من الأساتذة المحكمين *، وهذا لتقومها وتوجيهها - طبعا بعد أن اطلع عليها وقيّمها الأستاذ المشرف -

3- مجتمع البحث :

المجتمع المعني بالدراسة هو مجموع البرامج الثقافية التي تعرضها قناة France24 والمتمثلة في :

أ- برنامج ثقافة: المدة الزمنية تتراوح بين 8 و 12 د وهو برنامج يومي في شكل مجلة ثقافية، يقدم الثقافة بلا حدود ومن دون قيود، فنانون يتحدثون الأمر الواقع، اكتشافات وأزياء بألف لون ولون، التنوع الثقافي في شتى أنحاء العالم، من خلال تقارير المراسلين وبحضور ضيوف وأخصائيين.

ب- برنامج فن العيش: يتناول شتى الفنون على الطريقة الفرنسية أبرزها التراث، الزخرفة، الهندسة المعمارية والطبخ، يعرض من الاثنين إلى الجمعة.

ج- برنامج موضة: يسلط الضوء على عالم الموضة والأزياء، يقدم عروض الأزياء الباريسية وكواليس كبار المصممين العالميين بالصور كل جمعة.

¹ رشدي طعيمة، مرجع سابق، ص 112.

* الأساتذة المحكمون هم:

- الأستاذ الدكتور "فضيل دليو": جامعة منتوري- قسنطينة -
- الدكتور "سمير لعرج": جامعة بن يوسف بن خدة - الجزائر -
- الدكتور "جمال العيفة": جامعة باجي مختار - عنابة -
- الدكتور "نور الدين سكحال": جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة -
- الأستاذة "فطيمة لحياي": جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

4- عينة البحث:

أ- عينة الجزء الخاص بتحليل المحتوى:

اعتمدت الطالبة في الدراسة التحليلية على البرامج القارة التي تبث في شكل أعداد منتظمة البث، وبذلك فوحدة العينة المعتمدة هي العدد، كون "أن وحدة العينة، هي مجموع مفردات العينة التي ستخضع للبحث والدراسة"¹.

ولدينا البرنامج اليومي: "ثقافة" عينة دورية عشوائية منتظمة.

والبرنامج اليومي: "فن العيش" حصر شامل للأعداد كلها خلال دورية بث كاملة.

والبرنامج الأسبوعي: "موضة" حصر شامل للأعداد كلها خلال دورية بث كاملة.

¹ محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، (د.ط)، دار ومكتبة الهلال ودار الشروق للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 2009، ص92.

الجدول رقم (01) يوضح أعداد العينة الزمنية ويوم بث كل عدد:

برنامج فن العيش	برنامج موضة	برنامج ثقافة	البرامج العينة الزمانية	
01 أوت 2010	06 أوت 2010	01 أوت 2010	شهر أوت	
09 أوت 2010				
12 أوت 2010				
15 أوت 2010		13 أوت 2010		09 أوت 2010
22 أوت 2010		20 أوت 2010		17 أوت 2010
23 أوت 2010		27 أوت 2010		25 أوت 2010
29 أوت 2010				
02 سبتمبر 2010	03 سبتمبر 2010	02 سبتمبر 2010	شهر سبتمبر	
04 سبتمبر 2010				
15 سبتمبر 2010	10 سبتمبر 2010	10 سبتمبر 2010		
16 سبتمبر 2010				
19 سبتمبر 2010				
24 سبتمبر 2010	17 سبتمبر 2010	18 سبتمبر 2010		
26 سبتمبر 2010	24 سبتمبر 2010	26 سبتمبر 2010		
04 أكتوبر 2010	01 أكتوبر 2010	04 أكتوبر 2010		شهر أكتوبر
05 أكتوبر 2010				
12 أكتوبر 2010		08 أكتوبر 2010		
13 أكتوبر 2010		15 أكتوبر 2010	12 أكتوبر 2010	
16 أكتوبر 2010		22 أكتوبر 2010	20 أكتوبر 2010	
23 أكتوبر 2010		29 أكتوبر 2010	28 أكتوبر 2010	
30 أكتوبر 2010				
06 نوفمبر 2010	05 نوفمبر 2010	05 نوفمبر 2010	شهر نوفمبر	
13 نوفمبر 2010	12 نوفمبر 2010	13 نوفمبر 2010		
20 نوفمبر 2010	19 نوفمبر 2010	21 نوفمبر 2010		
27 نوفمبر 2010	26 نوفمبر 2010	29 نوفمبر 2010		

ب- عينة الجزء الخاص بالسيمولوجيا:

حتى تكون الدراسة التحليلية مُمَنَّهجة ومرتبطة ببعضها، لم تشأ الطالبة أن يكون اختيار العينة عشوائياً، لذا ارتكزت على نتائج الدراسة الكمية لتحليل المحتوى، لتكون نقطة بدءٍ لاختيار عينة ممثلة ومختارة بطريقة منهجية وموضوعية، فكان اختيار العينة قصدياً مبنياً على المعايير التالية:

- ✓ أولاً: تم الاختيار على أساس الفئة التي تحصلت على المرتبة الأولى في كل برنامج.
- ✓ ثانياً: تم اختيار موضوعين، أين أخذنا العدد الذي برزت فيه أعلى نسبة قيم إيجابية، والعدد الذي برزت فيه أعلى نسبة قيم سلبية.

وهكذا تكون العينة المختارة عبارة عن ستة أعداد موزعة كالتالي:

- **بالنسبة لبرنامج ثقافة:** الفئة التي تحصلت على أعلى نسبة هي فئة الفن التعبيري، أما العدد الذي برزت فيه قيم إيجابية كثيرة هو الذي تناول موضوع الموسيقى (موضوع العزف على الخضار) والذي صادف يوم: 20 أكتوبر 2010.

لاحظت الطالبة أن الأعداد التي شملتها فئة الفن التعبيري لم تحتو على قيم سلبية كثيرة لذا اضطرت إلى أخذ العدد الذي برزت فيه هذه القيم من الفئة التي جاءت في المرتبة الثانية، وهي فئة الفن التشكيلي، وقد كان موضوع العدد عن الرسم والذي صادف يوم: 29 نوفمبر 2010.

- **بالنسبة لبرنامج موضة:** الفئة التي تحصلت على أعلى نسبة هي فئة التصميم، أما العدد الذي برزت فيه قيم إيجابية كثيرة هو الذي تناول موضوع تصميم الأحزمة والحقائب الجلدية والذي صادف يوم: 27 أوت 2010 .

العدد الذي برزت فيه قيم سلبية كثيرة هو الذي تناول موضوع تصميم العطور والذي صادف يوم: 17 سبتمبر 2010 .

- **بالنسبة لبرنامج فن العيش:** الفئة التي تحصلت على أعلى نسبة هي فئة التصميم كذلك أما العدد الذي برزت فيه قيم إيجابية كثيرة هو الذي تناول موضوع تصميم المجوهرات والذي صادف يوم: 1 أوت 2010 .

العدد الذي برزت فيه قيم سلبية كثيرة هو الذي تناول موضوع تصميم الألبسة والذي صادف يوم: 1 أوت 2010 .

● أنقله التحليل سيتم التركيز على اللقطات ذات الدلالة الإيجابية.

إن هذا النوع من العينات العمدية تفرضه طبيعة الدراسات الإعلامية، التي تهتم بالوسائل الإعلامية واتجاهاتها طبقاً للتقسيمات والتصنيفات العمدية، هذه الأخيرة تعتبر مرحلة من مراحل تحديد العينة، والتي قد تكون مفردة واحدة أو أكثر لا يتجاهلها الباحث في دراسات المحتوى (صحيفة واحدة أو برنامج واحد أو أكثر)¹.

وهذا ما عمدت إليه الطالبة أثناء اختيارها للعينة التي جرت عليها الدراسة السيميولوجية.

➤ وحدات التحليل :

وهي وحدات المحتوى التي يمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة، ويعطي وجودها أو غيابها أو تكرارها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية .

أ- وحدات التسجيل : "وهي أصغر جزء في المحتوى يختاره الباحث ويخضعه للعد والقياس مثل الكلمة أو الجملة أو الفقرة"².

وسيتم الاعتماد في هذا البحث على وحدة الفكرة كوحدة تسجيل، باعتبارها الأكثر شيوعاً في تحليل المحتوى، لأن تناولها يفيد في تحديد أكثر الفئات استخداماً في الكشف عما يقوله المحتوى³

ب- وحدات السياق: هي وحدات لغوية داخل المحتوى (جملة، عبارة، فقرة، موضوع) تفيد في التحديد الدقيق لمعاني وحدات التسجيل التي يتم عليها العد والقياس على أساس سليم ، وبذلك سيتم اختيار وحدة الموضوع، ووحدة المفردة كوحدة سياق.

¹ محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 103- 104.

² نفس المرجع، ص 136.

³ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 233.

ج- وحدة العد والقياس : تستخدم للإشارة إلى قيمة المحتوى ومستوى الاهتمام به وتمثل عادة في مقاييس المساحة، الزمن والموقع والعنوان والعوامل الأخرى المصاحبة للنشر والإذاعة، وسيتم الاعتماد خلال التحليل على قياس الزمن في فئة الموضوعات.

➤ فئات التحليل:

سأعتمد في عملية التحليل على فئتين رئيسيتين:

أ- فئة المضمون : (ماذا قيل؟) وفيها:

- 1- فئة الموضوع: أو المواضيع التي تعرض في البرامج.
- 2- فئة الوظيفة الإعلامية: تحدد الوظيفة على أساس الموضوع والمتمثلة في الإخبار والإعلام، الشرح والتفسير، الدعاية، التثقيف، أخرى...
- 3- فئة القيم: من أجل معرفة المعايير التي تعتمد عليها القناة في اختيار موضوعات برامجها الثقافية وترتيبها، كقيم الإبداع، والابتكار، والجمال، والتميز، والشهرة، ...
- 4- فئة المصدر: التي تفيدنا في معرفة نوع المصادر التي تعتمد عليها القناة في عرض برامجها الثقافية.
- 5- فئة المرجع: وفي هذا البحث نقصد الأصل الذي ينسب إليه المحتوى الثقافي.

ب- فئة الشكل : (فئة كيف قيل؟) وفيها:

1- فئة القالب الفني: الذي تعرض من خلاله المواضيع الثقافية.

2- فئة اللغة المستعملة.

3- فئة المؤثرات الصوتية والفواصل الموسيقية.

4- فئة الزمن: الذي يستغرقه الموضوع.

5- المجال الزمني للدراسة:

شملت الدراسة التحليلية البرامج الثقافية التي عرضتها القناة في الفترة الممتدة من شهر أوت إلى أكتوبر 2010، أي الفترة الصيفية وفترة الدخول الاجتماعي ، حيث كان القصد معرفة ما إذا كانت القناة تضع في اعتبارها خصوصية المجتمعات العربية والمسلمة أثناء بثها لتلك البرامج الثقافية خاصة وأن فترة الصيف تزامنت مع شهر رمضان المعظم.

الفصل الثاني: التلفزيون والبرامج الثقافية

1- التلفزيون الثقافي

2- البرامج الثقافية

3- الفضائيات

4- الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية

تُعتبر الثقافة من أبرز العناصر المميزة للجنس البشري، لذا من الثابت أن تُعدّ أحد أهم المكونات العضوية في المجتمع، هذا الأخير في كل مرحلة من مراحل حياته توجد سمات ثقافية تتأثر وتؤثر في عوامل نموه أو تفكّكه، واليوم وبفضل سرعة انتقال الثقافة أصبحت أمم كثيرة أقرب لبعضها مما كانت عليه في السابق، وقد ساعد على ذلك أجهزة الإعلام، فلا يمكننا تصور ثقافة بدون تواصل أو تعبير أو إبلاغ.

لم تُعدّ الثقافة ترفاً عقلياً ولكنها أصبحت وسيلة حياة، والإنسان لا يستطيع أن يكتفي بالغذاء المادي، وإلاّ نقصت إنسانيته فلا بد له من الغذاء الثقافي الذي يميّزه عن الحيوان¹، وإذا نظرنا إلى العمليات الثقافية نجد أنّ من غير الممكن حصر حضورها في الأمكنة والمؤسسات الثقافية فقط فالدراسات الحالية تُثبت أن العملية الثقافية أضحت أكثر أهمية بفضل التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام والاتصال²، إذ يعتبر الإعلام الآلة الرئيسية التي تُجسّد ثقافة الدولة وحضارة الأمة³، ووسائله تعمل على نشر المعلومات الثقافية والفنية بين الناس، خاصة التلفزيون والفضائيات إذ ساهما وبنسبة كبيرة في تسليط الضوء على العديد من الكتاب والأدباء والمفكرين ونقل أعمالهم⁴.

1- التلفزيون الثقافي:

يعتبر التلفزيون أهم وسائل الإعلام في العصر الحديث، لما يميّز به من خصائص تخاطب السمع والبصر لاعتماده على الصوت والصورة الحية المتحركة، آسراً بذلك انتباه المشاهدين مثيراً لاهتمامهم بأساليبه المشوّقة ومشاهده المتكاملة، لذا يعتبر الأكثر انتشاراً والأسرع في توصيل المعارف والأفكار والخبرات ونشر الوعي الثقافي بين الجمهور⁵.

¹ عبد العزيز شرف: وسائل الإعلام ومشكلة الثقافة، ط1، دار الجبل، بيروت، 1993، ص 27.

² Gilles Pronovosi : Médias et pratiques culturelles, presses universitaires de Grenoble, 1996, p p 29-30.

³ فارس عطوان: الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 168.

⁴ نفس المرجع، ص 164.

⁵ محمد معوض: دراسات في الإعلام الخليجي، الجزء الثاني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2002، ص 119.

يقول الدكتور حسين عودات : " لو تصوّرنا نتاجين ثقافيين أحدهما تناولته الإذاعة والتلفزيون والثاني انتشر بطريق تقليدي، فلا بدّ أن الأول سيلاقي رواجاً أكثر ويصبح مؤثراً وفعالاً أكثر بكثير من الثاني الذي سيكون انتشاره بطيئاً ومحدوداً ¹."

ومع التطور التكنولوجي الهائل والمستمر في مجال الإعلام والاتصال، أصبح التلفزيون وسيلة ناقلة للثقافة ومبدعة في آن واحد ²، فإلى جانب كونه وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري، يُعدّ شكلاً من أشكال الفن، وبالرغم من نجاحه في نقل شتى ألوان الفنون القديمة استطاع أيضاً أن يبتكر فنوناً جديدة تمكّنه من مخاطبة المشاهدين على اختلاف أفكارهم وقيمهم وعاداتهم وتقاليدهم ³.

1-1 مميزات التلفزيون كوسيلة ناقلة للثقافة:

- 1- أسهل الوسائل التثقيفية، إذ يتيح للمشاهد تلقي الثقافة بطريقة مبسّطة، فالأمية الهجائية لم تعد حائلاً بين الإنسان وبين التزود بالثقافة.
- 2- تقديم الأحداث الثقافية وقت حدوثها، خاصة الندوات والمهرجانات الثقافية والحفلات.
- 3- عرض مختلف الأعمال الثقافية إما بطريقة مباشرة كتسليط الضوء على أحدث الأعمال أو بإقامة ندوات أدبية وفنية، أو بطريقة غير مباشرة كعرضها في قالب درامي.
- 4- إغناء الخبرة الثقافية وإعطاؤها بعداً آخر وعمقاً وواقعية بفضل الخصائص التي يتمتع بها التلفزيون ⁴.
- 5- يساهم التلفزيون في تقدّم الحضارة كما يساهم في إحداث التغيير الاجتماعي والثقافي وذلك بفضل دوره في ذيوع وانتشار الثقافة من خلال نقل العناصر الثقافية بين أجزاء المجتمع وبين الثقافات الأخرى.

¹ فارس عطوان، مرجع سابق، ص 168.

² نفس المرجع، ص 169.

³ نفس المرجع، ص 7-8.

⁴ محمد نبيل طلب، مرجع سابق، ص 67-68.

6- له دور فعال في تحقيق التكامل الثقافي وإحداث التطور.¹

7- له القدرة على خلق مناخ ثقافي يجلب الناس، فكلّما كان العرض جيّداً كان الطلب متزايداً.

8- يعمل التلفزيون على إشباع رغبة المثقّف الفعلي كما يعمل على الارتقاء بالمستوى الثقافي لمتوسّطي ومحدودي الثقافة.²

9- رُخص تكاليف التلفزيون مكّنت المواطن العادي من أن ينال حقّه من المواد الثقافية التي كانت حكرًا على النخبة التي تملك المال والنفوذ.³

10- إن خاصيّة التلفزيون التي لا تقتضي جهداً عضلياً وعصبياً كما الحال بالنسبة للقراءة تجعله من الآليات المهمّة المساعدة على تثقيف الجماهير.⁴

الحقيقة أن الخصائص التثقيفية التي يتمتع بها التلفزيون كثيرة، ولكن يمكن القول أنه انطلاقاً من إمكانياته وقدراته الكبيرة على التأثير، أصبح المشكّل الأهم والأساسي لثقافة الأفراد، وهذا لا يعني إلغاء دور الوسائل الإعلامية الأخرى في التثقيف.

1- 2 التلفزيون كمنتج للثقافة:

يكتشف المتابع للسّاحة الإعلامية التلفزيونية سواء الأجنبية أو العربية أن الإعلام ليس مجرد ناقل محايد، بل يؤثّر ويتأثّر في ظلّ سياق الأحداث المتسارعة التي تدفعه مُستجيباً لديناميّة ومرونة المتغيّرات⁵، فهو اليوم يتّسم بسمات ثلاث هي: أنه مختصر جداً ومُكثّف جداً وسريع جداً حتى أصبح يبدو "كالسندويشة" السريعة التي تثير شهية الفرد وتُخرّضه على الأكل ولكن لا تُشبعه، هكذا

¹ محمد نبيل طلب، مرجع سابق، ص 75-76.

² نفس المرجع، ص 152.

³ عفاف طباله: حول الدور الثقافي للتلفزيون، (مجلة الإذاعات العربية، ع 3)، مجلة فصلية تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2001، ص 57.

⁴ عبد العزيز شرف، مرجع سابق، ص 32.

⁵ نهود عيسى القادري: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم الفكّيك، ط 1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008، ص 45.

صار حال الإعلام، إذ أصبح يُقدّم المادة التي لا تحتاج إلى إشغال الفكر، ولا تدفع إلى التأمل والنقد والتحليل.¹

وهكذا يمكننا القول بأن الثقافة المعاصرة أصبحت في ظل التطور التكنولوجي وفي ظل التحوّلات الاقتصادية العالمية، عُرضةً لسلسلة من التحوّلات التي يصعب الإمام بها، فالتلفزيون لم يعد مجرد ناقل للثقافة، بل أصبح أكبر مُنتج لها، والحديث عن الإنتاج الثقافي يُجرّنا إلى الحديث عن العديد من المفاهيم، نذكر كل واحد على حدى:

1-2-1 الثقافة الجماهيرية:

جميعنا نعيش على الأقل في لحظات مُعيّنة فكرة أن وسائل الإعلام تُخادعنا أو تعمل على تنويمنا، تُخفي عنا طبيعة الواقع الذي يدعو إلى العمل لا الخضوع، نادرا ما تُبَيّن هذه الفكرة على نظرية حقيقية تضطلع بأبعد من الشك بأثار التنويم، وجهة النظر هذه طُبّقت على وسائل الإعلام من قِبَل "أدورنو" و "هوركايمر" "Adorno et Horkheimer" رواد مدرسة فرانكفورت، أهمية هذه النظرية لا تكمن في صحتها ولكن في تنظيم وتأسيس الانتقادات الموجهة إلى تلك التي تُعدّ ثقافة هابطة ومُهينة هي "الثقافة الجماهيرية"²، حيث اعتبرها تعبيرا عن المستويات المتدنية للأعمال التي تقدّمها وسائل الإعلام، والتي تفرضها السلطة أو القوى المهيمنة للحفاظ على الوضع القائم.³

تعتبر الثقافة الجماهيرية مُنتجا من مُنتجات وسائل الاتصال الجماهيري تتسم بالتمائل، وهي معدّة ومُوجهة خصيصا للاستهلاك الجماهيري، تعمل على إرضاء أذواق الجماهير وتوحيدها⁴، فهي تجمع بين الثقافة الراقية والثقافة الشعبية * وتستمدّ مضمونها من ينبوعين هما الفن الراقى والفن الشعبي، أين يقوم صناع الثقافة الجماهيرية بتحويل مضمون ثقافة الصّفوة المعقد من خلال تبسيطه

¹ نزيه الشوفي: الثقافة الهدامة والإعلام الأسود، (د.ط)، منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق 2005، ص 146.

² Eric Maigret : **Sociologie de la communication et des Medias**, 2eme édition, Armand Colin, Paris, 2008, p56

³ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 150.

⁴ صالح أبو أصعب: تحديات الإعلام العربي، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 1999، ص 56.

* الثقافة الراقية: هي ثقافة الصّفوة أنتجت للنخبة المتعلّمة، تضمّ الأعمال الفنية الراقية.

أما الثقافة الشعبية: فتتميز بالتلقائية من صنّع الجمهور هذا الأخير يعمد إليها ليُعبر عن نفسه.

وتسهيله للمتلقي حتى يُرجموه من عناء التفسير والتصور والاستنتاج¹، يقول الباحث "كُليمنت جرنبرج" في هذا الصدد: "الثقافة الجماهيرية تهمضم الفن مسبقا لكي تريح المتفرج والمتلقي وتُغفِيه من بذل الجهد، فهي توفر للمتلقي طريقا مختصرا للاستمتاع بالفن، يتجنّب كل ما هو صعب في الفن الحقيقي الأصيل، وبدلا من أن تترك الرسالة المتلقي يُطوّر استجاباته بنفسه، تُعطيهِ استجابات جاهزة"².

➤ الآثار السلبية للثقافة الجماهيرية:

- 1 - قتل الإحساس بالجماعة وتمجيد الفردية.
- 2 - إلغاء العقل في فهم الأحداث والأشياء.
- 3 - الترويج للعنف والوحشية من خلال نشر أفلام العنف والجنس.
- 4 - النزول بالمرأة وجعلها سلعة، إذ تعتبر المرأة من أبرز ضحايا صناع الثقافة الجماهيرية بحيث يتم استخدامها بطريقة غير لائقة، لِثُرُوجٍ لمختلف السلع والمنتجات الاستهلاكية.
- 5 - تجعل المتلقين حاملين وساكنين، فمستهلك المادة الثقافية يفتقد تدريجيا المعنى والدوق والقدرة على المبادرة والنشاط.
- 6 - النزعة إلى تفكيك المهارات وتصغيرها.
- 7 - تشويه الواقع وتزييف الحقائق وتغيير القيم.
- 8 - تنمية النزعة الاستهلاكية في المجتمع.³

إذن يمكننا القول أن الثقافة الجماهيرية ليست إبداعا فرديا، ولكنها سلعة مصنّعة بشكل جماهيري حيث تكون السلعة هي الأساس، وعليه يُمكن تسويق الثقافة لتحقيق الربح من خلال مفهوم "الصناعة الثقافية"⁴.

¹ جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، (د.ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978 ص 423.

² نفس المرجع، ص 422.

³ جمال العيفة: الثقافة الجماهيرية، عندما تخضع وسائل الإعلام والاتصال لقوى السوق، (د.ط)، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2003، ص 117 ... 130.

⁴ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 150-151.

1-2-2 الصناعة الثقافية:

هي أحد أهم نتائج التقاء وسائل الإعلام والثقافة، وهي تعني عملية إنتاج الثقافة باستخدام التكنولوجيا الحديثة، فالثورة التقنية أدت إلى التوجه التجاري والاستهلاكي للثقافة،¹ فالسينما، والرّاديو والمجلات، والإشهار، ينتمون جميعاً إلى مجال الإنتاج ويُسيرون بنفس قوانين التنظيم والتسيير، والتشابه بينهم أساسي لكن الخصائص مختلفة، فالصناعة تركز منتجاتها حسب أذواق واهتمامات الجمهور أين تغلق داخل سجن قوالبها، والممتلكات الثقافية لا تنتمي إلى مجال الأعمال الفنية المسروقة، ومع ذلك نجد أن كتاب السيناريو في هوليوود يستغلون مغامرات الروايات الشهيرة والمعروفة ويُستطونها، والموسيقيون يسرقون أغاني أكبر المؤلفين ويكيفونها، فعملية التصنيع تجعل من الثقافة متجانسة مُنمّطة ومتسلسلة، من أجل مجتمع متجانس يكون فيه الأفراد تحت رحمة الدعاية ورأس المال، وبتجزئتها إلى بضائع فقدت الثقافة قيمتها نهائياً في نظر الفيلسوفين "أدورنو" و "هوركايمر"، وعلى هذا الأساس نددا بفكرة الإنتاج الصناعي للممتلكات الثقافية واعتبراها مُخادعةً وانحطاطاً.²

والصناعات الثقافية بمفهوم الجمع هي التي فُرِضت في أعوام 1980، والتحليل الاقتصادي لمفهوم الممتلكات الثقافية لا يكتفي بصنف واحد، فهو يُميّز شعباً وفروعاً حسب المنتجات: (صناعة الكتب، السينما، إعادة إنتاج الفن) أو يجمع الأعمال ذات الطابع الاقتصادي مثل: (الصناعات النشيرية، صناعة البرامج، صناعة الشبكات والأجهزة، إلخ...).

وبتقدّم الصناعة والمؤسسات الإنتاجية تحوّل الفن إلى حرفة، ودخلت هذه الحرفة في نظام تقسيم العمل كما تتحول المواد الخام إلى بضائع في المعمل، فمثلاً في الفيلم تبدأ مواد الأولية بوضع القصة وتكييفها من قِبَل الكاتب، ثم يبدأ التنفيذ مع أعمال الديكور والاختبارات، ثم التصوير، وحتى الموسيقى، ليتكوّن بعدها فريق العمل المنتج، وهنا يأخذ المنفّذ الدور الرئيسي في العمل كمنتج وهكذا يصبح الفيلم عملاً سلعياً خالصاً.³

¹ نزيه الشوفي، مرجع سابق، ص 49.

² Claire Bélisle, Jean Bianchi, Robert Jourdan : **Pratiques médiatiques 50 mots-clés**, édition CNRS, Paris, 1999, p p165-166

³ نزيه الشوفي، مرجع سابق، ص 61.

1-2-3 إنتاج الثقافة وصناعة الترفيه:

كيف يعمل التلفزيون؟

عملياً يؤدي التلفزيون مهمته انطلاقاً من مبدأ الإعلام والتسلية، فهو ليس تعليمي لأنه لا يقوم بتقديم معرفة مبنية ومنسجمة، أو يثير تمارين استيعاب، أو يُطوّر التمهين¹، بعبارة أخرى هو يهدف إلى التسلية والترويح أكثر مما يهدف إلى التثقيف والتوجيه²، وحيث ذلك أن وقتنا الحالي يتميز بشدة الصّراع على العيش، وقسوة الحياة، وأن الإنسان المعاصر مرهق عصيباً وتوجّهه نحو القراءة يجعله يبذل مجهوداً أكبر مما يتطلبه الاستماع إلى الإذاعة أو مشاهدة التلفزيون³، لذا فوسائل الاتصال الجماهيري وخاصة التلفزيون تعمل على تجنّب الجماهير المجهود العقلي⁴.

ومع بروز ظاهرة ازدياد وقت الفراغ في حياة الفرد، برزت في العقود الأخيرة صناعة متطورة ومتشعبة ومعقدة ملء وقت الفراغ هذا، سُمّيت "صناعة أوقات الفراغ" أو "صناعة التسلية" وهدفها هو تسلية المتلقي وإمتاعه، الأمر الذي يؤكّد ابتعاد مواد الترفيه عن كلّ ما هو جدّي، وعن كلّ ما يستدعي الاهتمام أو التفكير العميق⁵، فموجة الترفيه الراهنة تقوم على أساس ربط فكرة الصورة والرسالة مع دغدغة مشاعر المتلقي، تمّ تطبيق هذه الإستراتيجية في الإعلانات أولاً، ثم تمّ نقلها إلى مواد الترفيه، ثمّ اتّسعت لتشمل السياسة والاقتصاد والثقافة⁶.

واليوم أصبحت تُعطى أهمية خاصة لمواد الترفيه لازدياد أهمية التأثير الذي تحقّقه، ولأنّها تؤثر بطريقة غير مباشرة، وغير مواجهة، وغير علنية، وبالتالي غير محسوسة، الأمر الذي يجعل المشاهدين لا يعوّن حقيقة أنهم عرضة للتأثير من خلال هذه المواد التي تبدو بريئة في نظرهم، وهنا يصبح الترفيه في التلفزيون تجسيدا فعليا للتحكّم بالوعي، ووسيلة لتعزيز وجهات النظر وأنماط السلوك المؤسّساتية

¹ Henri Bourgeois : la télévision nous fait-elle la morale ? éditions du Centurion, Paris, 1993 p.67-68

² عبد العزيز شرف، مرجع سابق، ص 27.

³ نفس المرجع، ص 33.

⁴ نفس المرجع، ص 21.

⁵ أديب حضور: سوسولوجيا الترفيه في التلفزيون، ط1، دمشق، 1997، ص ص 6-7.

⁶ نفس المرجع، ص 9.

السائدة، وأداة للإبقاء على الوضع القائم، وهنا يمكننا أن نفهم مقولة "إريك بارنو" لما قال: "الترفيه الشعبي هو في الأساس دعاية تروج للوضع الراهن"¹.

2- البرامج الثقافية في التلفزيون :

يتكوّن البرنامج من عدة عناصر تختلف حسب حجمها وطبيعتها وغرضها وتأثيرها من برنامج لآخر، وتشكل هذه العناصر نسيجاً متشابكاً يجسد قيمة معينة أو يعبر عن أسلوب معين.

"فالبرامج التلفزيونية ليست مادّة جامدة ومصاغة بشكل نهائي ودائم، بل إنّها عرضة للتطور والتجديد على صعيد المحتوى والشكل، وتطور أشكال التعبير التلفزيوني في ظلّ المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتقنية قد أفرزت نوعاً تعبيرياً هجيناً"²، فقد ظهرت بعض المفاهيم الجديدة تجمع بين نوعين تلفزيونيين، فالجمع بين الفيلم الوثائقي والخيال يعبر عنه بمفهوم *docufiction* والمزاوجة بين الإعلام والترفيه يعبر عنه بمفهوم *infotainment*³

وعلى هذا الأساس كان لابد من تصنيف المواد التلفزيونية لما له من أهمية كبرى فهو يملك قيمة اتصالية واجتماعية عالية، والصنف يحوي اتفاقاً بين منتج المادة ومستهلكها، وعلى أساسه يقدر فعل المشاهدة وتتجلى أشكال التفاعل معه⁴.

وعلى العموم يمكن أن نعرّف البرامج الثقافية بأنها : تلك البرامج التي تسعى إلى تقديم موضوع أو فكرة أو قضية ثقافية معينة، قصد تبسيطها في صورة تلفزيونية، مستفيدة من خصائص وإمكانات الوسيلة، تتميز بالتجديد والتبسيط في تقديم ثمرات الفكر والفنّ والعلم على أوسع نطاق ودون أن يمسّ تلك المستويات ذات القيم الكبرى في الإنتاج الثقافي إلاّ دفعاً لها إلى مزيد من التفوّق والإجادة⁵.

¹ أديب حضور، مرجع سابق، ص 13.

² نصر الدين لعياضي: برامج المنوعات التلفزيونية هل تؤدي محاولة الخروج من التماثل إلى الامتثال، (مجلة الإذاعات العربية، ع 1)، مرجع سابق، 2009 ص 38.

³ نفس المرجع، ص 38.

⁴ نفس المرجع، ص 39.

⁵ سهير جاد، سامية أحمد علي: البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع الهرم، مصر، 1997،

وحسب الدكتور محمد معوض فالبرامج الثقافية هي التي تستهدف جميع أوجه النشاط الثقافي الوطني أو الإنساني، إذ تتناول ألوان العلوم والفنون والتربية والتاريخ والصحة والمنجزات الحضارية مستهدفةً جميع فئات المشاهدين ، وتعمل على امتداد زمني سواء كان في الماضي أو الحاضر أو المستقبل، تُسهم في تكوين الرأي العام، كما تُساهم في تشكيل الذوق العام¹.

1-2 خصائص البرامج الثقافية:

وَمُكِّنُنَا أَنْ نُسَمِّيَ الْبَرَامِجَ فِي التَّلْفِزِيُونِ بِالثَّقَافِيَّةِ حِينَئِذٍ :

- 1 - تُضَيِّفُ لِلجَمْهُورِ مَعْلُومَاتٍ هَامَّةً يُمَكِّنُ اسْتِخْدَامَهَا لِأَغْرَاضِ اجْتِمَاعِيَّةٍ.
- 2 - تُمَكِّنُ الجَمْهُورَ مِنْ اكْتِسَابِ مَهَارَاتٍ جَدِيدَةٍ.
- 3 - تَوْسِّعُ نِطَاقَ التَّجْرِبَةِ الثَّقَافِيَّةِ لِلجَمْهُورِ وَتَزِيدُ مِنْ قُدْرَتِهِ عَلَى التَّدْوِقِ وَالتَّعْبِيرِ الْفَنِّيِّ² وَالحَقِيقَةِ حَتَّى نَصِفَ أَيَّ بَرَامِجِ تَلْفِزِيُونِيٍّ بِأَنَّهُ ثِقَافِيٌّ يَجِبُ أَنْ يَكُونَ الخَطَّ الفَاصِلَ عَلَى أَسَاسِ المِضمُونِ وَالمَهِدِفِ وَالأَثَرِ الَّذِي يُحْدِثُهُ البَرَامِجُ، وَفِي البَرَامِجِ الثَّقَافِيِّ يَرْتَبِطُ الشَّكْلُ بِالمِضمُونِ ارْتِبَاطًا وَثِيقًا ، ذَلِكَ أَنْ نَجَاحَ تَأْثِيرِ الرِّسَالَةِ يَتَوَقَّفُ عَلَى تَحْقِيقِ التَّكَامُلِ بَيْنَ الشَّكْلِ وَالمِضمُونِ مِنْ جِهَةٍ، وَبَيْنَ الاسْتِفَادَةِ مِنْ خِصَائِصِ وَإِمْكَانَاتِ التَّلْفِزِيُونِ بِاعْتِبَارِهِ وَسِيلَةً لَهَا كَيْفَافَا الْفَنِّيِّ المِتمَيِّزِ بَيْنَ وَسَائِلِ الاتِّصَالِ مِنْ جِهَةٍ أُخْرَى.³

2-2 أشكال البرامج الثقافية:

تعددت أشكال البرامج في كلِّ من الرّاديو والتلفزيون غير أنّها جميعها في خدمة الأهداف الثلاثة : تثقيف ، ترفيه، إعلام، كما ذهب إليه يوسف مرزوق⁴ ، واستناداً إلى معيار الشكل الذي تتخذه البرامج الثقافية يمكن تصنيفها إلى ما يلي :

¹ محمد معوض: دراسات في الإعلام الخليجي، الجزء الثاني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2002، ص 120.

² سهير جاد، سامية احمد علي، مرجع سابق، ص 71.

³ سهير جاد: البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، مرجع سابق، ص 101.

⁴ طارق سيّد أحمد الخليفني: فن الكتابة الإذاعيّة والتلفزيونيّة، (د.ط)، دار المعرفة الجامعيّة، القاهرة، مصر، 2008 ، ص92.

1 - الحديث المباشر :

من أبسط وأسهل أشكال البرامج التلفزيونية الثقافية، يعتمد على شخصية واحدة تقوم بتوجيه حديثها إلى جمهور المشاهدين، ويعتمد هذا النوع البراجمي على شخصية المتحدث ولباقته، وقدرته على التعبير، واجتذاب الجماهير والتأثير فيها¹.

بدأ هذا الشكل مُبكرًا ولا يزال مُحببًا لدى الجمهور وهو أنواع :

أ - الحديث التثقيفي : يهدف إلى تزويد المشاهدين بالمعلومات الثقافية في مختلف مجالات الثقافة العلميّة والأدبية والدينيّة والفنيّة وغيرها.

ب- الحديث الترفيهي : يعتمد على المحدث اللبّق الذكي، خفيف الظلّ ، ...

ج - الحديث الإعلاني : يتميّز بالوضوح والتّركيز والجادبيّة، يهدف إلى الترويج للسلعة أو الخدمة المعلن عنها من خلال الإشارة إلى أهمّ مُميّزاتها، يقوم بتقديمه شخص واحد وبطريقة مختصرة.

د- الحديث الإعلامي : ينقل المعلومات والحقائق حول الأحداث المحليّة والعالميّة، ويتمثّل في التّشرات، مواجيز الأنباء ، التعليق، التقرير الإخباري، ورسائل المراسلين.²

2 - برامج المقابلات ومناقشة القضايا الثقافية :

من أكثر البرامج التلفزيونيّة الثقافية شيوعا، يعتبر هذا الشّكل قاسماً مشتركاً بين برامج التلفزيون على اختلافها، ويعتمد هذا الشّكل البراجميّ على مقدّم البرنامج، هذا الأخير يُجري الحوار مع شخصيّات مختلفة قد تكون معروفة أو غير معروفة لها علاقة بالجمال الثقافي ، تقوم بتقديم المضمون الثقافي للجمهور بشكل مبسّط³، قد تكون الشّخصية ثابتة ثبوت المقدّم في كلّ حلقات البرامج بينما يتغيّر الموضوع فقط، وقد تكون الشّخصية متغيّرة بحيث يستضيف المقدّم شخصيّة جديدة⁴ في

¹ محمد معوض: دراسات في الإعلام الخليجي، مرجع سابق، ص 124.

² حسن علي محمد : مقدّمة في الفنون الإذاعيّة والسمعيّة، ط 1، الدار العربيّة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2009 ص110.

³ سهير جاد، سامية أحمد علي، مرجع سابق، ص 137.

⁴ فاروق ناجي محمود: البرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه، ط 1 ، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2007 ، ص 68 - 69.

كلّ مرّة، وفي هذا الشكل يُعدّ أسلوب الحوار من أنسب الأساليب التي تنقل المضمون الثقافي بسرعة خاصّة إذا كان مُعدّاً وواضحاً ومنطقياً وجذاباً، وبعيداً عن التفاصيل التي تُشتت انتباه المشاهد ، وعلى هذا يُستحسن أن يراعي المتحدّث في هذا الشكل من البرامج الثقافية:

- أن تكون جُملة بسيطة غير معقّدة.

- أن تكون أفكاره متسلسلة تسلسلاً منطقياً دون إقحام لأفكار أو تفاصيل بعيدة عن الموضوع.

- أن يُكثر من استغلال الأمثلة والقصص التي تجذب المشاهد وتوضّح المعنى¹.
وتنقسم برامج المقابلة إلى ثلاثة أنواع:

• مقابلة الرأي • مقابلة الإعلام • مقابلة الشخصية

3 - التحقيقات التلفزيونية:

تتناول قضايا ثقافية همّ الرّأي العام، تسعى إلى معرفة الحقائق والأسباب والدوافع لتنتقلها إلى المشاهدين بأسلوب شيق عن طريق الصّوت والصّورة²، تقوم بعرض مختلف الآراء ووجهات النّظر لتصل في النهاية إلى قرار أو حل أو تكتفي بالكشف عن الحقائق وإلقاء الضّوء على جوانب الموضوع.

ومن سمات التّحقيق الإذاعي والتلفزيوني :

- إستناده على التحليل الواقعي للمشكلات وينتمي إلى ما يُعرف بمواد الحقيقة.

- يغوص في أعماق الموضوع ويستند إلى الوصف والتحليل والتفسير أثناء عرضه للمظاهر.

- يجب عن التساؤلات والاستفسارات كما يُشبع لدينا حبّ الاستطلاع.

- يصلح لتغطية الأحداث الآنيّة والقضايا والمشكلات المعقّدة والأمور الغريبة³.

¹ سهير جاد، سامية أحمد علي، مرجع سابق، ص 138 - 139.

² محمد معوّذ: دراسات في الإعلام الخليجي، مرجع سابق، ص 124.

³ حسن علي محمد، مرجع سابق، ص 112-113.

4 - برنامج الندوة (المائدة المُستديرة) :

يعتمد بالدرجة الأولى على قيام مناقشة جدلية حول موضوع ثقافي بين عدد من المتخصصين في ذات الموضوع، يتراوح عددهم من ثلاثة إلى خمسة أشخاص¹، هدفها دائما تثقيفي إذ يُحاول إثارة تفكير المشاهد².

وهي ثلاثة أنواع :

أ - الندوة الناقصة : تكون فيها الشخصيات التي يحاورها المقدم متقاربة في وجهات نظرها.

ب - الندوة المتكاملة : يكون الضيوف مختصين في ميادين مختلفة أو لهم وجهات نظر متعددة، وميزة ذلك أنّ المناقشة تعمل على تفعيل البرنامج من خلال الزوايا المتعددة لوجهات النظر.

ج - ندوة الصّراع : هو الأسلوب الذي تكون فيه الشخصيات المستضافة متباينة في وجهات نظرها، ميزة هذا الأسلوب قدرته على التشويق وشدّ الانتباه نتيجة تأثير عنصر الصّراع³.

5 - شكل البرامج الجماهيرية أو برامج المُسابقات :

يتمتع هذا الشكل بشعبية كبيرة لاعتماده عُصريّ المشاركة والتّفكير بين الشاشة والجمهور، إذ يتواجد هذا الأخير داخل الاستوديو ليمثل عيّنة، كما يمكن لجماهير المنازل المشاركة في الإجابة عن الأسئلة عن طريق الهاتف أو البريد الإلكتروني، ويلعب مقدّم البرنامج في هذا الشكل دور الحَكَم بين المتسابقين، كما يقوم بالربط بين الفقرات.

6 - شكل المجلّة التلفزيونية :

استعار التلفزيون هذا الشكل البراجمي من شكل المجلّات الصحفّية لما توفّره من تنوّع في الموضوعات الثقافية، وفي هذا الشكل يقوم المقدّم بعرض وربط الفقرات المرئية ببعضها البعض، وقراءة التّعليق المصوّر وإجراء بعض المقابلات الحوارية⁴.

¹ محمد نبيل طلب، مرجع سابق، ص 82.

² سهير جاد، سامية أحمد علي، مرجع سابق، ص 142.

³ فاروق ناجي محمود، مرجع سابق، ص ص 70-71.

⁴ سهير جاد، سامية أحمد علي، مرجع سابق، ص ص 140-141.

وحتى يتمكن هذا الشكل البراجمي من تحقيق التماسك يجب أن تتمتع عناصره بالثبات والاستقرار ، وذلك من خلال :

أ - عنوان المجلة الذي يعكس أهدافها.

ب - اللحن المميز التابع من المضمون.

ج - وقت البث الثابت.

د - مدة المجلة التي لا يطرأ عليها تغير من أسبوع لآخر.

هـ - التقديم المضبوط الذي يبيّن علاقة الألفة والصداقة بين المستمع والمجلة.

و - أسلوب الربط الذي لا يعتمد إلى التقديم فحسب وإنما يسعى إلى تحقيق التماسك.

ز - البناء الذي يقوم على الفقرات المتنوعة والمتوازنة.¹

والمجلة الإذاعية يمكن أن تضم فقراتها الأشكال التالية :

1- **التقرير الصوتي**: وهو عبارة عن تقرير قصير حول خبر، أو حدث أو تعليق لشاهد عيان.

2- **الحوار**: قد يكون الحوار مع خبير متخصص أو شخصية عامة، كما يمكن أن يكون مع رجل

من الشارع حيث يُدلي برأيه حول قضية ما.

3- **المنافشة**: يُجري المذيع مناقشة سريعة بين ضيفين ويشبه الندوة.

4- **الموسيقى**: يمكن استخدام هذا الشكل في المجلة بعدة طرق :

- إما أن تكون فقرة مستقلة بذاتها (أغنية أو قطعة موسيقية).

- أو نقلة منبثقة من فقرة سابقة (مثلاً حوار مع عازف ينتهي بعزف على آله).

- أو نقلة تمهد لفقرة تالية.

5- **الأخبار**: وهي أحد الأشكال الشهيرة والعريقة لذلك يمكن أن تشكل فقرة جيدة من فقرات

المجلة.

¹ حسن علي محمد، مرجع سابق، ص 118.

6- التمثيلية: إذ يمكن استخدام هذا الشكل كفقرة من فقرات المجلة، وهو نوع محبب جداً، كذلك يمكن تقديم قصة قصيرة بمعالجة درامية بسيطة، كما يمكن تقديم قصيدة بأسلوب درامي مع استخدام الموسيقى.¹

7 - البرامج التسجيلية:

من أهم الأشكال البرمجية أيضاً وهو: "وسيط سينمائي قصير ينقل الحقائق المسجلة من واقع الحياة بطريقة تحليلية مفسرة، مستخدماً في ذلك جميع أساليب العرض المختلفة من أفلام ناطقة أو صامتة أو مؤثرات صوتية ومقابلات وتعليق ومَشاهد درامية، واختصار للزمان والمكان".²

8 - شكل الدراما:

كأفلام السينمائية والتلفزيونية، المسرحيات، التمثيليات، المسلسلات، برامج السرد الدرامي البرامج شبه الدرامية والدراما البيوجرافية التسجيلية.³

والدراما حسب ما ذهب إليه محمد معوض تهدف إلى التثقيف والتوجيه الاجتماعي، وذلك من خلال الفصل والحوار اللذان يعبران عن خوالج النفس، وهذا الشكل البرمجي يستريح له قلب المشاهد وعقله نظراً لما يوقره من ترويح عن النفس كما يساعد على التقليل من التوتر النفسي، ناهيك أنه يضع المشاهد أمام مرآة تعكس له موضوعات ومشكلات تمس حياته اليومية بصورة شيقة ومثيرة وغير مملة.⁴

9 - شكل المنوعات :

يعتبر من الأشكال التلفزيونية الجماهيرية، يتميز بالحركة والتنوع والحيوية، كما يتضمن فنون الموسيقى والغناء والاستعراضات، والمشاهد الدرامية والمواقف الضاحكة⁵، يقوم بتزويد المشاهدين بالأفكار، المعارف، المعلومات والخبرات من خلال عرضه لفقرات خفيفة ومسلية: "ويتوقف نجاح هذا الشكل البرمجي على مقدم البرنامج وعلى فكرته وما يتضمنه من مفاجآت وأفكار جديدة،

¹ حسن علي محمد، مرجع سابق، ص 119...121.

² سهير جاد، سامية أحمد علي، مرجع سابق، ص 143.

³ طارق سيد أحمد الخلفي، مرجع سابق، ص 100.

⁴ محمود معوض: دراسات في الإعلام الخليجي، مرجع سابق، ص 128.

⁵ محمد نبيل طلب، مرجع سابق، ص 83.

وتنوّع الفقرات التي يقدّمها، والرّبط الجيّد بينها، وطريقة إبراز المفاجآت من فقرة لأخرى، والتحديد والابتكار في إخراجها وتقديمها للمشاهدين¹.

وقد ذهب البعض إلى اعتبار برامج المنوّعات الحلقة المثينة الثالثة في تدويل الإنتاج التلفزيوني بعد الأخبار والمسلسلات التلفزيونية².

يقول "دويدار الطاهر" رئيس الإنتاج قنوات النيل المتخصصة ، أن برامج المنوعات : "تجمع بين فنون الشكل وفنون الكلمة ، وهي فن له أشكاله وقوالبه ويستهدف التسلية الراقية والإثارة والإمتاع الحسي والوجداني والعقلي ، ومن ثمّ تصبح إحدى أدوات التشكيل الاجتماعي والثقافي والفني السليم"³.

* بعض الملاحظات على برامج المنوعات:

بصفة عامة تتجه برامج المنوعات "العصرية" إلى إبراز الأبعاد الثقافية الضمنية التالية⁴:

1- اعتماد المذيعين في تقديمهم لهذا النوع من البرامج على لهجة جديدة تجمع بين لهجات عدّة أي كوكتيل لهجات من مناطق مختلفة ، فضلا عن الإكثار من المفردات الأجنبية بطريقة غير مبررة.

2- التقليد الأعمى للبرامج الغربية وانعدام الإبداع الفني ، يجعل المشاهد يقتنع بعدم إمكان وجود بديل قوي ومقنع لما يستورد جاهزا من الغرب.

3- تسليط الضوء المبالغ فيه على المطربين والمذيعين وأبطال الأفلام ، وجعلهم أبطالا وشخصيات مثالية، على حساب الطاقات الشابة التي لا تجد الطريق مفتوحا أمامها.

4- ترويج الثقافة الاستهلاكية وتهيجها.

¹ محمد معوّض: دراسات في الإعلام الخليجي، مرجع سابق، ص 128.

² نصر الدين العياضي، مرجع سابق، ص 41.

³ رضوان محمد عزيزي: الأبعاد الثقافية الضمنية في برامج المنوعات، (مجلة الإذاعات العربية، ع1)، مرجع سابق، 2009، ص52.

⁴ نفس المرجع، ص ص56-57.

5- تسليط الضوء على حياة الفنانين وتقصي أسرارهم الخاصة بهدف تطبيع نمط حياة غريبة عن مجتمعنا وغرسها فيه.

10 - برامج Talk Show :

تعتمد على الكلام من حوارات ومدخلات ، يتخللها بعض الفقرات الفنيّة من موسيقى وغناء، هذا النوع عبارة عن عرض كبير يديره مذيع محاور على درجة عالية من الخبرة والمعرفة والثقافة والخفّة والحضور.

غالباً ما يكون العرض حيّاً على الهواء لأنّ ذلك ما يعطي هذا الشّكل جاذبيّته، والأمر المهمّ كذلك هو وجود مشاركة تفاعليّة من طرف الجمهور الذي يكون حاضراً في الاستوديو أو عن طريق الاتّصال بالهاتف أو الفاكس أو البريد الإلكتروني¹.

وكذلك يُطلق عليها برامج الحديث الاستعراضي ، وقد أصبحت تُنافس برامج المنوّعات في الشاشة الصّغيرة ، خصوصاً إذا كان موضوع النقاش على قدرٍ من الخصوصيّة والاستثنائيّة، وقد استفادت برامج المنوّعات من الإمكانيات التّعبيريّة والتّواصلية التي يتميّز بها الحديث الاستعراضي².

11 - البرامج الموسيقية :

تعتبر من بين الأشكال البرمجية التي تساعد على تحقيق التذوّق الفني والجمالي من خلال ما تقدّمه من موسيقى رفيعة³.

12 - برامج الباليه :

حسب ما ذهب إليه سهير جاد⁴ يدخل هذا النوع في نطاق التذوّق الفنّي والجمالي، وهي تجمع بين روائع الموسيقى العالمية ورشاقة الحركات الرّاقصة.

¹ حسن علي محمد، مرجع سابق، ص 111.

² نصر الدين العياضي، مرجع سابق، ص 38.

³ سهير جاد، سامية أحمد علي، مرجع سابق، ص 144.

⁴ نفس المرجع، ص 146.

13 - شكل البرامج الإخبارية :

هدفها الأساسي هو الإعلام والأخبار وتزويد الجماهير بالمعلومات التي تحظى باهتمامهم أو تلك التي لم يعرفوها من قبل وهي تتخذ أكثر من شكل : الموجز الإخباري، النشرات الإخبارية، التحليلات الإخبارية، المجالات الإخبارية، التعليق الإخباري، التقرير الإخباري، البرامج التسجيلية الإخبارية¹.

2-3 معايير تحرير وإنتاج المواد الثقافية في التلفزيون:

من الواضح أن صياغة الرسالة الاتصالية في المجال الفني تختلف عنها في المجال السياسي أو الاقتصادي أو غيره من المجالات الأخرى، فطبيعة الفن هي من تُضفي الطابع الخاص على الرسالة الاتصالية الممثلة في العمل الفني أي الثقافي، وبذلك تظهر الرسالة مُتأثرة بهذا الطابع في عرضها للأفكار ووسائل التعبير²، فمنطق الفن يكمن في البناء والإحكام الجمالي، ومن دونه لن يتمكن من تحريك الفكر أو بعث الإرادة، لأن أهم ما يميز النشاط الجمالي - من أدب وفنون - أنه يثير الفكر والشعور معاً، فقوالبه الفنية لها أثرها في الوعي وفي توجيهه الوجهة الإيجابية، وفي البرامج الثقافية نجد أن قوالب الأدب أو الأجناس الفنية كالمسرحية أو الرواية أو القصة... تقوم إذا توافر لها نُضجها الفني وإذا أُحكمت بنيتها³.

وبما أن البرامج الثقافية ذات أهداف تثقيفية ولها فلسفة معينة تقوم عليها السياسة الثقافية للإذاعة والتلفزيون، وجب عند تخطيطها مراعاة ما يلي:

- ✓ العنصر التثقيفي الذي يميّز المادة الثقافية في البرنامج الثقافي عن غيرها من المواد في البرامج الإذاعية أو التلفزيونية الأخرى.
- ✓ التجديد، وما الجديد الذي سيضيفه البرنامج إلى الثقافة مقارنة بأجهزة التثقيف ووسائل الإعلام الأخرى⁴.

¹ طارق سيّد أحمد الخليلي، مرجع سابق، ص 100.

² محمد عبد الحميد: الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري، عالم الكتب، القاهرة، (د.ط)، 1993، ص 98.

³ سهير جاد، سامية أحمد علي، مرجع سابق، ص 81، 82.

⁴ سهير جاد، مرجع سابق، ص 80.

بالإضافة إلى ذلك هناك مجموعة من المعايير يجب أخذها بعين الاعتبار عند التخطيط للبرامج الثقافية، نذكر منها:

1- أن يكون تركيز مُحطَّط البرامج الثقافية على المستوى البيئي أي الظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي يعيش فيها جمهوره المستهدف، يعني ارتباط هذه البرامج بأخلاقيات المجتمع.

2- التزام البرامج الثقافية بأخلاقيات الإذاعة والتلفزيون، فلا يجوز إذاعة:

- أي ألفاظ أو تعبيرات سوقية أو تحتوي على معاني مُبتذلة.
- ما من شأنه أن يمس الآداب العامة أو يחדش الحياء.
- ما يؤدي إلى تحبيذ الانحلال الخلقي.
- ما يمس الأديان والعقائد¹.

3- اختيار المضامين الثقافية التي يمكن أن تُحدث أثراً في كل فئة من فئات المجتمع².

4- أن لا تقدّم هذه المضامين للصفوة وحدهم بل تقدّم أيضاً للفئات المحرومة من الثقافة.

5- يجب أن تعمل البرامج الثقافية في إطار التنمية الثقافية للمجتمع.

6- أن تعمل على نشر الثقافة بأسلوب إبداعي خلاق³.

7- يجب أن تكون المواد الثقافية شاملة ومتنوّعة ومُكمّلة لبعضها البعض بما يضمن قوة تأثير

البرامج الثقافية.

¹ سهير جاد، مرجع سابق، ص 80-81.

² سهير جاد، سامية أحمد علي، مرجع سابق، ص 104.

³ سهير جاد، مرجع سابق، ص 84.

وحتى تنجح البرامج الثقافية وتُحقق الهدف الذي تصبو إليه، وجب التخطيط الجيد لها واختيار موادها بعناية، كذلك يجب العمل على تطويرها، من خلال الارتقاء المستمر في مستواها وأساليب إنتاجها، والتطوير يجب أن يشمل نواحي الشكل والمضمون معا.¹

وتقتضي الأساليب الفنية في إنتاج البرامج الثقافية دراسة فكرة البرنامج دراسة وافية، وتحديد هدفه الثقافي، ومعرفة طبيعة الجمهور الذي سيقدّم له البرنامج، واختيار المضمون الذي يُلائمه والوقت المناسب لإذاعته، والمدّة التي يُمكن أن يستغرقها، وأيضاً أسلوب العرض الذي يتفق مع فكرة البرنامج.²

كذلك يلعب الاعتماد على تقنيات الإخراج الحديثة وتوظيفها في المادة الثقافية دوراً مهمّاً في إيصال الفكرة إلى المشاهد بالطريقة المناسبة، فتطوّر تقنيات الإنتاج يؤثّر بدرجة كبيرة في صياغة الرموز الاتصالية في الأعمال الفنية الجماهيرية، وبناء هذه الرموز في علاقتها بالوظائف والأهداف مثل تأثيرات التطوّر في تقنيات التصوير الفيلمي، والصوت، ووسائل الإضاءة وغيرها...³

وبما أن الوسيلة المنتجة للمادة الثقافية ذات طبيعة جماهيرية، فإن تحويل الفكرة الإبداعية إلى عمل جماهيري يتطلّب تضافر عدد كبير من الجهود التي تعمل على صياغة هذه الفكرة المكتوبة لتتعامل مع المدركات الحسية والعقلية لجمهور المتلقّين من خلال الإبداع الجماهيري، الذي يستفيد من طاقات وإمكانات ومهارات كل فرد في فريق العمل.⁴

وعلى العموم عند التخطيط لأي عمل فني جماهيري أو إنتاجه يجب مراعاة مايلي:

- ✓ تحديد الفئات المستهدفة من جمهور المشاهدين.
- ✓ تحديد الأهداف الخاصة بإنتاج وإخراج العمل الفني.
- ✓ بناء التوقعات الخاصة بسلوك الجمهور المستهدف الذي يتفق مع خصائصه وسماته وإطاره الاجتماعي والثقافي.

¹ سهير جاد، مرجع سابق، ص 90 .

² سهير جاد، سامية أحمد علي، مرجع سابق، ص 133.

³ محمد عبد الحميد: الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري، مرجع سابق، ص 114.

⁴ نفس المرجع، ص 98.

✓ صياغة العلاقة بين الأهداف والتوقعات.

✓ قبول الفكرة أو رفضها في إطار نتائج صياغة العلاقة بين الأهداف والتوقعات، وذلك يتم

بداية قبل تنفيذ العمل الفني ودخوله عملية الاتصال الجماهيري، من خلال العرض

والمشاهدة.¹

2-4 القائم بالاتصال في البرامج الثقافية:

يعدّ القائم بالاتصال من أهم عناصر العملية الاتصالية، فهو الذي يقوم بتشكيل الرسالة الإعلامية وفق معايير محددة، وحسب تفكيره وخلفيته المرجعية وأيديولوجيته وحسب سياسة المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها²، وبالرغم من الضغوط التي قد يتعرض لها إلا أنه أولاً و آخراً يكون هو المسؤول عمّا يصل إلى الجمهور، وبالتالي يُصبح في مكانة تؤهله لتكوين الرأي العام وتوجيهه³، لذا يجب أن يكون على وعي تام بالرسائل التي يقدمها، كما ينبغي أن يكون مقتنعاً تمام الاقتناع بالمواضيع التي يُعالجها ويعمل على إيصالها للجماهير، وسواء كان يعمل في الراديو أو التلفزيون عليه أن يكون مُلمّاً بأحدثات وتقنيات العمل في كلٍّ منهما، وأن يكون عارفاً لمختلف الأشكال البرمجية فيهما⁴.

وحتى نقرب من مفهوم القائم بالاتصال وضع الدكتور محمد قيراط تعريفاً إجرائياً له، إذ يرى

بأنه هو: "المحرر والمرسل و كاتب العمود والصّحافي، أي القوّة العاملة في المؤسسة الإعلامية أو مجموعة الأشخاص التي تسهم في تجميع ومعالجة الأخبار وصناعة الرسالة الإعلامية"⁵.

نجد أنّ هذا التعريف يستثني الأشخاص الآخرين الذين يقومون بمساعدة القائم بالاتصال في

صناعة الرسالة الإعلامية، لكنهم لا يُشرفون مباشرةً على عملية جمع وكتابة هذه الرسالة وهم

المصوّرون ، الفنيون، المكتبيون، إلخ...

¹ محمد عبد الحميد: الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري، مرجع سابق، ص 200، 201.

² محمد قيراط: قضايا إعلامية معاصرة، ط 1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2006، ص 21.

³ نفس المرجع، ص 24.

⁴ عبد المحيد شكري: تكنولوجيا الاتصال الجديد في إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، ط 1، دار الفكر العربي، 1996،

ص 47.

⁵ محمد قيراط، مرجع سابق، ص 31.

وقد خلّص محمد قيراط إلى مجموعة من الخصائص تميّز القائم بالاتّصال حدّدها فيما يلي¹ :

- 1 -الإشراف المباشر على تجميع وصياغة ووضع الرّسالة الإعلاميّة في شكلها التّهائي.
- 2 - يقوم القائم بالاتّصال بصناعة الرّسالة الإعلاميّة إمّا منفرداً أو عضواً ضمن فريق كامل من القائمين بالاتّصال لتأدية نفس المهمّة.
- 3 - من النّاحية القانونيّة والأخلاقيّة يُعدّ القائم بالاتّصال مسؤولاً مسؤوليّة مباشرة عن الرّسالة الإعلاميّة التي يُشرف على صياغتها وصناعتها وتقديمها للجمهور.

ويرى العديد من الباحثين أنّ الصّحفي، المحرّر، رجل الإعلام، والقائم بالاتّصال، هي كلّها مُسمّيات للدّلالة على نفس المعنى، أي: "الشّخص أو فريق العمل المسؤول مباشرة عن إنتاج الرّسالة الإعلاميّة لتقديمها للجمهور"².

كما يرى الدّكتور كريم شلبي³ أنّ المذيع في الراديو هو حلقة الوصل التي تربط بين الإذاعة والجمهور، بينما في التلفزيون فهو المقدم والناقل أي القائم بالاتّصال، وهو الشارح والمفسّر وهنا تبرز أهميّة المذيع كوسيلة وكقائم بالاتّصال أيضاً.

يحتاج المذيع إلى أن تتوفّر لديه مجموعة من المؤهلات أو المعايير، هذه الأخيرة قد يمتلكها وقد لا يمتلكها، وبعضها يمكن اكتسابه من خلال التّدريب والممارسة، ومن بين الخصائص أو المؤهلات التي يجب توفرها في المذيع ما يلي ذكره:

المستوى التعليمي : وهو أن يكون المذيع على قدر مناسب من التّعليم هذا الأخير تشترط بعض المحطات أن يكون جامعياً كحد أدنى، في حين لا تشترطه محطات أخرى وتكتفي بالثقافة الواسعة والخبرة في المجال أكثر من اهتمامها بالمؤهل الأكاديمي الذي تعتبره قائماً على التّعليم المتخصص الضيّق.

¹ محمد قيراط، مرجع سابق، ص ص31-32 .

² نفس المرجع ، ص 32.

³ كرم شلبي: المذيع وفن تقديم البرامج للراديو والتلفزيون، مكتبة التراث الإسلامي، القاهرة، (د.ط) ، (د.ت) ص 20 .

المستوى الثقافي : والمقصود بذلك أن تكون ثقافة المذيع شاملة المعارف متنوّعة ومتعدّدة في

شئى المجالات بالإضافة إلى خبراته العامّة ودرايته وإدراكه للأحداث التي تجري من حوله ما يجعله شخصيّة عميقة الفهم جديرة بالاحترام وذات قيمة حقيقيّة.

وتجدر الإشارة إلى ضرورة تمتّع المذيع بالسلامة اللغويّة والابتعاد عن الأخطاء اللغويّة الشائعة التي من شأنها التأثير على إحساس المستمع الذي سرعان ما يفقد الثقة في الرّسالة الإعلاميّة الموجهة إليه.

والحديث عن تمكّن المذيع وإلمامه باللّغة يؤدّي إلى الحديث عن ضرورة الإلمام باللّغات الأجنبيّة أيضاً، لمواكبة المستجدّات العالميّة وللإستفادة من التفاعلات الأجنبيّة¹.

السلامة الصّوتية والتّحوية : إذ تُعتبر من المؤهّلات الأساسيّة للمذيع المحترف فالصّوت الجيّد والقدرة على الكلام بطريقة سليمة يُمكنان المذيع من تأدية وظيفته على أكمل وجه².

الدّكاء وسرعة البديهة والقدرة على التّخيّل : فمن المعروف أنّ العمل في الإذاعة والتلفزيون

لا يخلو من الصّعوبات والمفاجآت، وعليه مثل هذه المهارات تمكّن المذيع أو القائم بالاتّصال من التّعامل مع أيّ ظرف طارئ أو مواقف جديدة لإنقاذ الموقف، وحتّى لا يحسّ المشاهد أو المستمع بوجود أيّ خلل ما.

كما أنّ الخيال يدخل في إطار الإبداع فهو الطّريق إلى الابتكار، ودونه يكون المذيع عاجزاً عن الارتجال أو التّعبير التلقائيّ ممّا يشكّل له صعوبة في مواجهة الجمهور³.

بالإضافة إلى كلّ هذا على المذيع أن يتمتّع بالتّواضع وعدم التّعالي والتّزمت، كما يجب أن يكون واثقاً من نفسه، قادراً على العمل ضمن فريق متكامل وأن يتمتّع بحضور مؤثّر، ذو شخصيّة مرحة مُحبّبة وله القدرة على التّعامل مع الكاميرا والتّعبير الجيّد.

¹ كرم شلبي: المذيع وفن تقديم البرامج للراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص 22 .

² نفس المرجع، ص ص 24، 23 .

³ نفس المرجع، ص 26 .

على المذيع أيضا أن يتمكن من إدارة الحوارات المثيرة مع الضيوف المتخصصين، كما يجب أن يكون مُحِبّاً، وسلساً مع من يتصل به عبر الهاتف، وأن يتمتع بحضور مؤثر،¹ لذا يجب أن يتجنب الانفعال والعصبية أثناء محاورته للضيوف.²

وبما أننا بصدد الحديث عن البرامج الثقافية يجب أن يتمتع القائم بالاتصال فيها بمزايا تمكنه من إنتاج هذا النوع من البرامج كالخبرة والموهبة والثقافة الواسعة والإتقان والجودة، وبصفة أخص القدرة على التعامل والأداء أمام الكاميرا إذا كان العمل في التلفزيون.³

وهناك بعض الأشكال البرمجية تعتمد على مقدم البرنامج بالدرجة الأولى وعليه يتوقف نجاحها، فمثلاً في البرامج الثقافية المتنوعة كلما كان المقدم جذاباً وحيوياً وأداؤه مُميزاً وخفيفاً وكانت له قدرة على الإمتاع وعلى الربط الشيق بين الفقرات كان البرنامج ناجحاً.⁴

بينما في البرامج الثقافية الوصفية أو الاستدلالية على المقدم أن يكون على قدرٍ من الإيناس والألفة صوتاً وصورةً حتى يكون قريباً من المشاهد، و متمكناً من عرض المواضيع الثقافية في بساطة ووضوح ودون تكلف أو تعقيد، فالمقدم هنا يكون كهزمة الوصل بين المستمع أو المشاهد وبين البرنامج الثقافي، فهو الذي يعرض تفاصيل فقراته ويفسرها، وهنا يجب الإشارة إلى أن المقدم أو المذيع بحاجة إلى نوع خاص من المعرفة وذلك حسب طبيعة البرنامج الثقافي الذي يقدمه.⁵

وفي ظلّ الاختراق الثقافي الوارد إلينا من الغرب لا بدّ من السعي إلى خلق وإنتاج وصياغة ثقافة ناجحة قادرة على التصدي لهذا الغزو، وهذا قد يأتي في ظلّ وجود القائم بالاتصال الكفاء والمناخ المهني والمجتمعي الجيد الذي يساعده على ذلك،⁶ لذا من الضروري اختيار القائمين بالاتصال بعناية حبداً لو كانوا من المجتمع المحلي لأنهم الأقدر على فهم طبيعة وواقع وتطلّعات المجتمع الذي ينتمون

¹ حسن علي محمد، مرجع سابق، ص 103.

² فارس عطوان، مرجع سابق، ص 162.

³ محمود معوض: دراسات في الإعلام الخليجي، مرجع سابق، ص 125.

⁴ نفس المرجع، ص 127.

⁵ سهير جاد، سامية أحمد علي، مرجع سابق، ص 135.

⁶ محمد نبيل طلب، مرجع سابق، ص 125، 126.

إليه، وتحديد ما يحتاجه أفرادهم فعلاً، مع الاهتمام بجانب الدورات التدريبية للقائمين بالاتصال والتي من شأنها تنمية مهاراتهم حتى يتمكنوا من تأدية عملهم بكفاءة عالية¹.

- على القائم بالاتصال في البرامج الثقافية أن يكون على دراية بثقافة المجتمع الذي يتواجد فيه وعليه أيضاً أن يختار الكلمات والعبارات المناسبة، وذلك حسب نوع البرنامج الذي يقدمه وما يتطلبه وحسب نوعية الجمهور الذي سيقدم له البرنامج.
- أن يكون أسلوبه مناسباً مع طبيعة البرامج الحوارية والجماعية وبرامج الهواء.
- أن يكون مؤهلاً ثقافياً وعلمياً.
- أن يكون شكله مناسباً ومظهره لائقاً².

ولقد أوضحت نتائج دراسة ميدانية أجرتها الباحثة دينا فاروق أبو زيد على 485 عينة فيما يخص مميزات المذيع التلفزيوني، أن أغلب جمهور العينة يفضلون المذيع الرجل في تقديم النشرات والبرامج الثقافية لأنه أكثر جدية ووزانة، ويفضلون المرأة في تقديم برامج المرأة والمنوعات لأنها أكثر جاذبية وبهجة، كما أبرزت الدراسة أن معظم أفراد العينة يفضلون المذيع الشاب في تقديم برامج المنوعات لأنه أكثر حركة وحيوية ونشاطاً، بينما يفضلون المذيع متوسط العمر في تقديم نشرات الأخبار والبرامج الثقافية لأنه يجمع بين الحيوية والخبرة الثقافية³.

3- الفضائيات :

أدت التحولات التكنولوجية المتلاحقة وتطور وسائل الاتصال إلى تشكّل وضع اتّصالي كوني جديد ألغيت فيه الحدود والمسافات، حتى أصبح العالم بقاراته كالقربة الصغيرة تتشابك فيها الثقافات على نحو لا يخلو من صراع وهيمنة، إذ يشهد العالم كلّ يوم ولادة قنوات فضائية جديدة، وتوقف قنوات أخرى عن البثّ، وانتقال ثالثة إلى قمر آخر مختلف تماماً أو تغيير مكانها على نفس القمر، "هذا الوضع جعل من القنوات الفضائية أشبه بنهر متدفّق لا يكفّ عن الجريان" على حدّ تعبير

¹ منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي: الإعلام والمجتمع، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004، ص 169.

² دينا فاروق أبو زيد: مهارات المذيع التلفزيوني، (مجلة الفن الإذاعي، ع 170)، مجلة شهرية تصدر عن معهد الإذاعة والتلفزيون، مصر، 2003، ص 76. وقد تم تحميل هذه المجلة من الموقع الإلكتروني التالي:

http://www.rti53.com/rti/search_result.asp

³ نفس المرجع، ص 79.

الباحث أمين سعيد عبد الغني¹، فلم يعد الجمهور يعتمد على محطة بث تلفزيوني واحدة بل أصبح بإمكانه مشاهدة معظم محطات العالم الفضائية، وذلك بفضل وسائل التكنولوجيا المتطورة، لقد انتشرت الفضائيات في كافة أنحاء العالم²، "وأصبحت بذلك منطقتنا العربية تحت تغطية عدد كبير من المحطات التلفزيونية عبر الأقمار الصناعية المباشرة، ومن تلك المحطات ما هي أجنبية أو ممولة عربيا ومنها ما هي حكومية"³، وقد دخل العرب مجال الاتصال الفضائي بشكل واسع منذ عقد التسعينات، وراحت الحكومات العربية تتسابق في إنشاء القنوات الفضائية، وأولت هذا المجال أهمية خاصة، في إطار الاهتمام بتطوير وسائلها الإعلامية، وانتشرت بذلك الفضائيات التي تبث برامجها سواء من داخل الوطن العربي أو خارجه⁴.

ولم تعرف هذه القنوات نمواً في عددها فقط بل تنوعاً في طبيعتها أيضاً، فنجد:

بعض هذه القنوات حكومية رسمية، وبعضها خاصة، مفتوحة أو مشفرة، كما أنّ هذه القنوات لها غايات وأهداف متعدّدة منها القنوات العامة أو ما تسمى بـ "الجامعة" لعرضها العديد من البرامج المتنوعة وهي كثيرة العدد، ومنها قنوات متخصصة في مجال معين كالأخبار والرياضة والأفلام والثقافة، إلخ...⁵، وقد كان الاتجاه نحو تخصص القنوات من حيث المادة والجمهور المستهدف من أجل تفتيته إلى شرائح متباينة بدافع الدخول في عصر المنافسة لكسب ثقة المشاهد، واكتفت بذلك كلّ قناة بجمهور محدد وفقاً لاهتماماته بعد أن كان التطلّع دائماً نحو أوسع قاعدة ممكنة من الجمهور⁶.

¹ أمين سعيد عبد الغني: الثقافة العربية والفضائيات، رؤية إعلامية من منظور منهجية التحليل الثقافي، ط1، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، 2003، ص 132.

² فارس عطوان: مرجع سابق، ص 7.

³ إياد شاكر البكري: عام 200 حرب المحطات الفضائية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، 1999، ص 83.

⁴ عبد الملك الدّناي: البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية (د.ط)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006، ص 128.

⁵ نفس المرجع، ص 128.

⁶ محمد محمود ذهبية: الإعلام المعاصر، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، دار أجنادين للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص 191.

ويرى الملاحظ اليوم للمنطقة العربيّة أنّها تعيش بطبيعتها انفجاراً لافتاً للانتباه من حيث تكوين الفضائيات والتي قُدِّر عددها في حدود سنة 2009 بحوالي 700 قناة فضائية، " ويعكس مثل هذا الانفجار تنوعاً رهيباً في التّوجهات والمضامين والانتماءات الأيديولوجيّة والسّياسيّة والثّقافية والدينيّة فقد أثبت هذا الانفجار الذي ميّز الفترة الفاصلة بين سنة 2000 و 2010 عمق التنوّع في المنطقة العربيّة واختلاف الفاعلين المتدخلين في هذا المجال ، وتنوّع مشاربهم واتّجاهاتهم واختلاف مرجعياتهم وتناقض الأهداف التي يريدون الوصول إليها " ¹، فقد كشف التقرير السنوي لسنة 2009 الصّادر عن اللّجنة العليا للتّسيق بين القنوات الفضائيّة العربيّة التّابعة للاتّحاد إذاعات الدّول العربيّة، أن الشبكات الحكوميّة تملك 46 قناة عامة و 48 قناة متخصصة أي 97 قناة، أما شبكات القطاع الخاص فتمتلك 161 قناة عامة و438 قناة متخصصة أي 599 قناة.²

وعلى العموم، وحسب ما ذهب إليه الدّكتور عبد الملك الدّناني فإنّ القنوات التلفزيونية تتعدّد وتنوّع وفقاً لمحورين أساسيين:

1 - الموقف أو السّياسة العامّة المتتبعة من طرف القناة وفي كافة المجالات، والتي تعكس المنطلقات الأيديولوجية والفكرية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية للقوى التي تملك القناة، كما تخدم مصالح هذه القوى وتجسّدتها.

2 - نوعية القناة وشخصيتها: فهناك قنوات عامّة ومركزية، طابعها تجاري أساساً، وتتوجّه إلى شرائح واسعة من الجمهور غير الجديّ ذو المستوى التعليمي والثّقافي المتواضع، تقدّم هذه المحطّات مواد ترفيهية وتسلوية لكن مضمونها الأيديولوجي واضح.³

ومّا لاشكّ فيه أنّ الجماهير لا تتابع كلّ الفضائيات الموجودة في العالم بل وحتى كلّ الفضائيات العربيّة، ممّا جعل هذه الأخيرة تضع على عاتقها مهمّة تحفّي الجماهير لمشاهدة برامجها وإيصال رسالتها الإعلامية، قصد توعية تلك الجماهير والتأثير فيها وفي الرّأي العام العالمي.⁴

¹ المنصف وناس: الفضائيات الأجنبية الموجهة إلى المنطقة العربيّة، قراءة مدخّلية، (مجلة الإذاعات العربيّة، ع 2)، مرجع

سابق، 2010، ص 10.

² نفس المرجع، ص 11.

³ عبد الملك الدّناني، مرجع سابق، ص 130.

⁴ فارس عطوان، مرجع سابق، ص 11.

تنوّع الفضائيات وتختلف حسب ما تقدّمه من برامج ، التي تختلف هي الأخرى في طبيعتها وعددها حسب تخصص المحطات الفضائية واقتصارها على نشاط إعلامي واحد أو أنشطة إعلامية مختلفة، لذا يتعدّد الجمهور حسب طبيعة برامجها وتخصّصها في البثّ الإعلامي الذي تحدّده تلك الفضائيات¹.

3 1 أنواع المحطّات:

- 1 - المحطّات الدّينية: هي قنوات متخصّصة لكنّها في نفس الوقت تختلف عن بعضها وجمهورها أكيد من المتديّنين سواء في الوطن العربي وربما بعض البلدان الإسلامية والمسلمين في أنحاء المعمورة (مثل: الرسالة، إقرأ، العفاسي،...)
- 2 - هناك أيضا فضائيات متخصّصة في الشؤون الاقتصادية فقط (مثل: الاقتصادية، العقارية...)، تقوم بالإعلام التجاري والاقتصادي، كما تقدّم نشرات أخبار اقتصادية موسّعة.
- 3 - كما أنّ هناك فضائيات متخصّصة في الأغاني والموسيقى والطّرب، جمهورها واسع بين قطاع الشّباب، ولكنّها تعتبر فضائيات على المستوى العربي لا العالمي، جمهورها عربي غير عربي (مثل: روتانا، ميلودي، دريم...).
- 4 - ومن المحطّات ما هو متخصّص فقط في الإعلانات إذ تسعى لترويج سلع ذات طابع معيّن وهي منتشرة في العالم وجمهورها عالمي.
- 5 - هناك محطّات إيديولوجية حزبية ذات طابع سياسي أو ديني، جمهورها محدود ممّن يهتمون بالقضايا الدّينية أو السياسية (مثل: المنار، المجد، الفرات، الأنوار).
- 6 - هناك محطّات إخبارية وسياسية تعالج قضايا محلية، ودولية، وعالمية، تهتمّ بتغطية الأخبار والأحداث العربيّة والدّولية ، هدفها التأثير في الرّأي العام، جمهورها واسع وعريض عربياً وعالمياً، عائدها ضخّم، والإعلان فيها مريح (مثل: الجزيرة، العربيّة).
- 7 - هناك محطّات تعمل بشكل متنوّع ولكن لها قنوات تتفرّع منها، كلّ قناة منها لها تخصّص مثل قناة MBC، فمنها ما هو متخصّص للأفلام الأجنبيّة، ومنها ما هو متخصّص للأطفال، ومنها ما هو متخصّص للأفلام العربيّة.²

¹ فارس عطوان، مرجع سابق، ص 133.

² نفس المرجع، ص 136...138.

- 8 - قنوات الرياضة: تهتمّ بنقل الأحداث الرياضية العربية والعالمية مع التركيز على مباريات كرة القدم.
- 9 - قنوات الأسرة والطفل والمرأة.
- 10 - قنوات التعليم والبحث العلمي: تعتمد طرقاً بيداغوجية ووسائل تقنية في عرضها للبرامج التعليمية.
- 11 - قنوات تفاعلية: تقوم ببثّ إرساليات قصيرة وهو ما يوفّر فرصة للتخاطب بين المشاهدين.
- 12 - قنوات علمية وطبية: تقوم بعرض برامج صحية وتربوية وتسلط الضوء على أبرز المشاكل الصحية التي يواجهها الإنسان.
- 13 - قنوات درامية: تشمل القنوات التي تهتم بعرض الأفلام والمسلسلات العربية وغير العربية¹

أصبحت هذه القنوات المتخصصة بمثابة ملاذ الجماهير التي لا تجد ظالمتها في المادة التلفزيونية المقدمة من قبل القنوات العامة، إذ ليس بمقدورها أن تستجيب إلى جميع الحاجات في جميع الأغراض البرمجية، كما أنّ معادلة إرضاء كلّ الأذواق والتوجّه إلى جمهور مختلف ومتعدّد صعبة التحقيق، أضف إلى ذلك الرغبة في التميّز والتفرد وشدّ انتباه شريحة معينة من الجمهور تكون دائماً الوفاء لبرامجها. كلّ ذلك يفسّر بعث القنوات الفضائية العربية المتخصصة لتساير وتواكب المشهد الفضائي السّمعي البصري العالمي وما يطرأ عليه من تحولات².

3-2 ملاحظات عامة حول المشهد الفضائي العربي:

- 1 - بروز مجموعة من القنوات العربية المتخصصة التي تقدّم بعض برامجها باللّغة الأجنبية أو تقوم بدور العارض لمنتجات أجنبية مترجمة إلى العربية، مثل: MBC4، DUBAI ONE.

¹ منصف العيّاري: القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، (سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، ع 56)، إتحاد إذاعات الدّول العربية، تونس، 2006، ص ص 18-19.

² نفس المرجع، ص 7.

- 2 - كثرة القنوات وتزايد حجم البث على مدار 24 ساعة دفع بالقنوات إلى الاعتماد على الإنتاج الأجنبي ، والاعتماد على البرامج الأجنبية الوافدة بشكل كبير في الخطة البرمجية للفضائيات له تأثيره المباشر على الجماهير.
- 3 - التوجّه نحو الاعتماد على البرامج التفاعلية التي تعتمد على مشاركة الجماهير عبر المكالمات الهاتفية المطوّلة والمرجحة¹.
- 4 - ظهور ارتجالي مُتسرّع للقنوات العربية المتخصصة لمجرّد التباهي وتحقيق وجود فضائي.
- 5 - غياب القنوات المتخصصة الموجهة للآخر².
- 6 - التهميش الذي نال الثقافة في القنوات المتخصصة "إذ تظلّ الثقافة الطّفل اليتيم في المشهد التلفزيوني العربي سواء تعلّق الأمر بحظّها في القنوات الشمولية أو المتخصصة"³.
- 7 - اتّجاه أغلب الفضائيات إلى تكريس ثقافة اللهو والفرح ، ممّا يقدّم للآخر صورة خاطئة عنّا وكأنّ العالم العربي خالٍ من الثقافة والمعرفة والعلم والأدب⁴.
- 8 - التّمائل الشّديد على مستوى البرمجة المقترحة للقنوات الفضائية وقنوات البثّ الأرضي (المحليّة) بالرّغم من اختلاف المجال والجمهور والأهداف⁵ ، بالإضافة إلى التّكرار الذي يصعب معه تلمّس الاختلافات واكتشاف التّباينات⁶ ، إذ تميّز الفضائيات بضعفها وعدم قدرتها على الخروج من بؤرة التّقليد والمحاكاة والتّكرار ، بالإضافة إلى عدم تمكّنها من اتّخاذ المبادرة والعمل على إنتاج ثقافي محليّ متنوّع ومتعدّد يستجيب لخصائص وتوجّهات المواطنين⁷.
- 9 - رغم انتشار الفضائيات وتعدّدها وتنوّعها فإنّها جميعاً تحرّص على عرض الإعلانات التجارية حول السّلع والخدمات⁸ ، "فالأصل في هذه القنوات كلّها هو التّجارة كما هو ظاهر"⁹.

¹ منصف العيّاري، المرجع السابق، ص ص 41، 42.

² نفس المرجع، ص 54.

³ نفس المرجع، ص 56.

⁴ عبد الملك الدّناي، مرجع سابق، ص ص 136-137.

⁵ نفس المرجع، ص 139.

⁶ المنصف وناس، مرجع سابق، ص 11.

⁷ نهود عيسى القادري، مرجع سابق، ص 323.

⁸ فارس عطوان، مرجع سابق، ص 175.

⁹ إبراهيم عبد المجيد: المشهد الثقافي العربي ما وراء الأزمة، (مجلة النور، عدد 163)، 2005، لبنان، بيروت، ص 137.

10 - الانفجار اللافت في عدد الفضائيات خاصة في الفترة المحددة ما بين سنتي 2003 و 2010 وما كشف عنه من تناقضات بين مختلف الفاعلين في هذا الميدان سواء من حيث مرجعياتهم الفكرية والسياسية أو الأهداف التي يسعون إليها أو الرسائل التي يحاولون بعثها لإقناع الجماهير والتأثير فيها، أكد عمق الاختلاف الثقافي والفكري والاستراتيجي وغير الفكرة القائلة بأن المنطقة العربية متجانسة من الناحية الحضارية والثقافية والاجتماعية والعقدية¹.

11 - دخول قنوات أجنبية مجال البث باللغة العربية ومنافستها للمحطات الفضائية العربية².

12 - يكثر اهتمام القنوات بلجانب الدرامي خاصة المسلسلات وفي شهر رمضان بالذات، إذ يرتبط تسويق البرامج الدرامية بهذا الموسم، مما دفع بالشركات المنتجة إلى التنافس على النجاح في موسم رمضان، أما باقي المواسم فيكتفي فيها بإعادة بث الأعمال الرمضانية.

13 - انتشار ظاهرة الاعتماد على المذيعات الجميلات اللاتي يبالغن في التزين والتعري لجذب اهتمام المشاهدين، وحبذا لو يكن لبنائيات أو يتقن اللهجة اللبنانية .

14 - بروز اتجاه نحو الاستيراد من بلدان شرق آسيوية خاصة في المجال الدرامي مثل كوريا، والصين، والاهتمام بالإنتاج الدرامي التركي ودبلجته إلى اللهجة العامية ، وكذلك الأفلام الهندية المدبلجة إلى العربية الفصحى كتابياً باعتماد الدبلجة الصوتية باللهجة الخليجية³.

15 - اتجاه بعض الفضائيات العربية إلى المساهمة مع غيرها الأجنبية في نشر المضامين الثقافية الأجنبية الهابطة التي لا تتلاءم مع مجتمعاتها ، معرضة بذلك مقومات الشخصية العربية إلى التشويه والاغتراب ، وراحت تلك الفضائيات تتسابق لإرضاء الشّباب المشاهد بأي صورة حتى أصبحت شبيهة بالنوادي الليلية في تقديمها لمختلف أنواع الإثارة، بل وتفوّقت في العديد من الأحيان على المحطّات الفضائية الأجنبية⁴.

¹ المنصف وناس، مرجع سابق، ص ص 10، 11.

² إياد شاعر البكري، مرجع سابق، ص 212.

³ عزري أمال: برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية وتأثيرها على قيم وسلوك المراهقين - برنامج ستار أكاديمي على قناة LBC 25 جانفي - 09 ماي 2008 نموذجاً - دراسة ميدانية في منطقة ولاية سكيكدة، (رسالة ماجستير غير منشورة) في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر ، 2010 ، ص 77.

⁴ ياسر خضير البياقي: الفضائيات الثقافية الوافدة وسلطة الصورة، (مجلة المستقبل العربي، ع267)، مجلة فكرية شهرية يُصدرها مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2001، ص 117.

16 - إنّ العولمة بوجهيها الثقافي والاقتصادي فرضت على القنوات الفضائية الخاصة

البحث عن مصادر تمويل توفر لها ميزانيات هائلة تمكّنها من استيراد برامج منوّعات غريبة ، وبالتالي ستخضع لشروط الجهة المالكة فيما يتعلّق بطريقة إنتاج البرامج الذي سيكون بعيدا عن قيم وتقاليد المشاهد العربي (كبرنامج تاراتاتا، وبرنامج ستار أكاديمي)¹.

إنّ ما يشهده العالم من تغيّرات مسّت كافة مجالات الحياة المعاصرة بفعل ما أحدثته ثورة الاتّصال والمعلومات والتّقنيات الحديثة انعكس على أساليب الحياة والتّفكير والقيم، إمّا بطريقة إيجابية أو سلبية، كما أن انتشار القنوات الفضائية وخاصة الأجنبية جعل الوطن العربي يتحوّل إلى منطقة متلقّية ومستوردة من مصادر أكثر تنوعاً وتناقضاً في الأفكار والمعارف والعقائد². ويرى البعض أنّ ما تعرضه القنوات الأجنبية من برامج متنوّعة هو الشرّ بعينه والخطر المحدق الذي يهدّد المواطن العربي وثقافته وعاداته ومعتقداته، أمّا البعض الآخر فيعتبر ذلك انفتاحاً على ثقافات جديدة ونافذة على العلوم والفنون والمعرفة³.

3-3 إيجابيات الفضائيات على المستوى الثقافي:

1- أداة تثقيف وانفتاح على العالم الخارجي: من حيث إسهامها في إثراء المعرفة، ونشر

الثقافات في العالم، كما أنّها توسّعت من نطاق التعليم وتنشر الوعي، وتساعد في نشر المعلومات والأخبار والحصول عليها⁴.

2- فتح باب المنافسة المحترفة لتطوير الإنتاج: إنّ كثرة الفضائيات وتنوع مضامينها

جعلت المشاهد يختار القناة الأقرب إلى عقله واهتماماته ورغباته.

هذا الوضع أدى إلى خلق تنافس محموم بين المحطات الفضائية من أجل جذب أكبر عدد من

المشاهدين من خلال تقديمها للبرامج الجيدة والمتميّزة⁵.

¹ رضوان محمد عزيزي: مرجع سابق، ص 55-56.

² ياسر خضير البياتي: الفضائيات الثقافية الوافدة وسلطة الصورة، مرجع سابق، ص 111-112.

³ عبد الله بوجلالة: الآثار الاجتماعية والثقافية للإعلام في ظلّ العولمة، (مجلة المعيار، ع6)، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، 2003 ص 259.

⁴ عبد الله بوجلالة: الهوية الثقافية العربية الإسلامية في ظلّ العولمة، (مجلة المعيار، ع12)، مرجع سابق، 2006، ص 218.

⁵ عبد الله بوجلالة: الآثار الاجتماعية والثقافية للإعلام في ظلّ العولمة، مرجع سابق، ص 260.

3 - إعطاء طابع ديمقراطي للثقافة: ففضل التلفزيون والفضائيات أصبحت الثقافة

ملكاً للجمهور ولم تعد محصورة في فئة معينة، أو موضوعات معينة، فهي اليوم تقدم بقوالب فنية عديدة وجميع الفئات.

4 - تقديم المادة الثقافية بشكل مناسب: وذلك من خلال اعتماد الشكل الفني

الذي يتناسب مع طبيعة الجمهور وطبيعة المادة الثقافية المراد إيصالها له، واعتماد لغة تلفزيونية مناسبة¹، بالإضافة إلى استغلال ما توفره تقنيات الاتصال الحديثة في مجال الإخراج يؤدي إلى ظهور البرامج الثقافية في أحسن صورة ممكنة، وبالتالي تكون قدرتها على الوصول والانتشار والقبول أكبر.

- إن ما تقدمه الفضائيات من فنون ومواد ثقافية سمعية بصرية، يثير في نفوس المتلقين الصور الذهنية والشعور بالوجود والتوحد وتقوية الروح الجماعية.²

3 4 سلبات الفضائيات على المستوى الثقافي :

1 - المشكلة اللغوية :

وهي تعتبر من أهم العوائق، فتعدد اللغات يقف حائلاً أمام عملية التواصل خاصة في مجال انتشار وتبادل الإنتاج الثقافي بين الدول مثل ما حصل مع البث التلفزيوني الأوروبي في اليوروفزيون فتعدد اللغات الأوروبية وتنوعها كان عائقاً أمام انتشار البرامج الثقافية وتبادلها بين أعضاء الشبكة هذا من جانب ومن جانب آخر يمثل استخدام عدد محدود من اللغات مشكلة دولية جديدة ، إذ يؤدي إلى تمييز وتغنيان لغات الدول الكبرى المهيمنة على الإعلام على حساب لغات الأقليات³.

2 - القضاء على التنوع الثقافي في المجتمعات :

من خلال تعزيز الهيمنة والتبعية الثقافية للدول المتقدمة وفرض النموذج الثقافي الأمريكي بشكل خاص عن طريق وسائل الإعلام، فالثقافة اليوم لم تعد تخضع كما في السابق إلى وسائل تقليدية، فقد أصبحت اليوم متأثرة بالتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال التي تمكنت من حرق

¹ محمد كحط عبيد الربيعي، مرجع سابق، ص 47.

² حسين الأنصاري: الوظيفة الثقافية للقنوات الفضائية العربية، قراءات ومطالعات ، (مجلة الإذاعات العربية، ع 1)، 2009، مرجع سابق، ص 141.

³ إياد شاعر البكري، مرجع سابق، ص 41.

ثقافات الدّول في العالم، وعلى هذا جعل مصطلح العولمة الثقافيّة تعبيراً شائعاً عن قُدرة الثقافات القويّة تكنولوجياً على السّيطرة على الثقافات الضّعيفة تكنولوجياً¹، ولعلّ من أبرز ملاحظها فرض النّمودج الأمريكي والغربي على المجتمعات الأخرى من خلال هيمنة السّينما وسيطرة الإعلام والمعلومات والاتّصالات وبتّ الصّور والأفلام والانترنت والبتّ الفضائي².

إنّ تعدّد القنوات الفضائيّة دفع نحو الحاجة لاستيراد المادّة التلفزيونيّة الثقافيّة من الخارج، والمتابع أيضاً للقنوات الأجنبيّة يُلاحظ الحضور القويّ للبرامج الأمريكيّة، ما جعل العديد من الأصوات تُنادي بمقاومة المدد الإعلاميّ الأمريكيّ، فالولايات المتّحدة الأمريكيّة لوحدها " تحتكر صناعة إنتاج البرامج السّميّة البصريّة"³، والمتتبع للسّينما الأمريكيّة يجد بأنّها تحبّي في ثناياها غزواً فكرياً وثقافياً مدعوماً من السّلطة ذاتها، خاصّة وأنّها تحتكر 80% من الإنتاج السينمائي والتلفزيوني في العالم، هذا الأخير يمتلك من قوّة الجذب والإثارة ما يساعده على نشر ما يريد من أفكار ومفاهيم مشوّهة وغرسها في أذهان النّاس⁴.

فالولايات المتّحدة اليوم تشكّل القاعدة المركزيّة "والأكثر تأثيراً في المشروع الثقافيّ العالمي بوجهه الاحتكاري وقدراته التكنولوجيّة الهائلة وأدواته الإعلاميّة المتقدّمة"⁵.

3 - تغيير القيم الثقافيّة :

إنّ الثّورة الإعلاميّة ما هي في الحقيقة إلّا ثورة تقنيّات يؤدّي سوء استخدامها إلى عُربة الفرد في المجتمع الذي يعيش فيه، كما يؤدّي إلى تغيير وتشويه قيم المجتمع الأصليّة⁶.

¹ عبد الله بوجلال: العولمة وأثرها في الخصويّة الثقافيّة الجزائر نموذجاً ، (مجلة المعيار، ع5)، مرجع سابق ، 2003 ص159.

² نفس المرجع، ص 160.

³ عبد الملك الدّاني، مرجع سابق، ص 331.

⁴ نفس المرجع، ص ص 328، 329.

⁵ عبد الله بوجلال: الآثار الاجتماعيّة والثقافية للإعلام في ظلّ العولمة، مرجع سابق، ص 254 .

⁶ نبيل دجاني: البعد الثقافي والاتّصالي في ضوء النّظام العالمي الجديد، (مجلة المستقبل العربي، ع 224)، مرجع سابق، 1997، ص 62.

إنّ الاختراق الثقافي - الاتصالي يُؤسّس إلى منظومة جديدة من القيم الوافدة إلى المجتمعات العربية والنّامية فتتغلغل ببطء وثبات ضمن قيمها المحليّة لتدمرها وتمزّقها وتحلّ محلّها القيم الغربيّة والأمريكيّة¹، وهذا ما تهدف إليه العولمة الثقافيّة من خلال "زرع القيم والأفكار النّفسيّة والثقافية للقوى المسيطرة في وعي الآخرين وعلى الأخصّ أبناء المجتمعات العربيّة ... وإعادة صياغة قيم وعادات جديدة تُؤسّس لهويّة ثقافيّة وحضاريّة أخرى لهذه المجتمعات"².

وتستند السّياسة الثقافيّة الأمريكيّة إلى مجموعة من المقيّمات تسعى إلى تنميط السّلوك الإنساني وخلق الإنسان ذي البعد والاتجاه الواحد مثل قيم الفرديّة والأنانيّة وقتل الإحساس بالجماعة، الحرّيّة الشّخصية، الحياد، وثبات الطّبيعة البشريّة، وغياب الصّراع الاجتماعي وكلّها تنطلق من منظور نفعي براغماتي³، لذا فالمضامين التي تروّج لها الفضائيات تهدف إلى التأثير المباشر في القيم والأفكار والسّلوك والمواقف والاتجاهات المحليّة وتسعى إلى محوها واستبدالها بأخرى تتعارض وطبيعة المجتمعات العربيّة الإسلاميّة⁴.

وبتعبيرٍ آخر تحويل العالم إلى مجتمع عالمي يستند إلى قيم ومبادئ موحّدة ليتشابه الجميع في الأكل والشّرب واللّباس والدّوق والأخلاق، وكلّ هذا على حساب الهويّة والقيم الوطنيّة⁵.

4 - نشر الثقافة الاستهلاكيّة:

فمن بين المشاكل التي يخلقها البثّ الفضائي أيضاً "إحداث خلل في التّوازن التّموي وسيادة الرّوح الاستهلاكيّة"⁶ من خلال فرض قيم الاستهلاك، لتُصبح بذلك المجتمعات مجرّد عقول وأفواه مستهلكة، ومنفعلة، لا منتجة وفاعلة⁷.

¹ عبد الله بوجلال: الآثار الاجتماعيّة والثقافية للإعلام في ظلّ العولمة، مرجع سابق، ص 255.

² عبد الله بوجلال: العولمة وأثرها في الخصوصيّة الثقافيّة الجزائريّة نموذجاً، مرجع سابق، ص 160.

³ عبد الله بوجلال: الآثار الاجتماعيّة والثقافية للإعلام في ظلّ العولمة، مرجع سابق، ص 254.

⁴ عبد المالك الدّناي، مرجع سابق، ص 332.

⁵ عبد الله بوجلال: العولمة وأثرها في الخصوصيّة الثقافيّة الجزائريّة نموذجاً، مرجع سابق، ص 161.

⁶ عبد المالك الدّناي: مرجع سابق، ص 332.

⁷ عبد الله بوجلال: الهويّة الثقافيّة العربيّة الإسلاميّة في ظلّ العولمة، مرجع سابق، 2006، ص 229.

وَيُعَدُّ تعميم مبدأ الثقافة الاستهلاكية واحداً من عناصر الهيمنة التي فرضت على الشعوب، فلم يسبق و أن "أصبح العالم مُقبلاً على رموز ومعطيات و سلع الثقافة الاستهلاكية والشبابية كما هو مُقبلٌ عليها اليوم"¹.

إنّ تعميم النمط الاستهلاكي الغربي الأمريكي الذي يركز على السلع الكمالية والوسائل الترفيهية يشكّل الهدف الأساسي الذي تسعى الولايات المتحدة الأمريكية إلى تحقيقه²، وهو ربط العالم بقيم وأفكار وعادات وسلوكيات مشتركة تتجاوز الحدود، فقد استطاعت الثقافة الاستهلاكية الحصول على قاعدة عريضة من الأفراد والشعوب، وتمكّنت من توحيد الشباب الذي برز كقوة شرائية مهمّة، إذ أصبح يأكل الطعام السريع نفسه، ويشرب المشروبات ذاتها، ويستمتع ويشاهد إلى نفس الأغاني والأفلام³، فأصبح خاضعاً لنوع معيّن من المعارف والسلع والبضائع "معارف إخبارية هدفها تسطيح الوعي، و سلع استهلاكية تمنع الادّخار وتوق التنمية"⁴، كلّ ذلك ساهم في تعبيد الطّريق لبناء مجتمع استهلاكي بدّل المجتمع الإنتاجي، المجتمع الذي تتعطلّ فيه فاعلية العقل وتُكَيّف فيه القيم والمنطق ويوجّه الخيال وتُنمطُ الأذواق ويُقوِّبُ السلوك⁵، وهكذا صار للثقافة الاستهلاكية التّرفيية الأمريكية مكان مميّز لدى شعوب الدّول النّامية والعربية على حدّ السّواء⁶.

لقد عمد الإعلام إلى تقدّم ثقافة الاستهلاك السريع للجميع، من خلال الرّسائل التي يمرّرها في قوالب مشوّقة وجذّابة، ليتغلغل معها الخطاب الأيديولوجي بسرعة فائقة تلغي معها حسّ النقد لدى المشاهد وتبعد كلّ فرصة للتّفكير والتأمّل في هذه الرّسائل ليجد نفسه في التّهاية قد تقبّل ومرّر كلّ ما خطّط له⁷.

¹ عبد الله بوجلال: العولمة وأثرها في الخصوصية الثقافية الجزائرية نموذجاً، مرجع سابق، ص 171.

² عبد الله بوجلال: الآثار الاجتماعية والثقافية للإعلام في ظلّ العولمة، مرجع سابق، ص 255.

³ عبد الله بوجلال: العولمة وأثرها في الخصوصية الثقافية الجزائرية نموذجاً، مرجع سابق، ص 171-172.

⁴ نفس المرجع، ص 176.

⁵ نفس المرجع، ص 176.

⁶ نفس المرجع، ص 192.

⁷ سكينه العابد: العولمة الثقافية ووسائل الاتصال الجماهيري، قراءة متأنية في فكر طائر، في: فضيل دليو: العولمة والهوية الثقافية، سلسلة أعمال الملتقيات، مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة، قسنطينة، الجزائر، 2010، ص 207-208.

5- المشكلة الأخلاقية :

الملاحظ اليوم أنّ طبيعة المضامين الإعلامية للفضائيات الوافدة إلى الوطن العربي ساهمت وبشكل كبير في زيادة الانحراف الاجتماعي بين أوساط الشباب، فالحجم الساعي للبرامج التي تهتمّ بنشر أفلام الجنس والعنف وأساليب الجريمة في تزايد مستمر¹، وهنا يتم احتراق البناء الأخلاقي والقيمي للمشاهدين من خلال بعث ونشر القيم العدوانية والاستهلاكية والسلوكيات الشاذة التي لا تمتّ لقيمنا بصلة².

كما أنّ التركيز على فكرة العنف والإثارة وتكرار عرضها في جلّ الأعمال تجسّد للمشاهد على أنّه الخيار الوحيد الذي يواجهه به المواقف التي يتعرّض لها في واقعه الحقيقي، وذلك كنتيجة للرغبة في محاكاة وتقليد مثل هذا السلوك باعتباره الخيار الأمثل³.

6- التغريب الثقافي :

إنّ تعدّد القنوات الفضائية ونقص الإنتاج المحليّ دفعا إلى استيراد مختلف البرامج الأجنبية لتلبية رغبات الجمهور وملء ساعات الإرسال، ونتيجة لهيمنة الإعلام الأجنبي على وسائل الإعلام العربية فإنّ هذه الأخيرة كانت سبباً في تغريب المواطن عن مجتمعه، وأصبح المشاهد العربي يشعر بأنّ هناك تناقضاً بين ما تقدّمه هذه الوسائل من مضامين وبين الواقع الذي يعيش فيه، فلا صلة ولا رابط بينهما⁴.

إنّ العديد من البرامج الدرامية الأمريكية المستوردة تسعى إلى "مسح شخصية الفرد وتعمل على سلخه من واقعه وانتمائه الاجتماعي"⁵، وبالتالي تزيد من إحساسه بالغرابة.

وما يزيد الأمر سوءاً هو احتلال هذه البرامج حجماً زمنياً لا يُستهان به ضمن ساعات الإرسال، ممّا يجعل المشاهدين خاصّة الجيل الجديد من الشباب والأطفال عاجزين عن التوفيق بين

¹ عبد الملك الدّاني، مرجع سابق، ص 332 .

² عبد الله بوجلّال: العولمة وأثرها في الخصوصية الثقافية الجزائرية نموذجاً، مرجع سابق، ص 191.

³ محمد عبد الحميد: الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري، مرجع سابق، ص 217 .

⁴ عبد الله بوجلّال: الآثار الاجتماعية والثقافية للإعلام في ظلّ العولمة، مرجع سابق، ص 259 .

⁵ عبد الله بوجلّال: العولمة وأثرها في الخصوصية الثقافية الجزائرية نموذجاً، مرجع سابق، ص 189.

ثقافتهم الأصلية وبين الثقافة المعولمة، الأمر الذي يؤدي بهم إلى صعوبة الاندماج والتفاعل الثقافي محلياً وإقليمياً وعالمياً.¹

4- الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية:

دخل التلفزيون الفضائي الدولي المنطقة العربية دون استئذان²، فقد تمكّن الإعلام الغربي من الظفر بمكان في المشهد الإعلامي العربي ودون سابق إنذار³.

فالشيء الذي ميّز السنوات الأخيرة هو الانتشار الواسع للمحطات الفضائية الأجنبية الوافدة إلى الوطن العربي⁴، وما تقدّمه من مضامين ومواد أجنبية متطورة سواء من حيث الإنتاج أو الإثارة أو التشويق، وحسن استغلالها واستثمارها للعلوم والمعارف حتى يكون للعملية الإعلامية فاعليتها وأثرها في نفوس الجماهير، ولتكون أداة هيمنة وغزو ثقافي⁵.

ولما كان من الضروري تسليط الضوء على واقع الفضائيات العربية، فإنّه من الأولى كذلك الاهتمام بالفضائيات الأجنبية لمعرفة مدى تأثيرها في النظام الاجتماعي والأخلاقي والقيمي العربي⁶، العربي⁶ خاصة وأنّ هذه الفترة شهدت انفتاحاً وإقبالاً شديداً من قبل الجمهور العربي - خاصة الشّباب - على القنوات الغربية، وما تقدّمه من برامج "أول ما يشدّ إليها توظيف تكنولوجيا الإبحار البصري والصّوتي وتقنيات موضات الديكور المبدعة"⁷.

ولكنّ الأمر لا يتعلّق فقط بغزو الفضائيات الأجنبية للمنطقة العربية فالمشكلة الجديدة هي ظهور قنوات أجنبية ناطقة بلساننا العربي، ولعلّ هذه من أهمّ السمات التي طبعت العشرية الأولى من القرن الحادي والعشرين.

¹ عبد الله بوجللال: العولمة وأثرها في الخصوصية الثقافية الجزائرية نموذجاً، مرجع سابق، ص 189-190.

² نؤند عيسى القادري، مرجع سابق، ص 16.

³ محمد محمود ذهبية، مرجع سابق، ص 186.

⁴ إياد شاكر البكري، مرجع سابق، ص 165.

⁵ ياسر حمزير البياتي، الفضائيات الثقافية الوافدة وسلطة الصورة، مرجع سابق، ص 112.

⁶ المنصف وناس، مرجع سابق، ص 12.

⁷ رضوان محمد عزيزي، مرجع سابق، ص 53.

والملفت للانتباه أنّ هذه القنوات في تزايد متسارع لتضاف هي الأخرى إلى الكم الهائل من الفضائيات العربية الخاصّة والعموميّة والذي ناهز عددها 700 قناة عام 2009¹.

والملاحظ أنّ بداية ظهور هذه القنوات كانت عام 2001 ممّا دفع البعض أن يذهب إلى القول أنّ ظهورها تزامن مع أحداث سبتمبر، إثر الهجمات التي تعرّضت لها الولايات المتّحدة الأمريكيّة، وبالتالي هل تُعدّ هذه الظاهرة مجرد صدفة؟ أم أنّ ما حدث كان حافزاً لبعث العديد من الدّول الأجنبيّة إلى إطلاق قنواتها وتوجيهها نحو المنطقة العربيّة²، هذه القنوات غالباً ما تكون "معروفة من حيث مرجعيّاتها، ومن حيث مصادر تمويلها والأهداف التي تعمل على تحقيقها"³، فهي تتبّع غالباً الدّول الكبرى التي تتمتع بِنِباع تاريخي وسياسي كبريطانيا وفرنسا وتركيا وكذلك الولايات المتحدة الأمريكيّة، وكلّها لها مصالح إستراتيجية واقتصاديّة وثقافيّة في المنطقة العربيّة⁴، ومن هذه الفضائيات اللافتة للانتباه نذكر⁵:

- قناة CNN باللّغة العربيّة، أُطلقت عام 2001.
- قناة الحُرّة، إنطلقت تزامناً مع حرب الولايات المتّحدة الأمريكيّة على العراق عام 2003 وهي قنوات أمريكيّة.
- قناة دوتشيه فيله DW الألمانيّة، أُطلقت عام 2002.
- قناة France 24، أُطلقت عام 2007، تابعة لفرنسا.
- قناة BBC العربيّة، أُطلقتها بريطانيا عام 2008.
- وقريباً ستطلق قناة « هنا أمستردام » الهولنديّة.

هذه كانت القنوات الأجنبيّة العربيّة، أمّا تلك التي لا تنتمي إلى الغرب نذكر منها :

- قناة إسرائيل الناطقة بالعربيّة، أُطلقت عام 2001.

¹ محمد رؤوف يعيش: الفضائيات الدولية الناطقة بالعربيّة، جسر للتواصل أم ترويج لثقافة أجنبيّة، (مجلة الإذاعات العربيّة، ع2)، 2010، مرجع سابق، ص 7.

² نفس المرجع، ص 7.

³ المنصف وناس، مرجع سابق، ص 12.

⁴ نفس المرجع، ص 13.

⁵ محمد رؤوف يعيش، مرجع سابق، ص ص 7-8.

- قناة العالم الإيرانية، أُطلقت عام 2003.
 - قناة روسيا اليوم، أُطلقت عام 2007.
 - قناة CCTV الصينية، أُطلقت عام 2009.
 - وأخيراً قناة TRT التركية، أُطلقت في 4 أبريل / نيسان 2010.
- وهذه الفضائيات في تزايد.

والجدير بالذكر أنّ هذه الفضائيات الأجنبية والموجهة إلى المنطقة العربية تمتلك وسائل تقنية وفنية عالية جداً¹، فقد تمكنت من استثمار تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتوظيف الوسائط المتعددة وذلك من خلال إطلاقها لمواقع تفاعلية عبر الانترنت والاستفادة من خدمات الشبكات الاجتماعية لتوثيق الصلة بمستعمليها²، والشيء الذي يميّز هذه الفضائيات أنّها جميعاً قنوات إخبارية أساساً، ومع اشتداد المنافسة بين هذا الكم الهائل من القنوات وجب عليها العمل بجد وباستمرار حتى تتمكن من رفع التحدي وإثبات وجودها على الساحة الإعلامية الدولية والعربية، وذلك من خلال التخطيط الجيد والمتواصل لتوفير الكم البرامجي المطلوب لإثراء شبكاتها مع تمديد مساحات البث، وهذا بدعم النشرات الإخبارية والمواد الإعلامية الملحقة ببرامج متنوعة اقتصادية، وثقافية، واجتماعية، وصحية ورياضية، مع التركيز على البرامج الحوارية، وهذا لإثراء المواضيع بنقاشات مع أصحاب التخصص في المجالات المتنوعة، فضلاً عن اعتمادها على كوكبة هائلة من المرسلين الذي ينتشرون في جميع أرجاء العالم حتى يضعوا أعينهم على الأحداث أينما كانت³، كلّ هذا سعيّاً لجذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين لمتابعة برامجها، هذه الأخيرة لن تكون مضامينها بعيدة بطبيعة الحال عن أهداف وسياسات ومصالح واستراتيجيات دولها الخفية والمعلنة، وذلك بهدف التأثير في عقول ونفوس وأذواق المشاهدين والتحكّم في الوعي العام لدى المجتمعات العربية،⁴ مستندة في ذلك إلى أرقى الوسائل التكنولوجية وأدقّها من أجل بسط نفوذها وفرض هيمنتها سياسياً وثقافياً، وكذلك للترويج لمنتجاتها الأوروبية والأمريكية مستغلة رغبة الوطن العربي العارمة في الاستهلاك بحكم محدودية الإنتاج⁵.

¹ المنصف وناس، مرجع سابق، ص 13.

² محمد رؤوف يعيش، مرجع سابق، ص 8.

³ نفس المرجع، ص 8.

⁴ المنصف وناس، مرجع سابق، ص ص 13-14.

⁵ نفس المرجع، ص 14.

وفي خضمّ كلّ هذا تجد الفضائيات العربيّة الرسميّة صعوبة في مواجهة الإعلام الغربي، من حيث إيجاد مضامين جادّة وملائمة تسعى إلى إقناع وتطوير وعي المواطن العربي¹، وبالمقابل نجد أنّ هذه الفضائيات الأجنبيّة الموجهة إلى المنطقة العربيّة والنّاطقة بلساننا العربي ليست بريئة ولا حتّى محايدة، بحكم المضامين التي تروّج لها والتي أقلّ ما يمكن أن نقول عنها أنّها أشبه بعمليات غسل الأدمغة على حدّ تعبير منصف الوتّاس، فهي تسعى إلى السيطرة على العقول لتعيد تشكيل مرجعيّتها الحضاريّة ونظامها القيمي والأخلاقي، كما تستهدف الأسواق الاقتصاديّة، والتجارة، والسّلح قصد تنميط الأذواق وتغيير القيم وتعليب الوعي والتأثير في ثقافة ومخيال وذهن المواطن العربي²، لذا بات من الضّروري أن نتهيّا للمرحلة الجديدة، مرحلة الفضائيات الموجهة إلى المنطقة العربيّة بصفة عامّة وبصفة أخصّ النّاطقة باللّغة العربيّة³.

1-4 لمحة عامة عن بعض الفضائيات الأجنبيّة الناطقة بالعربيّة:

1- قناة دوتشيه فيله DW الألمانيّة:

هي صوت ألمانيا المرئي والمسموع والمقروء، تسعى إلى أن تكون بطاقة تعريف بألمانيا إلى العالم الخارجي⁴، تتوجّه إلى المشاهدين بأربع لغات، هي العربيّة والإنجليزيّة والإسبانية إلى جانب الألمانيّة ويعتبر البرنامج العربي للقناة من أول البرامج التلفزيونية في أوروبا والتي تتوجّه إلى المشاهد العربي، إذ انطلق بثّه بداية من أغسطس 2002 بمعدّل ثلاث ساعات في اليوم، وقد كانت هذه البداية عبارة عن تجربة للتعرّف على ردّ فعل المتلقّين، ثمّ تمّ تمديد فترة البث إلى ثماني ساعات في أبريل 2007 لتصبح فيما بعد اثنتي عشرة ساعة منذ 2008 إلى يومنا هذا⁵.

تحاول القناة من خلال برامجها المتنوعة تسويق أنماط اقتصادية وثقافية وأيضاً سياسية، وهذا ما أكّده "مصطفى السعيد" رئيس القسم العربي بالقناة، والغريب أن القناة تترك للعاملين في البرنامج

¹ المنصف وناس، مرجع سابق، ص 14.

² نفس المرجع، ص ص 14-15.

³ نفس المرجع، ص 16.

⁴ المولدي الهتمامي: البرنامج العربي لتلفزيون دوتشيه فيله، ترف إعلامي أم تسويق لألمانيا اليوم؟ (مجلة الإذاعات العربيّة،

ع2)، مرجع سابق، 2010، ص 51.

⁵ نفس المرجع، ص 53.

العربي حرّية أكبر في الإنتاج البرامجي وفي اختيار العناوين والمحتوى، مما يترك هامشا أكبر للصحفي أو المنتج للإبداع، إلا في ما يخص التعاليق التي تعبّر عن الموقف الألماني في قضية من القضايا، أين يعهد فيها لكبار المحرّرين الألمان ثم تتم ترجمتها إلى باقي اللغات داخل البرامج نفسها، وبقدر ما تخصص القناة الجزء الأكبر من برامجها لمواضيع ألمانية إلا أنها منفتحة على العالم العربي، وهذا ما يعكسه الإنتاج المشترك مع عدد من التلفزيونات العربية، فمنذ 2008 والقناة تنتج ثلاثة برامج شهرية بمشاركة تلفزيونات عربية وهي:

- الصالون الثقافي: مع التلفزيون المغربي

- بين الشمال والجنوب: مع التلفزيون الجزائري

- شباب بلا حدود: مع التلفزيون المصري¹.

2 - قناة الحرة الأمريكية:

بادرت الولايات المتحدة الأمريكية إلى بعثها تزامنا مع حربها على العراق سنة 2003 مهولة من الكونغرس الأمريكي، بواسطة مجلس أمناء الإذاعات الدولية، وتديرها شبكة الشرق الأوسط MIDDLE EAST BROAD CASTING NET وتبث قناة الحرة من استوديوها في القاهرة، وقد كان الرئيس الأمريكي "جورج دبليو بوش" أول ضيف فيها وقد صرح بأن الولايات المتحدة ستبث من خلالها رسالة تنطوي على التسامح و نقل الحقيقة باللغتين العربية والفارسية لعشرات الملايين من المشاهدين في الشرق الأوسط، كما أكد أنّها ستبذل كل الجهود ليُعزف أنبله شعوب المنطقة على قيم الولايات المتحدة الأمريكية وسياستها، وسيؤدي تقديم الحقائق إلى خدمة وتعزيز قضية الحريّة، ولم يخف "موفق حرب" مدير قناة أخبار الحرة نوايا القناة في استهدافها الأنظمة العربية، فقد صرح عبر برنامج الاتجاهات الأربعة في بداية بث هذه القناة: "بأنه إذا لم تقم أزمات من البداية بين قناة الحرة وبين الأنظمة العربية فإن ذلك سيعني عدم قيام القناة بواجبها"، ولهذا أكد أن معيار نجاح القناة سيقاس بحجم المشاكل التي ستثيرها برامجها مع الأنظمة العربية².

¹ المولدي المهتمّي، المرجع السابق، ص ص57-58.

² فطيمة لحياي: المضمون الإخباري في الفضائيات الأجنبية الموجهة بالعربية واتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحوه - دراسة تحليلية ميدانية لقناتي الحرة وروسيا اليوم- (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الفنون والإعلام، ليبيا، 2009 ص 63.

3- قناة BBC البريطانية:

تعتبر هيئة الإذاعة البريطانية أو مؤسسة (British Broadcasting Corporation) من بين المؤسسات الإعلامية الرائدة في العالم، نظرا إلى سمعتها المتميزة وممارستها وسبقها الإعلامي وتاريخها الحافل بالإنجازات الإعلامية،¹ وإطلاقها لقناتها المرئية العربية من العاصمة لندن يوم 2008/03/11 والممولة من الحكومة البريطانية، سبقتها محاولة أولى في أكتوبر 1994 تبث لمدة 6 ساعات يوميا، وقد تقرر استمرار البث لمدة 24 ساعة يوميا بحلول نهاية 1994 بعد توقيع عقد لمدة 10 سنوات لتوفير البرامج وتوزيعها مع شركة الأقمار الصناعية الدولية (ORBIT COMMUNICATION CO) بالتعاون مع شركة الموارد السعودية، إلا أن إرسالها باللغة العربية توقف تماما في يونيو 1996، بعد أن أثارت أورت أزمة مع BBC حيث فرضت محطة أربت السعودية الفضائية الرقابة على ما تبثه القناة العربية بالتلفزيون البريطاني من أخبار تتعلق بالمعارض السعودي "محمد المسعري"، كما دخل العامل الاقتصادي طرفا في الأزمة ليؤثر على الشركاء بين الطرفين وأدى إلى فسخها وإلغاء العقد المبرم بينهما.

وهكذا تعتبر BBC العربية قديمة النشأة وبذلك فهي أول مشروع فضائي موجه بالعربية كما تعتبر القناة الفضائية امتداد لإذاعة BBC القسم العربي والتي لها 70 سنة من البث، وقد استحوذت على مكانة خاصة عند المستمع العربي رغم الشكوك التي أحاطت بحيادها في بعض المواقف.²

وبعد الاجتياح الأمريكي للعراق وزيادة الاهتمام العالمي بالمنطقة العربية، سعت البي بي سي إلى دخول المنافسة الإعلامية وأطلقت قناتها في 2008 بمعدل 12 ساعة في اليوم ثم صارت 24 ساعة اعتبارا من جانفي 2009 تقدم خلالها النشرات الإخبارية والبرامج الحوارية والمنوعة والأفلام الوثائقية³، لدى القناة شبكة واسعة من المراسلين في العالم العربي، يبلغ عددهم 250 مراسلا موزعين على 72 مكتبا في مختلف أنحاء العالم، كما تعتمد على التكنولوجيا الحديثة لتحديد طرق إنتاج

¹ السيد بخيت: البي بي سي العربية خصوصية الإعلام الكلاسيكي وتحدياته في بيئة إعلامية جديدة، (مجلة الإذاعات العربية، ع2)، مرجع سابق، 2010، ص40.

² فطيمة لحياي، مرجع سابق، ص 62.

³ السيد بخيت، مرجع سابق، ص ص 42-43.

وتوزيع مضامينها الإعلامية، وتعمل على تطوير العلاقات مع الجمهور من خلال تبني نموذج تفاعلي منفتح على المتلقين¹.

4- القناة الإسرائيلية الثالثة:

بدأت إسرائيل إدارة الحرب الإعلامية بإطلاق قناتها الناطقة بالعربية في 25 يونيو 2002 حيث أقرت الحكومة في إسرائيل إنشاء هذه القناة في 19 أغسطس 2001 وذلك بعد أن سبقتها العديد من الدراسات، وقد بدأت بثها على القمر الأوربي HOTBIRD والقمر الإسرائيلي عاموس 3، مستهدفة المواطنين العرب في إسرائيل والعرب في دول المنطقة فضلا عن المهتمين بشؤون الشرق الأوسط، وتوجه الفضائية الإسرائيلية بثها تحت إشراف خبراء إسرائيليون يجيدون اللغة العربية تبلغ ميزانيتها السنوية 16 مليون دولار، وتأتي هذه الخطوة بعد عدة خطوات سبق و أن اتخذتها وسائل إعلام إسرائيلية أخرى منها صحيفة "معاريف" وصحيفة "يديعون أحرزوت" اللتان تصدران نسخا باللغة العربية، كما أن للصحيفة الأخيرة موقعا على شبكة الانترنت إضافة إلى الإذاعة المسموعة الإسرائيلية الناطقة بالعربية، ويرى د. يحيى اليحياوي² (خبير إعلامي مغربي) أن هنالك هدفان أساسيان لإنشاء هذه القناة من وجهة النظر الإسرائيلية:

1- العمل على تلطيف ممارسات العنف و الإرهاب التي تشنها الآلة الإسرائيلية ضد الفلسطينيين في أعقاب الانتفاضة الثانية.

2- ضرورة قطع الطريق على قنوات عربية صوّفت بالتحريضية ونجحت إلى حد بعيد في استقطاب جزء من الرأي العام العالمي، حيث يقول القائمون على القناة أن هدف إطلاقها ليس تحسين صورة إسرائيل لدى الرأي العام العربي وإنما تقديم إسرائيل وتصويرها على حالتها الحقيقية، أي تصحيح الصورة التي يعتقدون أن الإعلام العربي يقدمها مغلوطة و مشوهة.

5- قناة العالم الإيرانية:

بدأت قناة العالم الإيرانية الناطقة بالعربية إرسالها عبر القمر الصناعي عربسات A3 في أكتوبر 2002، تتبع إداريا وماديا هيئة إذاعة وتلفزيون الجمهورية الإسلامية الإيرانية في طهران، ويبلغ عدد موظفيها حوالي 150 موظفا عربيا ينتمون إلى عدة دول عربية، وهي تعتبر قناة فضائية إخبارية

¹ السيد بخيت، مرجع سابق، ص ص 46-47.

² فطيمة لحياي، مرجع سابق، ص ص 60-61.

متخصصة هدفها طرح وجهة نظر الثورة الإسلامية في أحداث المنطقة ومنافسة القنوات الفضائية المتخصصة، ولعل المسعى الأبرز للقناة هو مواجهة الدعاية التي بدأت تستهدف النظام الإسلامي في إيران، لكن هناك من يعتبر أن هذه القناة وسيلة أخرى ربما تنتهجها القيادة الإسلامية في إيران تحت شعار "تصدير الثورة"، الذي طرحته دوائر عربية و غربية عدة إبان حرب الخليج الأولى بين العراق وإيران، أي تعتبر وجهة للمد الإسلامي الشيعي.

إن ظهور القناة الإيرانية يدل على أنه لم يعد الإعلام الموجه مرتبط بالدول المستعمرة، أو الدول الكبرى أو الأنظمة المعارضة، هذا الارتباط الذي ظل لفترة طويلة حكراً عليها، فقد أتاحت تقنية البث المباشر عبر الأقمار الصناعية بث قنوات موجهة من دول أخرى لتبيان مواقفها وثقافتها.¹

6- قناة روسيا اليوم:

هي قناة فضائية إخبارية ناطقة باللغة العربية تابعة إلى مؤسسة " تي في - نوفوستي" تمولها الحكومة الروسية، بدأت البث في 4 مايو 2007 تقدم آخر أهم الأخبار في روسيا والعالم، إضافة إلى ذلك تقدم أخبار اقتصادية ورياضية وثقافية، كما تقدم برامج دورية وأفلام وثائقية و جولات في الصحافة، وتبث القناة 24 ساعة ويتم بث برامجها من موسكو بواسطة عدد من الأقمار الصناعية كذلك بطريقة ON LINE في موقعها الإلكتروني، ويأتي إطلاق هذه الخدمة في وقت تحاول فيه روسيا تقوية حضورها ودورها في مجريات الأمور بمنطقة الشرق الأوسط التي تعيش على إيقاع عدة أزمات لها تداعيات دولية، حيث كان الإتحاد السوفيتي سابقاً طرفاً دبلوماسياً وتجارياً رئيسياً في الشرق الأوسط، لكن هذا النفوذ تلاشى في التسعينات، وقال " ايفجيني سيدروف "رئيس تحرير قناة روسيا اليوم لوكالة رويترز للأنباء: "سيكون باستطاعتنا إبلاغ المشاهدين العرب بما يحدث في روسيا، والأهم أن ننقل لهم وجهات نظر موسكو تجاه القضايا المحيطة بروسيا والخارج وتقديم كل الذي يحدث في روسيا على المستوى الاقتصادي والثقافي والسياسي"².

7- قناة TRT التركية:

أطلقت عام 2010 بعدما قامت العديد من المؤسسات الإذاعية العالمية بإطلاق قنوات ناطقة بالعربية، وقد أعلن القائمون عليها أن هدفهم ليس الدعاية وإنما إقامة جسور ثقافية بين

¹ فطيمة لحيان، المرجع السابق، ص ص61-62.

² نفس المرجع، ص 64.

العالم العربي وتركيا، وقد صرّح منسق القناة بأن هذه الأخيرة تقدّم برامج متنوعة تمكّن جميع أفراد العائلة من مشاهدتها، وأن القناة بالرغم من حداثةها إلا أنّها تملك جمهورا واسعا في العالم العربي وأضاف بأن عدد الأتراك الذين يتكلّمون العربية محدود جدّا، لذا فكل موظّفي القناة من العرب وهم من جميع الدّول العربية.¹

2-4 لمحة عن قناة france24:

أطلقت القناة في أبريل 2007 لتبث برامجها باللغات الثلاث الفرنسية الإنجليزية والعربية، تلبية لرغبة الرئيس السابق "جاك شيراك" الذي رأى أنه من الضروري إسماع صوت فرنسا ومواقفها على الساحة الدولية، وتعد هذه القناة الإخبارية القناة الفرنسية الوحيدة التي تقدّم برامج باللغة العربية موجّهة إلى العالم العربي، وإلى الجاليات المنحدرة من أصول عربية في فرنسا وأوروبا إضافة إلى إفريقيا. تبث برامجها بصورة واسعة في فرنسا وأوروبا وإفريقيا على الأقمار الصناعية: « Hotbird » و « Arabsat » و « Nilesat »

اقتصر البث في بداية الأمر على أربع ساعات يوميا، ثم ارتفع إلى عشر ساعات في سنة 2009، وصولا إلى البث على مدار الساعة ابتداء من 12 أكتوبر 2010 الذي أطلقه الرئيس المدير العام لقناة france24 ورئيس الإعلام السمعي البصري الخارجي لفرنسا "ألان دُوْبُوْزْيَاك".

وفي حديث أجراه "ألان دُوْبُوْزْيَاك" مع جريدة الصباح المغربية صرّح بأن القناة تعتبر كل من "الجزيرة" بالنسبة للقنوات العربية و " BBC العربية" بالنسبة للقنوات الغربية المنافسان الحقيقيين والرئيسيين واللذان يجب تجاوزهما، مع العلم أن القناة يُشاهدها أزيد من 20.4 مليون شخص بشكل أسبوعي وهي الوحيدة التي تتطور بنسبة 34% في وقت ظلت BBC في مكانها، وتراجعت CNN

¹ موقع شبكة النبا المعلوماتية على الرابط التالي : 1 http:// annabaa.org/nbanews/2010/04/314.htm

بناقص أربعة، و أرونيز بناقص خمسة و "الجزيرة" بناقص 22 في كل أوروبا، وهذا راجع إلى حنكة صحافيتها، وجودة شبكة البرامج، إضافة إلى مصداقيتها واستقلاليتها¹.

منذ إطلاقها سعت القناة إلى كسب أسواق جديدة لدى قادة الرأي، فبالإضافة إلى أزيد من 20 مليون مشاهد أسبوعيا في أوروبا والشرق الأوسط وإفريقيا، تستقطب france24 أيضا 2.6 مليون من قادة الرأي، منهم 1.6 مليون في المغرب العربي و 1 مليون في الشرق الأوسط، ووفق دراسة أجرتها شركة TNS Sofres في أكتوبر 2009، أبدى 80% من قادة الرأي في الشرق الأوسط رضاهم على تمديد بث القناة بالعربية كي تغطي 24سا، ووفقا للاختبارات التي أجريت مؤخرا فإن 17% من قادة الرأي في الشرق الأوسط يشاهدون القناة، وهي نسبة تزيد مقدار 5% من متوسط هذه النسبة في مناطق أخرى من العالم².

وفي حديث أجرته مديرة تحرير france24 "ناهدة نكد" لجريدة "الأحداث" الجزائرية، قالت بأن المساهم الجديد والوحيد الذي يمتلك أسهم القناة وبنسبة مئة في المئة هي المجموعة الفرنسية للإعلام السمعي البصري الخارجي، برئاسة المديرية العامة "كريستين أوكرانت" ورئيس مجلس الإدارة "آلان دوبوزياك"، وقد أخذت المجموعة على عاتقها تطوير برامجها باللغة العربية وجعلت ذلك على رأس أولوياتها، لتنتفتح أكثر على العالم العربي³.

يضم فريق العمل بالقناة 260 صحفيا منفتحين على العالم ويعملون في قاعة تحرير مشتركة مجهزة بالوسائل التكنولوجية الحديثة، ويعمل في القناة العربية حوالي أربعين صحفيا يُتقنون ثلاث لغات وهم متعدّدوا الاهتمامات وينتمون لبلدان عربية كالجائر، المغرب، العراق، المملكة العربية السعودية، تونس، لبنان، مصر...

¹ موقع جريدة الصباح المغربية على الرابط التالي:

http://www.assabah.press.ma/index.php?option=com_content&view

تمت زيارة الرابط بتاريخ: 13 جويلية 2011 .

² موقع سفارة فرنسا في مصر على الرابط التالي:

<http://www.ambafrance-eg.org/spip.php?article2846>

تمت زيارة الموقع بتاريخ 2 جويلية 2011 .

³ موقع جريدة الأحداث الجزائرية على الرابط التالي:

http://www.elahdath.net/index.php?option=com_content&task=view&id=7879&Itemid=58

تمت زيارة الموقع بتاريخ 13 جويلية 2011 .

وتؤكد "ناهدة نكد" مديرة تحرير القناة، أن هذه الأخيرة تنقل أخبار وبرامج متنوعة مُفتحة على المجتمعات الدولية ككل وليس فقط المجتمع الفرنسي، وأنها تفتح نقاشات تهم فئات وشعوب وثقافات مختلفة، حدود هذه النقاشات واسعة لا تحكّمها سوى ضوابط أخلاقية، ومحرمها الوحيد - ككل القنوات الفرنسية- العنصرية والتحريض على القتل والإساءة إلى الأديان... وغير ذلك لا تمنع أي فكرة أو أي شخص من التعبير عن رأيه على القناة¹.

والمتتبع لقناة france24 قد يلاحظ بأن القناة تعتمد في نهجها التحريري على آخر الأخبار، السياسة، الثقافة، الطقس، الاقتصاد، الرياضة وهذا ما يميّز هذه القناة.

¹ موقع جريدة الأحداث الجزائرية، المرجع السابق.

الفصل الثالث: عرض نتائج الدراسة التحليلية

أولاً: عرض وتفسير بيانات فئة ماذا قيل؟

ثانياً: عرض وتفسير بيانات فئة كيف قيل؟

يُعد "تحليل المضمون" تقنية تدخل تحت منهج الوصف، لأنه يسمح لنا بتبويب البيانات في جداول تساعدنا على تحليل الظاهرة وفهمها، ولهذا جاء هذا الفصل ليعرض نتائج الدراسة التحليلية من حيث الشكل والمضمون، اعتماداً على التحليل الكمي والكيفي معا.

ويقوم التحليل الكمي على تفسير البيانات تفسيراً كميًا، وذلك بحساب درجة ترددها في أشكالها المختلفة: مساحة، زمن، كلمة، جملة، موضوع، والتي تستخدم كأجزاء مادية تسجيلية في القياس العددي للمادة المدروسة،¹ وتعتبر الصفة الكمية أحد المحددات الأساسية لتحليل المضمون في التطبيقات المعاصرة، لكن التحليل الكمي لا يكفي وحده للخروج بتفسيرات أو استدلالات عن العلاقات الإرتباطية للمحتوى، لذلك يأتي التحليل الكيفي كضرورة تُقرب الباحث من وثائق التحليل وتساعد في إثراء عملية التفسير والاستدلال²، من خلال إبراز ما تتميز به الأشياء من خصائص وصفات تُميّزها عن بعضها البعض.³

وهذا ما عمدت إليه الطالبة، فبعد تحليلها للمادة الإعلامية وتحويل معطياتها إلى أرقام ونسب مئوية قامت بتفسير النتائج، كما حرصت على أن يكون تفسيرها موضوعياً على ضوء تلك المعطيات، وقد تضمن هذا الجانب شقين:

الشق الأول: عني بعرض وتفسير بيانات فئة ماذا قيل؟

والشق الثاني: عني بعرض وتفسير بيانات فئة كيف قيل؟

أولاً: بيانات فئة ماذا قيل؟ (المضمون):

وتهتم بطبيعة المادة التي تحتويها الرسالة، ونجد فيها الفئات الفرعية الآتية:

1- فئة الموضوع: تهدف هذه الفئة إلى الإجابة على السؤال "على ما يدور موضوع المحتوى؟ وتفيد في الكشف عن مراكز الإهتمام في المحتوى⁴.

¹ أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، (د.ط)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 258.

² محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 221.

³ أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص 258.

⁴ محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 120-121.

وفي هذه الدراسة تم تقسيم محتوى البرامج الثقافية إلى مواضيع رئيسية حوى كل موضوع منها موضوعات أخرى فرعية* فجاء التقسيم كالتالي:

المواضيع الأدبية: وشملت المواضيع الفرعية الآتية: الشعر، القصة، الرواية

المواضيع الفنية: وقد قسمت إلى قسمين رئيسيين وهما:

أ- مواضيع الفن التعبيري** : وشملت المواضيع الآتية: الموسيقى، الرقص، الغناء، المسرح، السينما.

ب- مواضيع الفن التشكيلي: وشملت المواضيع الفرعية الآتية: الرسم، النحت والتصوير.

مواضيع التصميم: وشملت مواضيع: الهندسة الخارجية والعمارة*** ، الزخرفة والديكور، الألبسة وعروض الأزياء، العطور والمجوهرات، الحلاقة والتجميل.

مواضيع الصناعة الغذائية : شملت مواضيع: صناعة الخمر، صناعة الخبز، تربية النحل وصناعة العسل.

موضوع الطبخ - موضوع الآثار- فئات أخرى

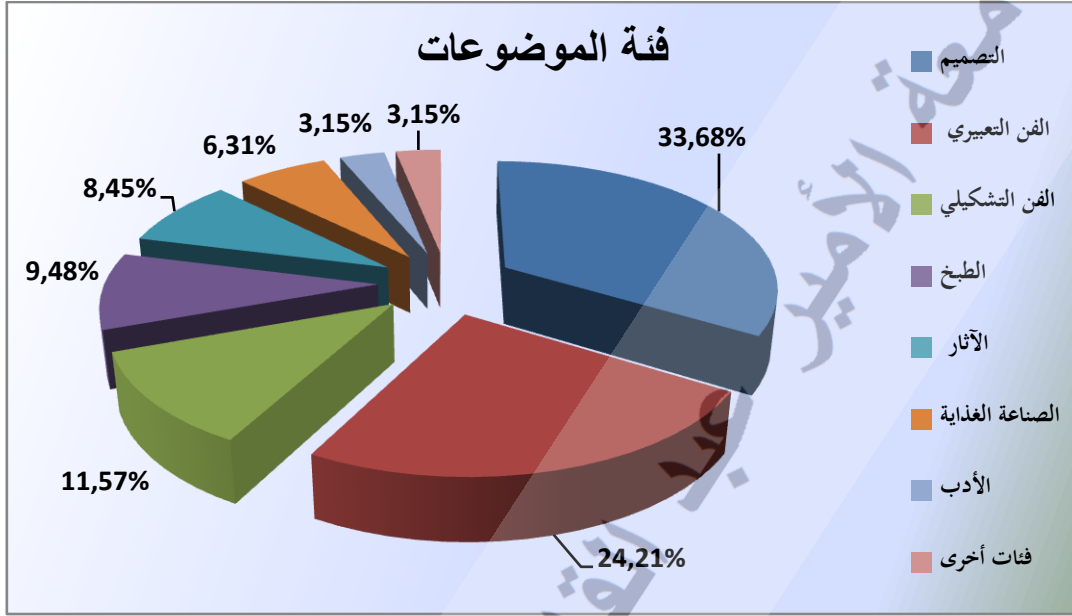
* تمكنت الطالبة من تحديد المواضيع الرئيسية والفرعية بعد أن قامت بمشاهدة جميع أعداد العينة مرات عديدة ومن ثم عمدت إلى تحليلها تحليلاً مبدئياً في شهر ديسمبر 2010، ثم أجرت بعض التعديلات بعد اطلاعها على بعض الأدبيات النظرية أين قامت بتحليل ثاني في شهر فيفري 2011، ثم تحليل ثالث ونهائي في شهر مارس 2011.

** أخذت هذا التصنيف من كتاب: **فلسفة الجمال في الفكر المعاصر** ل: محمد زكي العشماوي ، أين اعتبر الموسيقى والشعر فنوناً تعبيرية، لكن مع بعض الإحتهاد اجريت بعض التغيير مع بعض الإضافات فكانت كما هي موضحة في المتن.

*** الحقيقة أن العمارة تدخل ضمن إطار الفن التشكيلي، ولكن نظراً لمتطلبات الدراسة التحليلية وحتى تتجنب الطالبة الوقوع في خطأ تداخل الفئات قامت بتصنيفها مع مواضيع التصميم.

%	الآثار	%	الطبخ	%	الصناعة الغذائية			%	التصميم					%	الفن التشكيلي			%	الفن التعبيري					%					
					ثكا	تربية	تصنيع		ثكا	حداثة	عطور	البسة	زخرفة		هندسة	ثكا	تصوير		صبا	رسم	ثكا	مبتدئا	مستج		معتاد	رسم	مؤقتة		
12.19	5	4.9	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	19.5 1	8	2	2	4	56.0 9	2 3	8	6	2	4	3	7.3 1	3		
-	-	-	-	-	-	-	-	84.2 2	1 6	-	2	1 3	1	-	15.7 8	3	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
8.57	3	20	7	17.15	6	1	2	3	45.7 1	1 6	2	1	3	6	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
8.45	8	9.48	9	6.31	6	1	2	3	33.6 8	3 2	2	3	1 6	7	4	11.5 7	1 1	5	2	4	24.2 1	2 3	8	6	2	4	3	3.1 5	3

شكل رقم (01) يبين فئة المواضيع الثقافية:



عرض وتفسير بيانات الجدول رقم (02) الذي يبين فئة الموضوعات:

يتضح لنا من عنوان الجدول الثاني أن بياناته الرقمية متعلقة بنوع المواضيع التي تناولتها البرامج الثقافية في قناة France 24، حيث تهدف البيانات الإحصائية للجدول إلى الإجابة عن التساؤل الذي يتمحور حول المواضيع الأكثر معالجة في البرامج الثقافية للقناة، ومن أجل بيان ذلك اعتمدت الطالبة على عدّ تكرارات كل موضوع وبيان نسبته المئوية مقارنة مع غيره من الموضوعات الأخرى وحسب البيانات الرقمية نجد أن أعلى نسبة وصلت إلى 33.68% وقد حصلت عليها مواضيع التصميم، أما أدنى نسبة فكانت 3.15% وهي المعبرة عن نسبة الموضوعات الأدبية ومواضيع أخرى بمجموع تكرارات قدره ثلاث تكرارات، تأتي في المرتبة الثانية مواضيع الفن التعبيري بنسبة قدرها 24.21% وبمجموع تكرارات قدره 23 تكراراً، ثم تأتي في المرتبة الثالثة بنسبة 11.57% موضوعات الفن التشكيلي ب: 11 تكراراً، وقد كان للطبخ نصيبه كفته بارزة بين المواضيع الثقافية التي تعرضها القناة إذ احتل المرتبة الرابعة بمجموع تكرارات قدره 9 تكرارات بنسبة قدرها 9.48%

يليه في المرتبة الخامسة موضوعُ الآثار الذي تكرر 8 مرات محققا بذلك نسبة 8.45%، سادسا حققت مواضيع الصناعة الغذائية نسبة قدرها 6.31% بحيث وصل عدد التكرارات إلى 6.

أما عن توزيع نسبة الموضوعات في كل برنامج نجد الآتي:

فيما يخص موضوعات التصميم نلاحظ أن برنامجي "موضة" و "فن العيش" حصلا على نفس مجموع التكرارات والذي قدر بـ 16 تكرارا، ولكن بنسب متفاوتة وهذا بحسب طبيعة كل برنامج إذ كانت النسبة الأعلى من نصيب برنامج "موضة" والتي قدرت بـ: 84.22%، بينما برنامج "فن العيش" فنسبة موضوعات التصميم فيه قدرت بـ: 45.71%، وهذا يرجع إلى الطبيعة البراجمية والخصوصية التي يتميز بها كل برنامج: فبرنامج "موضة" يهتم أساسا بأمر التصميم وعروض الأزياء والمصممين، بينما برنامج "فن العيش" فيلج جانب اهتمامه بموضوع التصميم يهتم أيضا بمختلف المواضيع التي تعبر عن الحياة وطرق العيش على الطريقة الفرنسية.

الملاحظ في الجدول هو انعدام فئة التصميم من برنامج ثقافة وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على عدم الإهتمام بهذا النوع من المواضيع في هذا البرنامج*.

فيما يخص موضوعات الفن التعبيري سأخصّص بالتحليل برنامج ثقافة لأنه الوحيد الذي يهتم بهذا النوع من المواضيع، إذ احتل المركز الأول من بين المواضيع التي يعرضها البرنامج بنسبة 56.09%.

كذلك الحال بالنسبة لموضوعات الفن التشكيلي حيث حصل برنامج "ثقافة" على المركز الأول بنسبة قدرت بـ: 19.51% تلاه برنامج "موضة" في المرتبة الثانية بنسبة 15.78% وهذا دليل على عدم تركيز هذا البرنامج في اهتمامه على هذا النوع من الموضوعات.

الملاحظ أيضا انعدام هذا النوع من برنامج "فن العيش".

* للإشارة فقط أحيانا يعالج برنامج ثقافة مواضيع الأزياء وعروض المصممين، لكن عينة الدراسة لم تصادف هكذا مواضيع.

فيما يخص الطبخ احتل برنامج "فن العيش" المركز الأول بنسبة 20% يليه في المرتبة الثانية برنامج ثقافة بنسبة 4.9% مع انعدام واضح لبرنامج "موضة" لأنه غير معني بهذا الموضوع .

فيما يخص الآثار هذه المرة كان المركز الأول من نصيب برنامج ثقافة وذلك بنسبة 12.19% يليه برنامج فن العيش بنسبة 8.57%.

أما فيما يتعلق بمواضيع الصناعة الغذائية سأخص بالتحليل برنامج "فن العيش" باعتباره الوحيد المعني بهذه المواضيع دوناً عن البرامج الأخرى حيث حَصِي بنسبة تقدر بـ 17.15%.

أما فيما يخص المواضيع الأخرى فالبرنامج الوحيد الذي شمل هذه الفئة هو برنامج "فن العيش" كذلك بنسبة تقدر بـ 8.57%.

أما المواضيع الأدبية فالبرنامج الوحيد الذي كان يهتم بعرضها هو برنامج "ثقافة" وقدرت نسبة المواضيع الأدبية فيه بـ 7.31%، والغريب في الأمر هو الغياب التام للشعر كموضوع من بين المواضيع الأدبية التي تتناولها البرامج الثقافية في القناة، وهذا إن دل على شيء إنما يدل على انعدام الإهتمام بهذا النوع من الموضوعات في البرامج الثقافية في قناة France 24 .

نستنتج مما سبق أن هناك تنوع في المواضيع الثقافية التي تعرضها القناة من خلال برامجها الثلاث كُـلٌ حسب طبيعته، ولكن كيف نفسر ما سبق وبالأخص ما يلي :

- 1 - حصول موضوعات التصميم على المركز الأول من بين الموضوعات الثقافية؟
- 2 - حصول الطبخ كفئة "رئيسية مستقلة" على أكبر تكرار؟
- 3 - اهتمام برنامج "موضة" بالتصوير من ضمن مواضيع "الفن التشكيلي" ؟

مواضيع التصميم:

من خلال القراءة الرقمية للجدول يتبين لنا أن قناة France 24 أولت إهتماما كبيرا بالتصميم كموضوع بارز من ضمن المواضيع الثقافية التي تعرضها في برامجها الثلاث، ولقد احتل برنامج "موضة" صدارة القائمة في تناوله لهذا الموضوع .

إنها الموضة "حالة نفسية وشعورية يتم اللجوء إليها للتعبير عن الوجود باللباس والأفكار وتتحول إلى ظاهرة ثقافية واجتماعية حين يتبناها المجتمع الذي أنتجها، وهي لا تعرف الثبات والإستقرار على حال".¹

لطالما ربط الفرنسيون الموضة بالثقافة واعتبروا باريس عاصمة للثقافة.

ورد في أحد الأعداد² عن أحد كبار المصممين في حضور سجّله في المهرجان العالمي لعروض لعروض الأزياء والذي أقيم بباريس: " أن الموضة نشأت في باريس"، ويقول مصمم آخر أن: " المدينة تريد الإحتفاظ بمكانتها كعاصمة للموضة"، وتقول مديرة فنية³ لأحد العلامات التجارية في باريس: " أن الشيء المهم في الموضة هو الملابس" لعل هذا ما يفسر حصول فئة الألبسة وعروض الأزياء على المرتبة الأولى من بين موضوعات التصميم، فاللباس ليس مجرد قيمة معاشية بل يعد صورة ثقافية لها معانيها ودلالاتها⁴.

يقول أحد المصممين: "تسمح لي الموضة بالتعبير عما يجول في خاطري"، لذا وفي كل مرة يعرض المصممون مجموعاتهم يطلقون عليها اسما معيناً يروي قصة معينة ويجعلونك تعيش تلك القصة على أنغام الموسيقى المصاحبة لعرض القطع "وكأنما هو عرض للموضة كشعر رومانسي"⁵.

فالموضة فن وهي دائما "تعكس المجتمع وهذا ما ينسأه الناس دوما" على حد تعبير "لويز"⁶ - مدونة باريسية وطالبة في تاريخ الموضة -.

كذلك الحال بالنسبة لبرنامج "فن العيش" حيث اعتبر أن طريقة اللباس تعكس طريقة تفكير معينة، وهي بذلك تعد فنا من فنون العيش طبعا على الطريقة الفرنسية، خاصة إذا كانت القطع

¹ سمير لرج: الخطاب الإشهاري وفلسفة الازمات في المجتمعات العربية. مداخلة قُدمت في ملتقى الإعلام والأزمات بجامعة الشارقة، كلية الإتصال ، يومي 14-15 ديسمبر 2010.

² برنامج موضة: عدد 1 أكتوبر 2010.

³ برنامج موضة: عدد 28 أكتوبر 2010.

⁴ عبد الله الغدامي: الثقافة التلفزيونية سقوط التخبّة وبروز الشعبي، ط 1، المركز الثقافي العربي، بيروت لبنان، 2004، ص 99.

⁵ برنامج موضة: عدد 8 أكتوبر 2010.

⁶ برنامج موضة: عدد 03 سبتمبر 2010.

المعروضة من التراث الفرنسي القديم والأصيل والتي توحى بالرفقي على الطريقة الفرنسية، ما يثير شغف العديد من الدول، تقول مديرة تسويقية لأحد أكبر مراكز صنع " الدانتيل " في العالم: "نحن نتمسك بجذورنا، وعملنا الحرفي تتناقله الأجيال"¹.

والحديث عن اللباس ليس وحده من بين مواضيع التصميم فقد كان للفئات الأخرى حضورها سواء الهندسة أو الزخرفة والديكور، حيث برزت هاتان الفئتان أكثر في برنامج "فن العيش" الذي حاول الكشف عن جماليات الأمكنة من خلال إبداعات المصممين الذين حاولوا مع كل لمسة من لمساتهم رواية قصة معينة وخلق جو يجعلك تعيش رحلة من نوع ما، أين تصبح متعة النظر توازي أي متعة أخرى.*

شمل التصميم أيضا المواضيع التي لها علاقة بالعبور والمجوهرات، الحلاقة والتجميل، وهي تعتبر من أساليب الحياة العصرية فهي فن من فنون العيش التي تسامر الموضة، باعتبارها تبحث عن كل ما هو جديد ومميز، " كما أن العناية بالوجه والأصباغ وعلامات الأناقة تفوق أي شرط آخر"².

نستنتج مما سبق أن حصول موضوعات التصميم على المركز الأول من بين المواضيع الأخرى يعود إلى حصولها على المركز الأول في برنامجي " موضة " و " فن العيش " باعتبار الطبيعة البراجمية لكل منهما حيث أن برنامج "موضة" تخصص في عرض المضامين ذات الصلة بعالم الأزياء والألبسة والإكسسوارات وحتى العطور، جاء في عدد 17 سبتمبر 2010 : "تركيبة العطر سر دفين، إنه من صميم الموضة".

¹ برنامج فن العيش: عدد 27 نوفمبر 2010.

* انظر أعداد برنامج فن العيش التالية :

- عدد 12 أوت 2010.

- عدد 22 أوت 2010.

- عدد 15 سبتمبر 2010.

- عدد 12 أكتوبر 2010.

- عدد 19 سبتمبر 2010.

² عبد الله الغدامي، مرجع سابق، ص 130.

وفي عدد 12 نوفمبر يقول مصمم عطور: "الكلام عن العطور كالكلام عن كل شيء، العطر ليس مجرد منتج إنه شيء رائع".

أما برنامج "فن العيش" وبغض النظر عن باقي المواضيع التي يعرضها أخذت موضوعات التصميم فيه حصة الأسد، من زخرفة وديكور، إلى الهندسة والعمارة، إلى عالم الأزياء وعروضها المثيرة إلى الإكسسوارات من مجوهرات وحلاقة وتجميل، كل ذلك على الطريقة الفرنسية التي طالما حاول البرنامج أن يعبرها فن عيش وأسلوب حياة.

وبعد مواضيع التصميم أتت في الترتيب الثاني والثالث مواضيع الفن التعبيري والتشكيلي، فالفن عمل إنساني راقٍ ينبع من نفس إنسانية تستدعي ممارسته كافة الحواس، إذ نرسم بأيدينا ونعزف ألحانا موسيقية بأصابعنا ونغني بأفواهنا، ونرقص ونمثل بحركات أجسامنا... لذا يعتبر العمل الفني عملا جادا له قيمته ودوره وأهدافه التي يسعى إليها،¹ ولولا الفنون "لما كانت هناك حضارة أو ثقافة على وجه الأرض"²، وقد اقتص بها برنامج ثقافة باستثناء موضوع التصوير الذي حظي هو الآخر بمكان في برنامج موضة.

الفن التعبيري:

احتل الفن التعبيري المركز الأول بنسبة قدرت بـ 56.09% وبمجموع تكرارات قدره 23 تكرار موزعة بين السينما والمسرح والغناء والرقص والموسيقى، والملفت للإنتباه أن حضور الفن الدرامي كان قويا حيث حصلت السينما على 8 تكرارات والمسرح على 6 تكرارات، ويعرّف الفن الدرامي على أنه "الفن الذي يحاكي أفعال الإنسان وسلوكه عن طريق الأداء التمثيلي بوجه عام، بغض النظر عن الإطار الذي يقدم به هذا الفن من خلال المسرح أو أي جهاز آخر مثل الإذاعة والتلفزيون والسينما"³.

¹ عيد سعيد يونس: قضايا الفن والجمال في الفكر الإسلامي، (المجلة الثقافة العربية، ع 10)، مجلة شهرية جامعة تصدرها اللجنة الشعبية للإعلام، الجماهيرية العربية الليبية الاشتراكية، 1980، ص 92.

² علي الغول: دور الفن التشكيلي في إغناء المظاهر الحضارية والثقافية في الأردن، (مجلة الثقافة العربية، ع 52)، مجلة ثقافية فصلية تصدر عن الجامعة الأردنية، ديسمبر 2000 فيفري 2001.

³ عزي عبد الرحمن: وسائل الاتصال والعالم الدرامي من الفلكلور إلى العرض الواحد، (مجلة الثقافة، ع 111)، وزارة الثقافة الجزائر، 1995، ص 63.

وهذا راجع ربما إلى المكانة الكبيرة التي تحتلها كل من السينما والمسرح باعتبارهما المكان الذي تتلاقى فيه كل الفنون الأخرى، فكل منهما يحتاج إلى الكلمة والحركة والصوت والتشكيل معا بالإضافة إلى أنهما يقومان بدور إيجابي في المجال الثقافي، من حيث أنهما يعدان منبرا ثقافيا يعمل على رصد الواقع الاجتماعي، فالسينما منذ بداية صناعتها نهاية القرن 19م وهي لا تزال الفن الذي يسحر الملايين من محبيه ولا أحد يستطيع تجاهله¹.

أما المسرح فظل مرتبطا منذ الميثولوجيا الإغريقية باسم "أبو الفنون" وبالرغم من ظهور فنون بصرية عبر وسائل الاتصال إلا أنه ما زال موضوع اهتمام عريض².

لقد أصبحت السينما أداة لا يستهان بها في نشر المعرفة وتنمية الذوق والفكر³، كما أن المسرح وسيلة مهمة للتعبير عن الأفكار والمعتقدات والتفكير في الحياة من جوانبها المختلفة⁴.

وقد حرص برنامج ثقافة على إبراز التنوع الثقافي للعديد من البلدان من خلال مواضيع المسرح والسينما فمثلا عدد 17 أوت 2010: عرض مهرجان "دوربان" السنوي للسينما الذي شارك فيه 200 فيلم أين فاز فيلم "حياة فوق كل شيء" الذي يعكس واقع المجتمع الجنوب إفريقي والذي يُبرز متاعب وصعوبات الحياة في إفريقيا.

أما عدد 10 سبتمبر 2010: فسلط الضوء على مسابقة مهرجان البندقية السينمائي أين عُرض فيلم فلسطيني يروي أحداث الصراع الفلسطيني اليهودي (مع العلم أن كاتبة الفيلم فلسطينية الأصل أما المخرج فهو يهودي).

أما عدد 12 أكتوبر 2010: الفيلم التونسي "آخر ديسمبر" يبحث في قضية المرأة الريفية التي تَتَوَقَّأ إلى التحرر والتخلص من القيود الثقافية البالية.

¹ محمد صلاح الدين: من وحوش السينما الأمريكية ، (مصنف إلكتروني من موقع كتب عربية) على الرابط

التالي: www.kotobarabia.com

² رياض عصمت: المسرح ومنزلته في الإذاعة والتلفزيون، (مجلة الإذاعات العربية، ع 2)، مرجع سابق، 2001، ص 36.

³ سهير جاد، سامية أحمد علي، مرجع سابق، ص165.

⁴ نادر عمران: الإذاعة والتلفزيون ودورها في نشر الثقافة المسرحية (مجلة الإذاعات العربية، ع 2)، مرجع سابق، 2001،

ص 54 .

وفي عدد 2 سبتمبر 2010: هذه المرة في الجزائر أول مسرحية غنائية بعنوان "الساحة" حاولت تمثيل فئة اجتماعية مهمة وهي فئة الشباب الجزائري، أين ألفت الضوء على الاهتمامات التي يتطلعون إليها، طموحاتهم والمشاكل التي يعانون منها، خاصة بعد العشرية السوداء التي مرت بها الجزائر.

عدد 12 أكتوبر 2010: هذه المرة وفي الأرجنتين حديث خاص عن أهمية المسارح في هذا البلد، إذ شكلت هذه الأخيرة عامل جذب للسياح كما ساهمت في تدعيم الناتج القومي للبلاد.

عدد 20 أكتوبر 2010: مسرحية لكاتبة سويدية تدور حول أحداث الشعب التي حدثت في ضواحي باريس عام 2005، تلك الأحداث التي اعتبرت أضخم أعمال الشعب خلال أربعين عام وأسوأها في أوروبا ما بعد الحرب، وقد عالجت المسرحية قضية الصراع بين ثقافتين إحداهما مهذبة فاعلة ومتطورة تتحكم بوسائل الإعلام، وأخرى تحاول أن تسمع صوتها الغاضب لعالم أصم.

بالإضافة إلى السينما والمسرح برزت أيضا أهمية الموسيقى والرقص والغناء في عرض التنوع الثقافي للبلدان، فالموسيقى لغة عاطفة المثلى تهمز المشاعر وترجم الأحاسيس يقول "دوبارك": " أنه ما من فن يستطيع كما تستطيع الموسيقى أن يعبر عن المشاعر الكبرى التي تهمز النفس الإنسانية... مهما كان الشكل الذي تتشكل به الموسيقى"¹.

نجد مثلا في عدد 04 أكتوبر: موضوعا عن الموسيقى حين تتمرد وتصبح لها طرقا مختلفة للتعبير، حيث اختار مجموعة من الشباب الجامعي في مصر أن تكون أدوات عزفهم مخلّفات ونفايات.

وفي عدد 25 أوت 2010: مهرجان غنائي في الجزائر وبالذات في منطقة تمنراست أين يحتفل الطوارق بعز مملكتهم القديمة.

¹ سهير جاد، سامية أحمد علي، مرجع سابق، ص 168.

وفي عدد 09 أوت 2010: يلتقي الرقص الصيني والإفريقي ليعبر كل بلد عن ثقافته من خلال هذا الفن، يقول الرئيس الرواندي في مهرجان الرقص للقارة السمراء والذي يعقد كل عامين "لعبت الموسيقى والرقص دورا مهما في تاريخ إفريقيا وثقافتها".¹

أما عدد 29 نوفمبر 2010: رقص الفلامينكو الإسباني، تقول مدربة رقص الفلامينكو: "الفلامينكو فن متعدد الأوجه لأنه يضم الرقص والموسيقى والتعبير الدرامية، لهذا السبب من المهم أن يكون ضمن تراث اليونيسكو".²

عدد 20 أكتوبر "أوركسترا الخضار": ذلك هو اسم فرقة نمساوية، اختارت العزف على آلات متواضعة مصنوعة من الخضار، أنغام حلوة وأصوات ملائكية تصدر عن الجزر والفلفل الحلو والكراث...

الفن التشكيلي:

جاءت في المرتبة الثانية مواضيع الفن التشكيلي في كل من برنامج ثقافة وموضة، إذ حرصت القناة من خلال هاذين البرنامجين على تقديم هذا النوع باعتباره أحد أهم الفنون التي تسهم في بناء الحضارة والثقافة معا³، وقد شمل هذا الفن كل ما له علاقة بالخط، والرسم، والحفر، والنحت والتصوير، هذا الفن الذي اعتُبر لغة عالمية "لها عمومية الفن وخصوصية الموطن، وهو وسيلة اتصال بين الشعوب والعصور وهو حلقة الوصل بين الفنون كلها، فهو المحتوى والأداة والوسيلة وهو الإنتاج الأكبر في الموروث الحضاري"⁴.

وكما تبين لنا من خلال القراءة الرقمية للجدول أن النسبة الأعلى لمواضيع الفن التشكيلي تعود لبرنامج "ثقافة"، حصلت فئة الرسم فيها على 04 تكرارات بينما تكرر ظهور كل من مواضيع النحت والتصوير مرتين خلال دورة بث كاملة .

¹ برنامج ثقافة: عدد 09 أوت 2010.

² برنامج ثقافة: عدد 29 نوفمبر 2010.

³ علي الغول، مرجع سابق، ص 149.

⁴ نفس المرجع، ص 150.

نجد في عدد 02 سبتمبر 2010: عرضاً قدمه برنامج "ثقافة" حول مهرجان النحت على الرمل، وهو مهرجان عالمي يقام سنوياً في البرتغال تشارك فيه جميع الدول، والملفت للانتباه أنه وفي كل عام يتناول المهرجان موضوعاً معيناً ويقوم المشاركون بنحت منحوتاتهم على أساس هذا الموضوع، وكان موضوع هذا العام "عالم الأحياء، نباتات وحيوانات القارات الخمس منذ فترة ما قبل التاريخ إلى يومنا هذا".

أما عدد 05 نوفمبر 2010: فقد قدم عرضاً للوحات فنية تعود لسلالة "الميديسيس" العريقة في متحف "مايول" في فرنسا، وقد حاول البرنامج نقل التراث الثقافي لهذه السلالة التي تركت الكثير من الآثار الفنية للعالم لتكون شاهدة على عراقتها.

وفي عدد 13 نوفمبر 2010: عرض في لرسومات أكبر الفنانين في مزاد "كريستيز" الدولي في نيويورك، والهدف منه هو معرفة إذا ما أثرت الأزمة الاقتصادية العالمية على مجال الفن، والملاحظ أن ميدان الفن بقي مستقراً ومنتعشاً رغم كل شيء.

أما في عدد 29 نوفمبر 2010: تم عرض لوحة مشهورة تعود إلى عصر النهضة الألمانية للفنان "كارناك" والذي يحاول متحف اللوفر الحصول عليها مقابل 4 ملايين يورو، حيث أن النقود لا تساوي شيئاً أمام قيمة الأعمال الفنية الحقيقية" (حسب ما ورد في الموضوع).

وفي نفس العدد كذلك سلط الضوء على معرض سوري للأعمال التشكيلية، عرضت خلاله أعمال لثلاثة فنانين تتناول ثلاثة مواضيع بأساليب فنية مختلفة وجديدة، تراوحت بين النحت والرسم وسط مشهد ثقافي آخذ في التطور.

بينما عدد 04 أكتوبر 2010: وفي باريس عُرضت أعمال المصور المغربي المشهور "أندريه كارتس" الذي صوّر على مدار سبعين عاماً عالمه الخاص، وقد كان الفنان يقول عن صوره بأنه لا يلتقط صورة اللحظة وإنما صورة ما يشعر به.

كذلك في معرض آخر لمصور ومخرج فرنسي، هذه المرة "ريمون دوباردون" يقدم من خلال عرضه صورة مغايرة عن فرنسا وكأنها بلد المقاهي والمنازل المتواضعة.

حقيقة وبالرغم من أننا نُلحظ في الصورة التسجيلية ثباتا زمنيا وقيودا مكانية، إلا أنها ترتبط في جُزئياتها أو كلها بذكرى حدثت واقعا في حياة الراوي (المصور)، وهنا تنتهي حدود الصورة الجامدة الملتقطة وتنهض عناصر أخرى تتغذى من مسارب الذاكرة، التي مجرد استرجاعها (أي الذكرى) تُدبُّ الحياة في هذه الصورة، وهنا تتجلى قيمتها، ومن مزايا التصوير أيضا النقل الحرفي الأمين للمشهد الملتقط بقبحه أو بجماله، عكس الرسم أو النحت اللذين قد يغيران القبح إلى جمال بأنامل النحاة أو ريشة الرسام.

وهذا ما برز أكثر في موضوع التصوير الذي سعى برنامج موضة إلى عرضه كفن من الفنون التشكيلية بمعدل 3 تكرارات، حيث حاول في كل مرة تغيير الصورة النمطية للمرأة التي تستخدم في مجال الموضة وإبراز قيمة الصورة الحقيقية، ربما لهذا السبب برز التصوير كفن في برنامج "موضة" الذي يهتم أساسا بعالم الموضة والأزياء والجمال .

"فصورة المرأة في مجال الموضة وفي مجال إظهار الجمال والأناقة لا يمكنها لوحدها أن تختصر حالة المرأة"¹، هذا ما برز جليا في عدد 10 سبتمبر 2010: من برنامج "موضة" أين حمل المهرجان الدولي للتصوير الفوتوغرافي في "دِرِينِيُون" شعارا مهما: صورة المرأة في الإعلام بين القيمة النفيسة والقيمة التجارية المستهلكة، وفي نفس العدد تقول رئيسة تحرير مجلة Elle: " بالرغم من أن كل شيء قد تغير لكن الأفكار المسبقة عن النساء مازالت حاضرة، فالنساء إما ضحايا أو أمهات أو مومسات، كما أننا عندما نلقي نظرة سريعة على ما يُنشر من صور نجد أنها تطرح المهندس على أنه رجل والمرضة على أنها امرأة"، لذا يجب تغيير النظرة للناس في علاقاتهم مع فن التصوير بعيدون عن ماهو جميل واستثنائي.

أيضا في عدد 22 أكتوبر 2010: قُدِّم معرض للصور من قبل فنان مصور أين حاول دراسة الأشكال الجديدة للإنتاج الفني مبرزا قيمة الصورة، فاليوم كل شيء يمر عبر الصورة: الموضة، والأزياء، والجمال...

وفي عدد 19 نوفمبر 2010: صُوِّرت الحياة اليومية في أحد الشقق في روسيا والتي تدعى "الكومونالكا"، هذا العدد حاول تغيير معنى الصورة في عالم الموضة، "فعالم الموضة في نظر بعض

¹ رئيسة تحرير مجلة Elle ، عدد 20 سبتمبر 2010 من برنامج " موضة " .

المصورين نساء رشيقات، ثياب فاخرة، أضواء، وتجارة مربحة"، إلا أنه في نظر بعض المصورين ينبع من علم الإنسان، مثل المصورة والسينمائية "فرانسواز هوغي" إذ تقول في هذا الصدد: " الصورة خففة قلب، فعندما يثيرني منظر ألتقطه على الفور".

ومهما كانت طبيعة الفن، تعبيريا كان أم تشكليا، يبقى الفن إنتاجا حضاريا وتعبيرا ثقافيا يشد الإنتباه ويثير الإحساس¹.

الطبخ:

وما يلفت الإنتباه هو حصول الطبخ كفئة "رئيسية مستقلة" على نسبة معتبرة مكنته من احتلال المرتبة الرابعة من بين المواضيع الثقافية التي تعرضها القناة، ولعل هذا يعود إلى المكانة العريقة التي يحتلها هذا الفن في التراث الفرنسي كون أن المطبخ الفرنسي "مشهور بكونه الأفضل في العالم وسرُّ اتقانه لا حدود له"²، حيث برز الطبخ كفئة رئيسية مهمة لما احتل المرتبة الثانية في برنامج "فن العيش" بعد فئة التصميم، إذ قدرت نسبته ب 20% وبمعدل تكرارات قدره 07 تكرارات.

أما برنامج "ثقافة" فقد عرض موضوع الطبخ مرتان خلال دورة بث كاملة لذا كانت نسبته ضعيفة نوعا ما 4.9% مقارنة ببرنامج "فن العيش".

ربما يعود هذا كون أن برنامج "ثقافة" اهتم بعرض مختلف المواضيع الثقافية التي لها علاقة بالفن والأدب والآثار والتراث بالإضافة إلى الطبخ المميز باعتباره "عنوان المطبخ الفرنسي الذي شق طريقه إلى الأبد في التراث العالمي"³، أما برنامج "فن العيش" فقد كان تركيزه أكثر على عرض شتى أنواع الفنون وأعرقتها على الطريقة الفرنسية خاصة الطبخ إذ حصل على أعلى معدل تكرار من بين كل المواضيع الأخرى، وقد حرص برنامج "ثقافة" على عرض الطبخ في أجواء المناسفة والإحتفال مبينا أن فرنسا هي الرائدة في هذا المجال وقصة هذا البلد مع الطبخ لا تنتهي.

مثلا نجد في عدد 20 أكتوبر 2010: موضوعا عن مباراة "البوكيس دور" في الطبخ، وهي

مسابقة عالمية تطلقها مدينة "ليون" الفرنسية كل عام، وتعتبر مسابقة العمر التي يحلم كل طاهٍ بأن

¹ علي الغول، مرجع سابق، ص 149.

² برنامج "فن العيش": عدد 15 أوت 2010.

³ برنامج "ثقافة": عدد 29 نوفمبر 2010.

يفوز بها، وفي مسابقة هذا العام تحلم الولايات المتحدة الأمريكية أن تدخل المسابقة رغم سجلها الضعيف، إذ أمضى فريقها في التدريب مدة 09 أشهر كاملة للتأكيد أن الولايات المتحدة الأمريكية لا يقتصر طعامها على الأكل السريع فحسب، الفريق الأمريكي سيُنافس 24 فريقاً من باقي دول العالم ليحاول كسر التقليد،فرنسا والنرويج إحتكرتا الفوز منذ عام 1987م وهذا العام أيضا مرشحتان للفوز.

أما عدد 29 نوفمبر 2010: فكان موضوعه حول السهرات الإحتفالية، ففي الحريف من كل عام يحضر عدد من المشاهير في ميدان الطبخ ليقدموا أرقى أنواع الأطباق الفرنسية في أجواء احتفالية وبمساهمة عدد من الفنانين والمغنين الفرنسيين، وهم يقومون بذلك حسب ما قاله الطاه الشهير "آرماند أمال": "لإعطاء هوية للمطاعم، كما يقدمون شرحا للأطعمة والأمكنة المختارة"، وهذا ما سعى برنامج "فن العيش" إلى عرضه من خلال تسليط الضوء على أشهر المطاعم وأشهر الطهاة وأشهر الأطباق، " فالمطاعم تُلخَّصُ فن العيش على الطريقة الفرنسية.¹

وفي عدد 15 أوت 2010: نجد طهاة أجانب يطهون أطباق فرنسية بإمتياز: طاه ياباني وطاه سينيغالي قَدِمَا إلى فرنسا للعمل فيها ولما أُعجِبَا بالطبخ الفرنسي تحوَّلا إلى طهي الأطباق الفرنسية.

وفي عدد 23 أكتوبر 2010: طاه أمريكي سحر باريس بأطباقه الفرنسية بإمتياز، إنّه "دانييل روز"، قدم من الولايات المتحدة الأمريكية إلى باريس لدراسة الفن ولكنه اكتشف وجها آخر لفرنسا يقول: "أنهيت دراستي ولكنني أمضيت الكثير من الوقت في الأكل في المطاعم واكتشفت الناس والتقاليد الفرنسية الرائعة، لذا ذهبت إلى ليون لتعلم الطبخ في أحد مدارسها"².

ولعل السرعة جزء من ثقافة الغرب الحديث، والفرد وفقا لمنطقه الثقافي الحديث قد يعتبر الغذاء جزءا من برنامج الشارع لذا فهو مرتبط بالسرعة بالرغم من ارتباطه بمتعة الأكل والتذوق والإلتفاف

¹ برنامج "فن العيش": عدد 13 نوفمبر 2010.

² نفس المرجع، عدد 23 أكتوبر 2010.

من حوله، وكما أن تناوله في البيت يعطي إحساسا بالراحة والانتماء فإن تناوله خارجه يربط بين المتعة والتعب والإغتراب¹.

ومع الطبخ قد نكتشف متعة من نوع آخر وهي فن تذوق الطعام في المطابخ الراقية، أين يشاهد الزبائن أطباقهم وهي تطهى أمام أعينهم في استعراض شيق وحقيقي، يقول كبير الطهاة في أحد المطاعم "هناك ولع شديد بالمطبخ بين كل ما يحدث والبرامج التلفزيونية التي يشاهدها الناس"². وللطعام المعبأ متعته أيضا، فالأغذية المعلبة تحتفل بعامها المئوي الثاني بعد اكتشافها من قبل الفرنسي "نيكولا أبان" عام 1795م.

الآثار:

ولأن الآثار جزء من التراث الإنساني كان لها حظ في البرامج الثقافية التي تعرضها القناة، وما تعكسه القراءة الرقمية للجدول يتبين أن هناك اهتماما أكثر بهذا النوع من جانب برنامج الثقافة أين سعى البرنامج إلى إبراز التراث الإنساني من خلال تسليط الضوء على الأثر الإنساني الذي يحكي تجربته ويؤرخ لعصره مبرزا تنوع الإرث الثقافي لمختلف البلدان.

والآثار هي السبيل الوحيد المساعد على استنطاق أوجه الحياة في المجتمعات التي وجدت منذ سنين خلت وباختصار " كل ما خلفه نشاط انساني في مكان ما خلال حقبة ما من الزمن هو أثر يخضع لدراسة علم الآثار"³.

نجد مثلا في عدد 25 أوت 2010: من برنامج "ثقافة" اكتشاف وجه جديد للسعودية أين نجد متحف اللوفر في معرضه الجديد يروي حضارة عريقة وتراث، تماثيل تعود إلى 6 آلاف عام إلى العصر البرونزي وكأنها من قلب أوروبا، برز في المتحف تماثيل يبدو مثل "لويس السادس عشر" لكنها

¹ وليد منير: التنمية وازمة الثقافة بين الاستلاب وفاعلية التغيير، دراسة في التأصيل المعياري للتحديات ، في : علي جمعة محمد وآخرون: الأمة وازمة الثقافة والتنمية، تقديم عبد الحميد ابو سليمان، ط 1، دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، 2007 (م.د) ص ص 442 ، 443 .

² برنامج "فن العيش": عدد 13 نوفمبر 2010.

³ مفهوم الآثار من الرابط التالي: <http://www.qadeem.com/vb/showthread.php?t=15816>

السعودية قبل الإسلام، 1000 عام قبل المسيح كانت الجزيرة العربية مزدهرة لأنها تشكل مفترق طرق للتجارة الدولية، قوافل تنقل الذهب والمجوهرات ففي هذه المنطقة تعاقبت الحضارات.

وفي عدد 17 أوت 2010: آثار في المكسيك، تلال مكسيكية تروي حكاية حضارة قديمة تعود إلى عصر ما قبل التاريخ في منطقة "أوكساكا" التي أرادت منظمة اليونسكو إدراجها في قائمة مواقع التراث العالمي لأهمية موقعها.

28 أكتوبر 2010: نجد في هذا العدد أبنيةً تراثيةً منذ القرن 19م وسط القاهرة، لها سحر تاريخي خاص، يحاول المستثمرون ترميمها وتحويلها إلى فنادق ومطاعم.

أما عدد 05 نوفمبر 2010: فقد جاء في التقرير ما يلي: "بعد أكثر من 1000 سنة من بنائها مازالت بقايا مدينة الزهراء جنوب اسبانيا شاهدة على المكانة التي وصل إليها الفن المعماري الإسلامي، المدينة كانت مقر الخليفة الأموي عبد الرحمن الناصر الذي أطلق عليها اسم زوجته، القطع الأثرية التي يعثر عليها تنقل إلى متحف قريب لترميمها ثم إعادة بنائها".

إن التراث المعماري ماهو إلا إنعكاس صادق للبيئة الحضارية التي سادت مرحلة تاريخية معينة "هذه البيئة الحضارية ما هي إلا محصلة الكثير من التفاعلات بين عوامل متأصلة في المكان وعبر الزمان، منها العوامل الثقافية والعقائدية والاجتماعية والاقتصادية"¹.

وفي نفس العدد: متحف "المايول" في فرنسا يعرض قطعاً أثرية من سلالة "الميديسيس" العريقة التي قدمت الكثير في مجال الفن وعلم الفلك والمخطوطات، سلالة قدمت ثلاثة من الباباوات وملكتين لفرنسا.

"علم الآثار من العلوم الهامة والنادرة له علاقة مع العلوم الأخرى، يمس تراث الإنسان الفكري والمادي وتجاربه القديمة التي لم يستغن عنها في إزدهار الحياة وتطورها في العصر الحديث"²، ربما هذا

¹ محمد نبيل السراج، حازم عويس: فن العمارة بين الأصالة والمعاصرة، (المجلة المعمارية العلمية، ع 7)، صادرة عن كلية الهندسة المعمارية، جامعة بيروت العربية، 1993 ص 55 .

² شبكة ألم الإمارات على الرابط التالي: <http://www.alamuae.com/vb/t73345.html> الرابط مُحمّل بتاريخ: 2010/12/10 على الساعة 15.30.

ما حاول برنامج "فن العيش" أن يثبتته لما ربط الإرث الإنساني المادي بالعيش الحديث وجعله أسلوباً وطريقة في الحياة يدافع عنها من هو مهتم بها.

إذ نُجد في عدد 24 سبتمبر 2010: من برنامج "فن العيش" كيف يتحول العمل في مجال الأثرية إلى فن يستحق التتويج، ففي معرض لتجار الأثرية في Le Grand Palais بباريس يجتمع كبار المهتمين بالتحف الأثرية في العالم، "فرانك" وهو تاجر أثريات يعرض مجموعته التي يفخر بها لأول مرة في المعرض، مثل هذا العمل هو تتويج لعمل دؤوب بالنسبة للتجار، ورحلة عبر الزمن بالنسبة للزائرين وأسلوب حياة بالنسبة للزبائن.

أما في عدد 26 سبتمبر 2010: ننتقل من الإرث المقدس إلى التصميم المعاصر، أماكن دينية وأثرية من القرنين 12 و 16 استغلها المستثمرون وقاموا بتحويلها إما إلى صالات عرض أو إلى مطاعم أو إلى فنادق.

وفي نفس العدد أيضاً جبل "سان ميشال" به معلم تاريخي فرنسي أثري تحول إلى قبلة للسائحين.

الصناعة الغذائية:

بعد الآثار حصلت موضوعات الصناعة الغذائية على المرتبة السادسة، وقد تصدر قائمتها موضوع صناعة الخمور بمجموع تكرارات قدره ثلاث تكرارات، ثم صناعة الخبز بتكرارين، وأخيراً تربية النحل وصناعة العسل بتكرار واحد فقط، وقد كان برنامج "فن العيش" الوحيد الذي اهتم بهذا النوع من الموضوعات دوناً عن البرامج الأخرى* في محاولة منه إلى إبراز مكانة فرنسا في صناعة هذا النوع من المنتجات، التي جعلتها جزءاً لا يتجزأ من التراث الفرنسي والتقاليد الفرنسية المحفورة في ذاكرة كل فرد يحبها ويدافع عنها.

ولعل الخمر من بين المنتجات التي تعد من أهم عناصر الثقافة الفرنسية، فهو بالنسبة للفرنسيين فن عيش وأسلوب حياة يجدر بالناس اكتشافه والتقرب منه والتمتع به في أجواء احتفالية تدعو إلى تذوق النبيذ والتعرف على أنواعه المختلفة، تقول إحدى السائحات في أحد أعداد برنامج

* الطبيعة البراجمية لبرنامجي موضة وثقافة لا تولى اهتماماً بهذه المواضيع.

"فن العيش": " حين تفكرون في زيارة فرنسا، أول منتج يخطر ببالكم هو منتج الشمبانيا والطريقة المثلى لاكتشافها هو القيام بنزهة وتذوق القليل منها"¹.

في عدد 16 أكتوبر 2010: رحلة في نهر "السان" لتذوق أفخر أنواع النبيذ الفرنسي، يقول مؤسس رحلات: "نحن في صلب السياحة الثقافية سنعرّف بالتراث من ناحية التذوق ومن الناحية الثقافية، خلال رحلة شامبانيا سنعرّف بباريس ونعرف بالنبيذ".

في نفس العدد: في منطقة "الناريون" يُقدّم الزائرون على قطاف العنب قبل تذوق النبيذ، يقول صاحب المكان: " نحن نربط بين النبيذ والأكل الطيب وبين الثقافة والرسم، فهذا هو فن الحياة".

وفي عدد 02 سبتمبر 2010: "أنطوان" كرام فرنسي شاب أنهى دراسته وهو الآن يعمل في قطعة أرض بها آلاف غرسات الكرم، يحب عمله كثيرا وهو لم يصبح كراما بالصدفة، وإنما نتيجة شغف ورثه عن عائلته، هو يهتم بمحصول 2010 ليتذوقه العام المقبل، أما اليوم فهو يضع محصول 2009 في الزجاجات بمساعدة الأصدقاء، يقول "دومينيك" من جمعية "نبيذ منطقة سيران": "عندما يكون لدينا وقت نأتي إلى هذا المكان، إنه عمل ممتع، إنه جزء من تراثنا".

كذلك يحاول البرنامج أن يثبت أن فرنسا الرائدة في مجال صنع الخبز الذي تصل أنواعه إلى المئة نوع بنكهات وأذواق وأشكال مختلفة، تجعل الخبازين يتنافسون بابتكاراتهم وكل يوم لديهم الجديد.

نجد مثلا في عدد 23 أوت 2010 : ابتكار أصناف الخبز المميزة، خبز بنكهات مختلفة مع تقديم شرح لكل نوع واختيار الخبز لأصناف معينة من الأكل، ذلك هو اختصاص الخباز في فرنسا.

وفي عدد 29 أوت 2010 : إرث عائلي وشغف بالمهنة، "غونثران" درس مهنة الخباز ثم بدأ يدرّسها وله كتب عديدة وإسهامات تلفزيونية في هذا المجال، يعتبر جودة الخبز هي القيمة الحقيقية، كما يهتم بتناسب الخبز مع الأطعمة والمناسبات، يقول في إحدى البرامج التلفزيونية التي يقدمها: "خبز العشاق هو تقليد في وسط أوروبا، الشاب الذي يحب فتاة يهدئها خبزا من الأباذير على شكل قلب".

¹ برنامج "فن العيش": عدد 16 أكتوبر 2010.

وقد لقي موضوع تربية النحل وصناعة العسل اهتماما من قبل البرنامج وإن كانت نسبته ضئيلة نوعا، ما وهذا لأهميته الكبيرة وفوائده المتنوعة سواء من حيث التنوع البيولوجي والحفاظ على الطبيعة إذ يعتبر النحل مهما لتنوع الأزهار والأشجار، كما أنه يسهم على مستوى العالم في زيادة الإنتاج النباتي إلى حوالي 30% وبالتالي زيادة الأمن الغذائي نتيجة قيامه بزيارة الأزهار حشرية التلقيح¹، أو من حيث الصحة حيث أن للعسل فوائد تتمثل في كونه مغذٍ ويمدنا بالطاقة والحيوية، أو في مجال الطبخ فالعسل يدخل تركيبه في صنع ما لذّ وطاب من الحلويات لذا أصبحت تربية النحل صِيحَةً بيئية جديدة، كما أن استخراج الأفراد للعسل بأنفسهم متعة يعاد اكتشافها في فرنسا، هذا ما حاول عدد 16 سبتمبر 2010 توضيحه: "نيكولا جيون" مربي نحل منذ 25 عاما بدأ عندما كان في الثانوية، وتربية النحل عشق لم يفارقه يوما، زبائن نيكولا سيحصلون على كنز حقيقي هذا الصباح، حوالي عشرين قفيرا حضرها لأشخاص يأتون من جميع أنحاء فرنسا، هو يربي النحل ثم ينقله إلى المدينة لأن الإنتاج هناك جيد جدا، وضع بعضا من الخلايا على أبراج La Défense وعلى سطح Le Grand Palais كذلك في حديقة وعلى سطح أحد مختبرات مُصنِّع شوكولاتة شهير، هذا الأخير يتفنن في صنع الحلوة الممزوجة بالعسل.

الأدب:

الملفت للانتباه هو قلة اهتمام البرامج الثقافية بالأدب إذ احتل المرتبة الأخيرة مقارنة بالفئات الأخرى بنسبة قدرها 3.15%، والمرتبة ما قبل الأخيرة في برنامج "ثقافة" الوحيد الذي اهتم بعرض المواضيع الأدبية بنسبة قدرت ب: 7.31% حصلت فيها الرواية على تكرارين فقط بينما عالج البرنامج موضوع القصة مرة واحدة خلال دورة بث كاملة، والغريب هو انعدام مواضيع الشعر مما يدفعنا إلى طرح العديد من الأسئلة:

- هل سبب ذلك يعود إلى ان الإنتاج الأدبي بصفة عامة قليل في العالم والوطن العربي؟
- أم أنّ القناة لا تولي إهتماما بالأدب مقارنة بالمواضيع الثقافية الأخرى؟

¹ <http://forum.saudibi.com/forum/showthread.php?>

والأمر الأكيد أن الإحتمال الأول مستبعد بطبيعة الحال لأن استقرار الواقع يثبت عكس ذلك لن نخوض في هذا المجال كثيرا لكن إذا ما أخذنا على سبيل المثال لا الحصر ما جاء في الببليوغرافيا السنوية للمنجز الأدبي السعودي¹ صدور 311 كتابا أدبيا خلال 2010 والرواية تواصل ازدهارها بـ 86 إصدارا و 82 ديوانا للشعر والمجموعات القصصية بـ 63 مجموعة، بالإضافة إلى الكتب النقدية وغيرها.

فماذا لو تتبعنا المنجزات الأدبية في باقي دول العالم والوطن العربي، أضف إلى ذلك أن معظم المنجزات تعود إلى كتاب وأدباء يشهد لهم بالإبداع والكفاءة العالية.

لذا فالاحتمال الثاني هو الوارد، وفي رأي الطالبة ربما قد يعود سبب ذلك إلى الطبيعة الجادة للمواضيع الأدبية، فبالرغم من أن الأدب هو التعبير عن مجمل عواطف وخواطر الإنسان بأرقى الأساليب الكتابية التي تتنوع بين النثر والشعر، وبالرغم من استخدامه لفن الكلمة الساحرة التي تُحدث في النفس عميق الأثر²، إلا أن هذا النوع من المواضيع يستدعي اهتمام فئة معينة تعتبر الكتاب من الانتاجات الثقافية الجادة، كما أن الكتابة تجعل القارئ أو المشاهد - إن كان العمل معروضا على التلفاز - يبذل جهدا حينما يحاول أن يعيش ما تعيشه الشخصيات التي يُكتب عنها، أو ما يعيشه هو وما يمكن أن يكون الكاتب قد عاشه باعتبار أن حالته الوجدانية تمر إلى الآخرين من خلال كتاباته، لذا فالتلفزيون كما هو الحال بالنسبة للإذاعة غير كُفٍّ بعرض الإنتاج الأدبي لأن الأدب يستلزم العقل واللفظ لكي يصل إلينا³ لذا نجد أن اهتمامه ينصب أكثر بالموضوعات التي يغلب عليها الجانب الترفيهي.

وكمثال على المواضيع الأدبية التي عرضها برنامج ثقافة:

ما نُجده في عدد 10 سبتمبر 2010: شابتان فرنسيتان صغيرتان مبدعتان في ميدان الأدب الأولى لا يتجاوز عمرها السادسة عشر، هي "مريام" صاحبة مجموعة قصص "باريس أحبك"

¹ <http://www.raowaa.com/contents/view/126>

الرابط مُحمّل بتاريخ : 2011/12/12 على الساعة 20:50 .

² <http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A3%D8%AF%D8%A8>

تمت زيارة الرابط بتاريخ : 2011/12/12 .

³ عمرو عبده دياب: دور الموسيقى في الإذاعة المصرية، (مجلة الفن الإذاعي، ع 158)، مرجع سابق، 1999، ص 153.

اختارت باريس مكانا لأحداث قصصها، وهي التي لم تقطنها مطلقا، والثانية "كارمن" الفتاة الباريسية التي لا يتجاوز عمرها الخامسة عشر، سطع نجمها مع مطلع هذا العام الدراسي، روايتها الأولى موضوعها علاقة حب بين مراهقين، عملاقان أدبيان لكاتبتين مبدعتين وجدا مكانهما المميز بين الأعمال الأدبية المعاصرة.

وفي عدد 13 نوفمبر 2010: كاتب مغربي من أهم الكتاب الفرونكوفونيين، أصدر كتابه الخامس بعنوان "يوم الملك"، هذه الرواية تتحدث عن العاهل المغربي "الحسن الثاني" في عهد الثمانينات، الرواية تتحدث عن صديقين من مدينة "سلا" قرب الرباط، "خالد" الغني، و "عمر" الفقير وهو الراوي في هذه الرواية، تبدأ الأحداث عندما يذهب "خالد" إلى حفلة في القصر الملكي فيشعر صديقه بغيرة شديدة تجعله يدخل في حرب مع صديقه، هذا الصراع يترجم صراعا بين طبقتين في المغرب في تلك الفترة، الطبقة الفقيرة والغنية.

حسب الكاتب "عبد الله طايح": "الكتابة تمنح الشجاعة والحرية في التعبير عما يجول في ذهن الكاتب، وبها يعبر عن كل ما يحيط حوله".

فئات أخرى:

وبنفس المرتبة والنسبة برزت فئات أخرى ضمن برنامج "فن العيش" شملت موضوع الرياضة ليس باعتباره موضوعا ثقافيا وإنما كون الرياضة تساعد على صقل شخصية الفرد ثقافيا، فالرياضة أسلوب حياة منظم يضمن صحة وقوة للجسم وتهديدا للنفس، يعتبرها العديد فنا ومهارة، ظهرت ومورست منذ أقدم العصور حتى عصر ما قبل التاريخ¹.

أصبحت الرياضة جزءا هاما من التربية العامة، كما أنها أحد المظاهر الحضارية التي تميز الشعوب، ومؤشر على مدى تقدم الدول علميا ومعرفيا خاصة أنها تستمد نظرياتها وخصائصها من العلوم الإنسانية كعلم النفس والاجتماع، والعلوم التطبيقية كالطب وعلم وظائف الأعضاء وغيرها من العلوم الحديثة، والعديد من الناس يفهمون الرياضة على أنها مجرد حركات وتمارين ومهارات

¹ <http://lee75.fororama.com/t123-topic>

تنمّي البدن فقط، بل هي نوع من أنواع التربية لأنها إعداد للحياة وإكساب الفرد لمهارات نافعة وصقل لشخصيته ثقافيا واجتماعيا وعقليا¹.

أمثلة على ما جاء من مواضيع رياضية:

نجد في عدد 4 أكتوبر 2010: تعلّم رياضة جديدة وغير معروفة في فرنسا، هي الركض بأقدام حافية، رياضة ممتعة تمنح ممارسيها ثقة بالعالم والمحيط وتقوي علاقتهم بالأرض.

وفي هذا الصدد أُبتكرت أحذية رياضية جديدة تلائم هذا النوع من الرياضة تدعى "أحذية الحد الأدنى" أي الرقيقة جدا واللينة تجعل الرجل تلامس الأرض مباشرة كما تمنح شعورا بالحيوية.

وفي عدد 06 نوفمبر 2010: تحت عنوان الصحة والاسترخاء وممارسة الرياضة بطرق بيئية، نجد أشكالا جديدة من اليوغا تصل إلى فرنسا من الولايات المتحدة الأمريكية، هذا النوع لم يعد أسلوبا للاسترخاء التقليدي ف: "الكوريوغا" و "الأكرويوغا" يساعدان على تطوير قدرة التحمل وعلى اكتشاف الجسد، وهي طرق مبتكرة للدمج بين الرياضة والتأمل.

وفي نفس العدد: نكتشف أجهزة رياضية لا تؤذي بيئتنا في متجر متخصص في رياضات الشتاء حيث أن كل الأغراض صممت بطريقة بيئية.

تقول مسؤولة بيئية: "نحاول الحد من تأثير منتجاتنا على البيئة من خلال اختيار المواد البيئية العضوية والتي يمكن إعادة تدويرها"².

هذا الحس البيئي ليس فقط في تصنيع القماش، فاحترام البيئة يمر حتى عبر التجهيزات الرياضية كالألة الرياضية المصنوعة من الخشب الذي لا يساهم في مشكلة التصحر، تعمل بالماء، استعمالها سهل على الجسد، بالإضافة إلى صوت الماء الممتع.

وفي الأخير نُذكّر بمجمل ما جاء من إحصاءات رقمية تكشف عن مراكز الاهتمام

بالموضوعات المصنّعة في كل برنامج من البرامج الثلاث :

¹ <http://sportw.montadarabi.com/t126-topic>

تمت زيارة الرابط بتاريخ: 2011/12/13 على الساعة 11:25

² برنامج فن العيش ، عدد 6 نوفمبر 2010.

1 - مواضيع التصميم:

- موضة %84.22
 - فن العيش %45.71
 - ثقافة 0
- %33.68

2 - مواضيع الفن التعبيري :

- ثقافة %56.09
 - موضة 0
 - فن العيش 0
- %24.21

3- مواضيع الفن التشكيلي :

- ثقافة %19.51
 - موضة %15.78
 - فن العيش 0
- %11.57

4 - الطبخ :

- فن العيش %20
 - ثقافة %4.9
 - موضة 0
- %9.48

5 - الآثار:

- ثقافة %12.19
 - فن العيش %8.57
 - موضة 0
- %8.45

6 - الصناعة الغذائية :

- فن العيش %17.15

%6.31

● ثقافة 0

● موضحة 0

7- الأدب:

● ثقافة %7.31

%3.15

● موضحة 0

● فن العيش 0

8- فئات أخرى:

● فن العيش %8.57

%3.15

● ثقافة 0

● موضحة 0

2- فئة الوظيفة :

تهدف هذه الفئة إلى الكشف عن الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام من خلال المضامين التي تروجها، كذلك ترتيب هذه الوظائف في علاقاتها ببعضها بما يعكس مدى الاهتمام بهذه الوظائف¹

وبعد تحليل المواضيع التي عرضت ضمن البرامج الثقافية التي بين أيدينا ظهرت الوظائف الثقافية التالية:

1- وظيفة الإخبار والإعلام

2- وظيفة الشرح والتفسير

3- وظيفة الدعاية

4- وظيفة التثقيف*

¹ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 222 .

5- وظائف أخرى: وشملت التوعية والتوجيه، والمحافظة على البيئة.

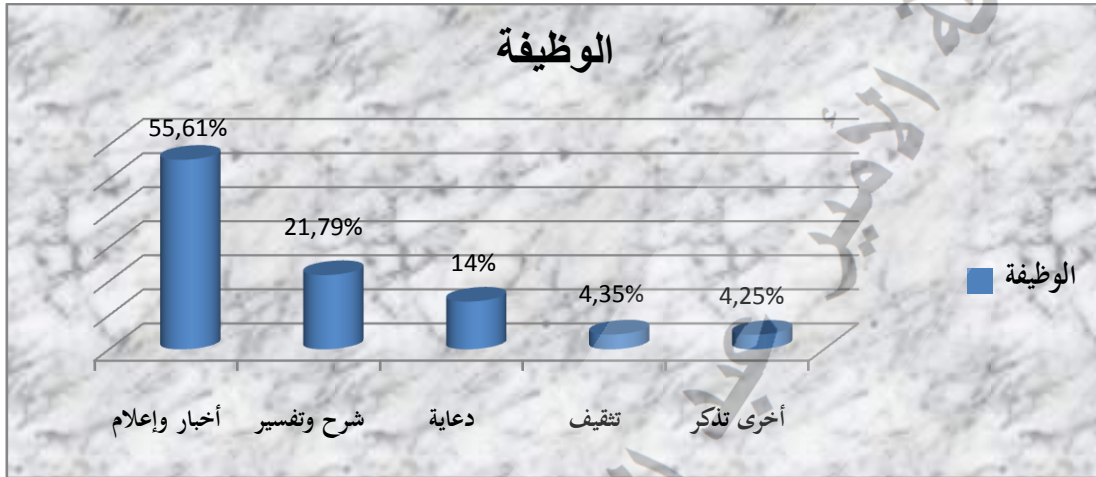
متوسط النسب	%	المجموع	فن العيش		موضة		ثقافة		فئة البرامج الوظيفية
			%	ك	%	ك	%	ك	
55.61	100	421	44.43	187	16.38	69	39.19	165	أخبار وإعلام
21.79	100	165	59.39	98	21.83	36	18.78	31	شرح وتفسير
14	100	106	62.26	66	26.42	28	11.32	12	دعاية
4.35	100	33	27.28	9	-	-	72.72	24	تنقيف
4.25	100	32	40.62	13	21.28	7	37.5	12	أخرى تذكر
100	100	757	49.28	373	18.49	140	32.23	244	مجموع متوسط

جدول رقم (03) يبين فئة وظيفة البرامج الثقافية:

* حصرت الطالبة هذه الوظيفة في مجال "نقل التراث الثقافي من جيل لآخر".

										النسب	التكرارات
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------	-----------

الشكل البياني رقم (02) والذي يبين وظيفة البرامج الثقافية:



عرض وتفسير بيانات الجدول رقم (03) الذي يبين فئة الوظيفة:

يتضح لنا من خلال الجدول أن إحصائياته الرقمية متعلقة ببيان نوع الوظائف التي تؤديها البرامج الثقافية في قناة France 24 وذلك للإجابة عن السؤال التالي: ماهي الوظائف التي تؤديها البرامج الثقافية في القناة؟

وعند قراءتنا الأولية يتضح لنا أن أعلى نسبة سُجِّلت في الجدول كانت 55.61% والتي عبرت عن نسبة الوظيفة الإخبارية والإعلامية بمجموع تكرارات قدره 421 تكرارا أما أدنى نسبة فقد حصلت عليها فئة وظائف أخرى وقد قدرت بـ: 4.25% مع مجموع تكرارات بلغ 32 تكرارا، وجاءت في المركز الثاني وظيفة الشرح والتفسير بنسبة قدرت بـ: 21.79% مع مجموع تكرارات قدره 165 تكرارا، ثم في المرتبة الثالثة جاءت وظيفة الدعاية بنسبة بلغت 14% وبمجموع تكرارات قُدِّر بـ: 106، ثم تلتها الوظيفة التثقيفية التي احتلت المركز الرابع بنسبة قدرت بـ: 4.35% حيث حصلت على مجموع تكرارات وصل إلى 33 تكرارا، أما عن توزيع نسبة كل وظيفة في كل برنامج من البرامج الثقافية فقد جاء كمايلي:

بالنسبة للإخبار والإعلام احتل برنامج "فن العيش" المرتبة الأولى بنسبة 44.43% يليه برنامج "ثقافة" بنسبة 39.19% وأخيرا برنامج "موضة" بنسبة 16.38% وهي نسبة قليلة مقارنة مع النسبتين السابقتين.

أما وظيفة الشرح والتفسير فقد حصل برنامج "فن العيش" على المرتبة الأولى بنسبة 59.39% يليه برنامج "موضة" بنسبة 21.83% ثم برنامج "ثقافة" بنسبة 18.78% حصل برنامج "فن العيش" مرة أخرى على المرتبة الأولى بتأديته للوظيفة الدعائية وذلك بنسبة 62.26% تلاه برنامج "موضة" بنسبة 26.42% ثم برنامج "ثقافة" بنسبة 11.32%.

بالنسبة للوظيفة التثقيفية حصل برنامج "ثقافة" هذه المرة على المرتبة الأولى وذلك بنسبة 72.72% ثم جاء بعده برنامج "فن العيش" مع نسبة قدرها 27.28% وهي نسبة قليلة جدا مقارنة بالأولى، وما نلاحظه في برنامج "موضة" هو انعدام الوظيفة التثقيفية وهذا أمر بديهي إذا ما نظرنا إلى طبيعة البرنامج، فهو يعرض أساسا المواضيع التي تبحث في الأزياء والتصميم وعروض أشهر المصممين.

بالنسبة للوظائف الأخرى جاء برنامج "فن العيش" في المركز الأول بنسبة قدرت بـ: 40.62% حيث حصل الترفيه على تكرار واحد ووظيفة التوعية والتوجيه على تكرارين ووظيفة المحافظة على البيئة على 10 تكرارات، ثم جاء برنامج "ثقافة" بنسبة 37.5% حيث حصل الترفيه على 4 تكرارات التوعية والتوجيه على 4 تكرارات وكذلك وظيفة المحافظة على البيئة على 4 تكرارات ثم جاء برنامج "موضة" في المرتبة الأخيرة بنسبة 21.88% حيث حصلت وظيفة التوعية والتوجيه على 7 تكرارات بينما انعدمت وظيفتا الترفيه والمحافظة على البيئة في هذا البرنامج.

نستنتج أن البرامج الثقافية في قناة France 24 تؤدي مجموعة من الوظائف المتنوعة كل حسب طبيعته ولكن كيف نفسر مايلي:

- 1 - كيف نفسر حصول وظيفتي الإخبار والإعلام والشرح والتفسير على المرتبتين الأولتين؟
- 2 - بالرغم من أن البرامج محل الدراسة هي ثقافية، وبالرغم من أن الطبيعة الترفيهية هي الأكثر انتشارا خاصة في التلفزيون والراديو إلا أننا نجد أن الوظيفة التثقيفية والترفيهية في مؤخرة الترتيب؟

3 - كيف نفسر حصول برنامج "فن العيش" على أغلبية المراتب الأولى في الوظائف المذكورة سابقا؟

وظيفة الإخبار والإعلام:

إن حصول وظيفة الإخبار والإعلام على المرتبة الأولى يعود إلى طبيعة القناة وطبيعة البرامج الثقافية التي تقدمها، فقناة France 24 قناة إخبارية بالدرجة الأولى تبث برامج في شتى المجالات كذلك البرامج الثقافية التي تقدمها هي برامج إخبارية متخصصة في المجال الثقافي، فبرنامج ثقافة عبارة عن نشرة ثقافية، كما أن برنامجي موضة وفن العيش هما برنامجان ثقافيان جاءا في شكل تقارير إخبارية، لذا من البديهي أن تنصدر وظيفة الإخبار والإعلام قائمة الوظائف، كما أنها من أهم الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام على الإطلاق وفي جميع الأنظمة الإعلامية على اختلاف فلسفاتها¹، فالمادة الإخبارية هي جوهر الوظيفة الإعلامية كما أنها من المستلزمات الأساسية التي تساهم في تحقيق الوظائف الأخرى من خلال ما تتضمنه من معلومات، لذلك تعد وظيفة الإخبار والإعلام حاجة حيوية وضرورة ملحة للفرد والشعوب والحكومات²، وتشير الدراسات والبحوث إلى أن التلفزيون يعتبر أهم وأحسن وسيلة لنقل الأخبار، كما أن دوره في تقديم المادة الإخبارية لا يقارن لتمتعه بجاذبية فائقة دون وسائل الإعلام الأخرى³، لذلك لا عجب أن تحتل الوظيفة الإخبارية صدارة الاهتمام في مجال العمل التلفزيوني، ولا عجب أن تستحوذ على ثلثي مشاهدي البرامج التلفزيونية⁴.

بالنسبة لوظيفة الشرح والتفسير:

تعد كذلك جانبا مهما من الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام سواء من ناحية الجمهور أو من ناحية الوسيلة ذاتها، بالنسبة للجمهور تبدو العديد من الأخبار غير واضحة وبحاجة إلى شرح وتفسير

¹ حمدي حسن: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام (عرض لكتاب في مجلة الفن الإذاعي، ع 145)، مرجع سابق، 1995، ص65.

² محمد معوض، بركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ط1، دار الكتاب الحديث، 1996، ص ص 11-12.

³ محمد معوض: الخبر في وسائل الإعلام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1994، ص 67.

⁴ محمد شطاح: الأخبار في التلفزيون نحو عالم استعراضي وقيم جديدة في التغطية الإخبارية (مجلة الإذاعات العربية، ع 4)، مرجع سابق، 2006 ص 144.

وإلى تقديم خلفية تاريخية عنها، كذلك يعد الاهتمام بشرح الخبر وتفسيره من قبل الوسيلة من أهم مهامها لأنه يجعلها تخرج من دائرة الحياد ويمنحها أكثر مصداقية.¹

وظيفة التثقيف:

إذا نظرنا إلى طبيعة التلفزيون كجهاز ترفيهي مسلي ينظر إليه أغلب المشاهدين في جميع أنحاء المعمورة على هذا الأساس، نجد أن الترفيه من المهام الأساسية التي يؤديها التلفزيون للمجتمع²، لذا تقل نسبة الاهتمام بالوظيفة التثقيفية مقارنة بالترفيه، ولكن ما يثير الإنتباه في البرامج الثقافية التي تعرضها France 24 هو العكس حيث أن نسبة التثقيف غلبت نسبة الترفيه، وربما قد يعود هذا في رأي الطالبة إلى الطبيعة الإخبارية للبرامج الثقافية والتي تهدف إلى الإخبار والإعلام بالدرجة الأولى ما يجعلها أقل اهتماما بالترفيه، كما أن المادة الإخبارية تتميز بالموضوعية والجدية، حتى وإن احتوت على عنصري الدراما والتشويق لتجذب انتباه واهتمام المشاهدين³، هذا إذا ما اعتبرنا أن الترفيه يؤدي إلى توفير اللهو والتسلية، ويحقق التنفيس عن الانفعالات.⁴

كما أن المادة الإخبارية تساهم في تحقيق الوظيفة التثقيفية⁵ من خلال نقل التراث الثقافي للشعوب.

بالنسبة للمواضيع التي ظهرت فيها الوظيفة التثقيفية نجد أن هذه الأخيرة تجلت من خلال إبراز التراث الثقافي لبلد معين وفي حقبة زمنية معينة ومحاولة تسليط الضوء عليه والتعريف به للجيل الجديد، فنجد مثلا في عدد 24 سبتمبر 2010 من برنامج "فن العيش": موضوعا عن معرض لتجار الأثريات أين يعرض أحد التجار الفرنسيين أثريات اسكندنافية تعود لبداية القرن العشرين 20. كما نجد في عدد 26 سبتمبر 2010: إظهار الإرث المقدس لفرنسا الذي يحكي أهمية حقبة زمنية معينة تعود إلى القرن 12 و 16 مثلا: دير من القرن 12 كان يعيش فيه حوالي 500 راهب

¹ حمدي حسن، مرجع سابق، ص 167.

² محمد معوض: الخبر في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 111.

³ نفس المرجع، ص 111.

⁴ دويدار الطاهر: الترفيه والإعلام، (مجلة الفن الإذاعي، ع193)، مرجع سابق، 2009، ص 124.

⁵ محمد معوض، بركات عبد العزيز، مرجع سابق، ص 11.

مبني بطريقة الأقواس التي تعود إلى عهد "السِّيستَرَسِيان"، هذا الدير تحوّل إلى مطعم، وهو يُعطي انطباعاً بمشاركة الرهبان الذين عاشوا في ذلك المكان.

أما في برنامج ثقافة: نجد مثلاً في عدد 25 أوت 2010 موضوعاً عن الآثار في السعودية يقول المقدم: "في المملكة العربية السعودية لا يوجد فقط البترول وإنما أيضاً حضارة عريقة وتراث" وقد عرضت في متحف اللوفر تماثيل قديمة تعود إلى 6 آلاف عام من العهد البرونزي، تماثيل تبدو وكأنها حديثة لكنها السعودية قبل الإسلام، يقول المقدم "...هذه المرة الأولى التي يعرض فيها السعوديون تراث الجزيرة العربية قبل الإسلام...".

وفي عدد 5 نوفمبر: "سُلط الضوء على بقايا مدينة الزهراء في جنوب إسبانيا التي بُنيت منذ أكثر من 1000 عام، آثار هذه المدينة لاتزال شاهدة على المكانة التي وصل إليها الفن المعماري الإسلامي.

تقول مهندسة معمارية إسبانية: "العلاقة بمدينة الزهراء لا تقتصر على المدينة وحدها بل تشمل أيضاً فن العمارة الإسلامي، لذا حاولنا في تصميم مبنى المتحف المتواجد بالقرب من المدينة إقامة حوار بين مدينة الزهراء والعمارة الإسلامية وتاريخ الإسلام في إسبانيا".

بالنسبة لوظيفة الترفيه:

قُدّم في برنامج ثقافة: في عدد 20 أكتوبر 2010 عزف موسيقي لفرقة نمساوية صادر عن الخضار، هذه المدرسة النمساوية الجديدة حريصة على إيجاد نكهتها المميزة، وهي تقديم الموسيقى بطريقة مميزة وجديدة فيها جانب ترفيهي ممتع، أين تصدر أنغام عذبة عن خضار تعمل على إمتاع الجمهور.

كذلك لدينا في عدد 28 أكتوبر: معرض في لندن يُمكنُ زائره من أن ينتقل بين المعروضات بواسطة القفز والتأرجح والتسلق، تقول أمينة المعرض: "بعض الحركات مثل الجلوس على الكرسي أو السير أو ارتقاء السلم يمكن أن تشكل رقصة، ويقول بعض المختصين في مجال الفنون البصرية حتى أن جمع الغبار يمكن أن يكون فناً"، عنوان المعرض تحرك وصمم رقصتك، الأمر الذي جعل زوار

المعرض يبدو إعجابهم به، فهم لا ينظرون إلى المنحوتات بأعينهم فقط بل يتحركون بينها بمشاركة أجسادهم بطريقة مسلية وممتعة في آن نالت استحسانهم.

أما في برنامج فن العيش نجد مثلاً في عدد 6 نوفمبر 2010: موضوعاً عن ممارسة رياضة اليوغا بطرق جديدة لا تهدف إلى الإسترخاء وحسب بل تساعد على تطوير قدرة التحمل وعلى اكتشاف الجسد، فمثلاً رياضة "الأكرويوغا" تمر بمراحل متعددة خلال التمرين، مراحل مسلية كتمرين يسمى سباق "الزامبي" الذي يحقق متعة وجوا مسلياً بين أفراد المجموعة.

أما عن حصول برنامج "فن العيش" على المركز الأول في أغلبية الوظائف: **بالنسبة لوظيفة الإخبار والإعلام:** فيعود سبب ذلك إلى أن البرنامج يبيث مرتين في الأسبوع، أما برنامج موضة فيبث مرة واحدة في نهاية كل أسبوع، وبرنامج ثقافة كان الأساس عند اختيار العينة هو اعتماد الأسبوع الصناعي وهو أن نأخذ عدداً واحداً كل أسبوع، **بالنسبة للشرح والتفسير:** فما نلاحظه على البرنامج أنه دائماً يقدم شخصاً مميّزاً متخصصاً في مجال معين، يعرض العمل الذي يقوم بإنجازه على أساس أنه فن من فنون العيش الحديث وأنه عمل غير عادي ومتميز وغير مألوف، مما يستدعي شرحاً وتفسيراً من قبل صاحبه حتى يتمكن المشاهد من الإحاطة بكل جوانب الموضوع بالقدر الذي يزيل عنه اللبس، أو الذي يقربه من الفكرة فيستوعبها ولم لا يتبناها، وهذا هدف من الأهداف التي تسعى إليها **الدعاية**، هذه الأخيرة كانت نسبتها مرتفعة في هذا البرنامج مقارنة بالبرامج الأخرى حيث أن البرنامج لا يقتصر على مجرد نقل المعلومة أو عرضها وإنما يسعى إلى الإقناع بوجهة نظر معينة أو تبني فكرة معينة.

فغاية الدعاية هي تغيير السلوك وليس مجرد الإخبار بواقعة محددة، فهي تعتبر "فن تعبئة القوى العاطفية والمصالح الفردية، بقصد خلق حالة من التشتت الذهني أو الغموض الفكري، التي تسمح بتيسير عملية الإقناع بفكرة معينة أو مبدأ ما".¹

وبما أن البرنامج يعرض أساساً شتى طرق العيش على الطريقة الفرنسية معتبراً إياها فن عيش وأسلوب حياة، فمن البديهي أن تكون نسبة الدعاية فيه أكثر من البرامج السابقة "ذلك أن

¹ سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، 2006، (دط)، (دم)

الخروج من النطاق الوطني إلى الصعيد العالمي بالنسبة لوسائل الإعلام يعني مهمة أساسية وهي القيام بالوظيفة الدعائية دولياً¹، فأصل الفنون من فرنسا، والطبخ الراقي عنوانه فرنسا والموضة فرنسية والإبداع والجمال وحتى الإتقان عنوان فرنسا، وإذا ذكرنا العطور الفاخرة والإكسسوارات نتذكر فرنسا حتى الشمبانيا نجدها أول منتج يخطر ببالنا إذا ما ذكرنا فرنسا، وقد تنوع موضوع الدعاية بين اقتصادية وذلك عند تناول الظاهرة الاستهلاكية، وبين اجتماعية سعياً إلى تغيير القيم وأنماط السلوك الاجتماعية.

أمثلة عن وظيفة الدعاية الاقتصادية:

ورد في عدد 1 أوت 2010 من برنامج فن العيش، موضوع عن المجوهرات تضمن مايلي:
"يقال دائماً أن المجوهرات تعكس شخصية أصحابها ولكن ماذا لو كانت المجوهرات مصنعة حسب الطلب "كريستوف لوران" يلي رغبات زبائنه منذ 20 عاماً ومجوهراته استثنائية".

وورد في عدد 16 أكتوبر: موضوع عن قطاف العنب والسياحة، تقول فيه إحدى السائحات الأمريكيات: "حين تفكرون بفرنسا فإن أول منتج يخطر ببالكم هو الشمبانيا والطريقة المثلى لإكتشافها هي القيام بنزهة على النهر وتذوق القليل منها".

وقد جاء في عدد 30 أكتوبر 2010: الفقرة الآتية ضمن موضوع عن عودة الطراز القديم في تصميم الأزياء 2011: "قطع نادرة ذات قيمة عالية، تعتبر من روائع التراث الفرنسي وتثير شغف اليابانيين والأمريكيين".

أما في عدد 27 نوفمبر 2010 وردت الفقرة التالية عن قماش الدان بيل: "قماش الدانتيل التقليدي يعود إلى الواجهة ويتألق في عروض الأزياء العالمية، حتى أصبحت أهم دور الأزياء تدخله في أبرز تصاميمها، فقماش الدانتيل يوحى بالراقي على الطريقة الفرنسية وليس غريباً أن يزور كبار المصممين باريس للإستلهام منها... نحن في كودري في الشمال في إحدى عواصم الدونتال في العالم، أربعة معامل ومئات العمال، هنا سر الدونتال محفوظ جيداً منذ أكثر من 130 عاماً"، وتقول المديرة التسويقية لمؤسسة تقوم بتصنيع الدانتيل: "أعدنا تأهيل أكثر من 30 آلة ونحن نصنع هذا القماش المطلوب جداً من قبل دور الأزياء في العالم".

¹ حمدي حسن: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 167.

أمثلة عن وظيفة الدعاية الاجتماعية:

تضمّن عدد 16 أكتوبر من برنامج "فن العيش" محاولة لإبراز محاسن الشمبانيا متجاهلين عمدا التفاوت الحاد بين القيم الاجتماعية الغربية والعربية، سعيا إلى تغيير القيم وأنماط السلوك الإجتماعية العربية، وردت مثلا في التقرير العبارة التالية: "...إذا كانت بيضاء أو وردية اللون الشمبانيا لها سحرها الخاص والإجتماع حول كأس شمبانيا يلف الأجراء".

وفي نفس العدد "...هنا ربطنا صلة بين النبيذ والأكل الطيب وبين الثقافة والرسم، فهذا هو فن الحياة".

كما وردت أيضا العبارة التالية: "...إنها طريقة للإعتناء بأنفسنا والاهتمام بالكرمة، فلسفة تثير إعجاب محبي تذوق النبيذ الراغبين باكتشاف التقاليد المدهشة".

في عدد 01 أكتوبر 2010: موضوع عن مدوناتٍ يطلقن الموضة من خلال تصاميمهن التي يُروّجنها عبر مواقع الأنترنت والتي تتبناها أكبر الماركات في فرنسا، جاء في التقرير مايلي: "مجموعة كاملة على صورة ما تدافع عنه هذه السيدة على موقعها، أي الموضة للنساء الممثلات"، وتقول المدونة: "لدي نظرة مختلفة عن النساء الممثلات، أنا أبرز أجزاء الجسد أكثر مما أخفيها إنه تفكير إيجابي".

- بالنسبة لبرنامج "موضة":

فقد كانت الدعاية تخدم المصممين باعتبارهم أشخاصا متميزين، وتخدم التصاميم التي يعرضونها على أساس أنها منتجات متميزة واستثنائية، فنجد مثلا في عدد 27 أوت 2010: موضوعا عن تصميم الحقب النسائية المختلفة والأحزمة الجلدية، وقد برزت الدعاية في العبارة التالية: "ثلاثة مصممين باريسيين متميزين، يحاولون الإبقاء وتطوير تقنيات فريدة من نوعها تجعل من مجال العمل الحرفي في إكسسوارات الموضة محل إبداع وابتكار دائمين".

وفي عدد 06 أوت 2010: مسابقة لبيت الإبداع في مرسيليا، وردت العبارة التالية: "باريس عاصمة للثقافة".

أما عدد 17 سبتمبر: 2010 وفي موضوع تصميم العطور ورد ما يلي: "في عالم الموضة هناك عبارة تفلت من كل القواعد: ابتكار العطور، "جاك بولج" هو أنف شانيل منذ 30 عاما، لم تعرف الدار سوى ثلاثة أشخاص مثله منذ العشرينات".

- بالنسبة لبرنامج ثقافة نجد مثلا: عدد 4 أكتوبر 2010 عن التصوير الفوتوغرافي، وقد برزت الدعاية في العبارة التالية: "من مسقط رأسه في المجر إلى مثواه الأخير بنيويورك مرورا بباريس أصبح "أندري كرتس" من أهم مصممي القرن 20".

وفي عدد 29 نوفمبر 2010: عدد من الفنانين يشاركون أشهر الطباخين في تقديم أطباق فرنسية بامتياز وذلك في أجواء احتفالية للتعريف بالمطاعم والأكلات: وقد ورد في التقرير مايلي: "مع وجود أكثر من 900 عنوان أخذ دليل الطبخ يتسع... حسن اختيار الأطباق لذوق رفيع عنوان المطبخ الفرنسي الذي شق طريقه للأبد في التراث العالمي".

بالنسبة لوظيفة الشرح والتفسير يمكن أن نورد بعض الأمثلة التوضيحية:

بالنسبة لبرنامج "فن العيش":

ورد في عدد 22 أوت 2010: موضوع عن تصميم المساحات الخارجية (الحدائق وأسطح المنازل)، يقول "كريستوف بولتو" مصمم مساحات خارجية شارحا الفكرة التي يود تطبيقها على أسطح أحد المنازل: "كل هذا الجزء مخصص للعشاء أو الغذاء لذلك نحن بحاجة إلى مساحة ولهذا وضعنا الخيزران هنا لإعطاء جانب أخضر، بالإضافة إلى بعض النباتات لتزيين الداخل، انظروا هذا لا يخفي الرؤية، إنه منظر رائع".

أما في عدد 13 أوت 2010: وتصميم أجواء الغرف في الفنادق، تقول المصممة ساندرين وهي تشرح فكرتها في تصميم إحدى الغرف: "هنا أنتم في المولان روج داخل المبنى كما لو أنكم في غرفة إحدى الراقصات مع هذا الملصق التاريخي للمولان روج، وبالطبع هناك ظهر السرير الذي يمثل واجهة المولان روج، كما تجدون السعفة التي في الخلف كما لو أننا داخل المبنى، الفكرة هي أن نتذكر الفندق الذي زرناه لأنه مشبع بما يقدمه البلد... على كل حال هذا هو تصوري للفنادق".

بالنسبة لبرنامج "ثقافة":

ورد في عدد 02 سبتمبر: مهرجان للنحت والذي أقيم في البرتغال، يشرح أحد النحاتين كيفية عمل بعض الأدوات فيقول: "هناك أدوات يستخدمها البنائون، لكننا قمنا باختراع أدوات جديدة نعتبر الوحيدين في إستخدامها، هذه الأداة مثلا- ثم يشير إلى الأداة- نستخدمها على عرضية ترابية لتعديل بعض التفاصيل مثل الوجه والعينين".

أما في عدد 21 نوفمبر: تم عرض فيلم غاني حصد العديد من الجوائز، يتحدث عن العنف الأسري، تقول مخرجه شارحة أسباب إخراجها لهذا العمل الذي يروي تجربة شخصية عاشتها في الصغر: "إنها رسالة عن العنف المنزلي، عن مشاكل المجتمع وعن الأسباب التي تدفع بعض الأشخاص إلى التصرف بقسوة، فعندما ترى شخصا لديه ندبة واضحة ويحذق فيه الآخرون بغرابة وبنظرات غير مريحة سيشعر بعدم الأمان".

بالنسبة لبرنامج "موضة":

ورد في عدد 15 أكتوبر: معرض عن العلامة التجارية الأمريكية Couch التي تتميز بتصميمها المتناغمة مع الحدائثة والموضة وبأثمان معقولة، تقول مديرة تسويقية في هذا الصدد: "عمل العلامات التجارية الكبرى ينهار، لأن المستهلك أدرك أنه لا حاجة لدفع الكثير للحصول على نوعية جيدة من الأزياء".

وفي عدد 22 أكتوبر: ورد موضوع عن تصميم الأزياء والتصوير، في محاولة لإبراز قيمة الصورة يقول مؤسس دار "الإيكليور" للموضة العصرية: "الصور ستحل محل الكلمات لماذا؟ لأن للكلمات ثقل في لغة كل شخص، لا نسمع إلا الكلمات كمشاكل، جمل سلبية جاهزة في حين "مولير" و "ريمبو" بثوا فينا بذرة الحلم، هذه الشاعرية تنقص في علم الإعلام".

ودون أن ننسى الوظائف الأخرى والتي تمثلت في التوعية والتوجيه، والمحافظة على البيئة التي تدرج ضمن التخصص الوظيفي، أي أن وسائل الإعلام تقوم بمهام تفصيلية أيضا تدرج تحت الوظائف الأساسية، وهنا يبرز دور التلفزيون في حث الأفراد على القيام ببعض الأعمال والسلوكيات أو تبني بعض الأفكار أو تغير أخرى سائدة وهذا لتغيير الوضع القائم نحو الأفضل.

مثلا في برنامج فن العيش برزت وظيفة المحافظة على البيئة من خلال ما يلي:

في عدد 4 سبتمبر 2010: ورد موضوع عن تصميم المنازل في العراء، فبالإضافة إلى الإستمتاع بالنوم خارجا تمكن هذه الطريقة من اكتشاف الطبيعة بطريقة مختلفة، كما أنها تحافظ على البيئة، تقول مسؤولة عن مخيم بيئي: "إحدى مميزات هذه المساكن الزائفة تتمثل في إمكانية تشييدها في أي مكان دون أي أثر على البيئة وهذا هو الهدف الذي قام بتبنيه هذا المخيم البيئي".

وفي عدد 20 نوفمبر 2010: نجد موضوعا عن التصميم كذلك، مساكن جامعية مصنوعة من حاويات أعيد تدويرها بطريقة بيئية توفر راحة للطلاب، بالإضافة إلى اعتبارها مساكن بيئية، والشيء الذي يميزها أنه يمكن نقلها إلى أي مكان في العالم.

أما في عدد 06 نوفمبر 2010: نجد ألبسة رياضية صممت بطريقة بيئية تقول مسؤولة لدى مؤسسة لصنع التجهيزات الرياضية: "نحاول الحد من تأثير منتجاتنا على البيئة من خلال اختيار المواد الأولية والعضوية والتي يمكن إعادة تدويرها"، كما جاء في التقرير أيضا: "مسيرة بيئية ومسؤولة طيلة حياة هذه الثياب".

بالنسبة لبرنامج ثقافة : برزت وظيفة المحافظة على البيئة من خلال ما يلي :

في عدد 04 أكتوبر: موضوع عن الموسيقى، فرقة موسيقية مصرية حولت النفايات إلى آلات موسيقية وأعمال فنية، أطلقت على نفسها اسم فرقة الزبالين عرفانا منها بالعمل الكبير والقيم والخدمة التي تؤديها هذه الفئة للمجتمع، جاء في التقرير: "هؤلاء الشبان اختاروا آلات موسيقية غير مألوفة، آلات مصنوعة من المخلفات والنفايات، وأطلقوا على أنفسهم اسم فرقة الزبالين، هدفهم تقديم رسالة صديقة للبيئة إلى جانب رسالتهم الفنية، يريدون المساعدة في زيادة الوعي بأهمية تدوير النفايات في مصر".

أما وظيفة التوعية والتوجيه: بالنسبة لبرنامج فن العيش:

نجد مثلا في عدد 06 نوفمبر موضوع عن رياضة اليوغا التي برزت فيها أشكال جديدة أكثر تطورا وهي رياضة الكوريوغا والأكريوغا، يقول المدرب لإحدى المتدربات: "ارفعي قدمك اليمنى وحافظي على استقامة مرفقيك والنصف الأعلى من الجسم يبقى مستقيما"، ويضيف: "الهدف من هذه الحصة هو البحث عن مركز الجسم، مركز الثقل، وأن يجد الإنسان نَفْسًا ليقوم ببعض تمارين

اليوغا التقليدية مع المحافظة على التركيز"، وقد جاء في التقرير أيضا: "الكوريوغا يساعد أيضا على تطوير قدرة التحمل وعلى اكتشاف الجسد".

أما برنامج ثقافة : ورد في عدد 12 أكتوبر فيلم سينمائي تونسي يعالج قضية حرية المرأة والريفية خاصة، تقول بطله الفيلم وباللهجة التونسية : "هي بلحَقْ بْحَسْدْ المرأة الريفية مَعْنَتَهَا إذا نُحْبُو نقولو أها نُجَسْدَهَا صَحِيحْ، على خاطر بْلَحَقْ عِنْدْنَا بُنَات ريفيات يُعَانِيُو فِي الْقَضِيَةِ هَذِي، عِنْدَهُمْ مشاكل إجتماعية عاطفية مَرُّوا بيها، مَعَ أَنَا عِنْدِي Contact بيَهُمْ أَكْثَرُ ... يعني مَشَاكِلَهُمْ وقضاياهم موجودة هذي بْلَحَقْ، كيما بُنَاتْنَا لَهْنَا فِي الْعَاصِمَةِ الْمْتَمَدَّنَات مَابِعْدُوْشْ بِرَشَةِ، وَأَحْنَا حَيِّنَا نُطْرُقُوْ عَلَيْهِمْ بَاب نُدْخُلُوْهُمُ نَشُوفُوْهُمُ كَيْفَاشْ عَايشِينَ، هَذَا وَاقِعٌ لَازِمْنَا نَحْكِيُو فِيهِ ، عَلاشْ مَا نَحْكِيُوْشْ فِيهِ " .

بالنسبة لبرنامج موضوعة: نجد مثلا في عدد 15 أكتوبر 2010: موضوعا عن تصميم الأزياء حول العلامة التجارية رقم 02 في الو.م.أ وهي "كوتش" يقول مدير مكتب وكيل المصممين: "انتبهوا للآخرين عوض تركيز أنظاركم على أنفسكم، لا أقول هذا للفرنسيين ولكن للجميع، إذا أردتم عالما أفضل ساعدوا إخوانكم"، وهو يريد إيصال فكرة مفادها أن المستهلك لا يجب أن يدفع الكثير للحصول على سلعة جيدة، فالعلامات الكبرى التي تتميز بغلاء الأسعار لم تعد محط أنظار الجميع، فالزبائن أصبحوا يبحثون عن البديل الإبداعي أي سلعة جيدة وبأثمان رخيصة تناسب قدرتهم الشرائية لذا يجب مساعدة الآخرين بدلا من البحث عن الشهرة واللقب والمال.

وفي عدد 10 سبتمبر 2010: ورد موضوع عن التصوير الفوتوغرافي، أين أقيم مهرجان دولي للتصوير في "دِرْبِنْيُون" وكان شعاره "صورة المرأة في الإعلام وتباين لقطاتها بين القيمة النفيسة والقيمة المستهلكة التجارية"، تقول رئيسة تحرير مجلة ELLE : "صورة المرأة في مجال الموضة وفي مجال إظهار الجمال وكذلك صورتها في لحظات البؤس أو الحروب لا يمكنها لوحدتها أن تختصر حالة المرأة، فكل هذه الصور متوارثة، ربما يجب أن نتحل بالوعي وأن نحدد علاقتنا مع ما نصوّر لتكون النتائج جيدة".

كما جاء في التقرير: "النساء إما ضحايا أو أمهات أو مومسات للخروج من هذه الصور النمطية يحاول الصحفيون تناولها بشكل مختلف"، فالمهرجان يحاول أن يغير النظرة النمطية عن صورة المرأة في الإعلام.

وفي الأخير نذكر بمجمل ما جاء من بيانات رقمية:

1. وظيفة الإخبار والإعلام:

- فن العيش: 44.43%
 - ثقافة: 39.19%
 - موضحة: 16.38%
- 55.61%

2. وظيفة الشرح والتفسير:

- فن العيش: 59.39%
 - موضحة: 21.83%
 - ثقافة: 18.78%
- 21.79%

3. وظيفة الدعاية:

- فن العيش: 62.26%
 - موضحة: 26.42%
 - ثقافة: 11.32%
- 14%

4. وظيفة التثقيف:

- فن العيش: 72.72%
 - ثقافة: 27.28%
 - موضحة: 0%
- 04.35%

5. أخرى تذكر:

- فن العيش: 40.62%

04.25%

ثقافة: 37.50%

موضة: 21.88%

3- فئة القيم:

تمكّنا هذه الفئة من تصنيف المعتقدات والأعراف والتقاليد التي تظهر في حياة الجماعات والأشخاص، والتي يمكن أن تؤثر في سلوكهم وأفكارهم تجاه الموضوعات والقضايا المطروحة.¹

وفي حقيقة الأمر من الصعب إيجاد تصنيف شامل يتسع لكل القيم، وهذا ما أكده العديد من الباحثين الذين تعرّضوا لبحث القيم أين أكدوا أنه من العسير تصنيفها تصنيفا شاملا "فمن المستحيل أن تكون هناك قاعدة يمكن على أساسها تحديد كل أنواع القيم".²

ومن بين أشهر التقسيمات التي وضعها الباحثون لتصنيف القيم نجد تصنيف "روكيش" الذي قسم القيم إلى 18 قيمة بين غائية ووسائية.

كذلك تصنيف "سبرانجر" الذي قسم القيم إلى: قيم نظرية، قيم إجتماعية وشخصية، قيم سياسية، قيم دينية، قيم إقتصادية، قيم جمالية.³

نجد كذلك تصنيف "م بوب ليون Bopp M.léon" و "هارنر Herner" الذين صنفا القيم إلى 66 قيمة جمالية.⁴

إن نظرة الطالبة للقيم التي قدّمها الباحثون تجعلها تُقرّ وتأخذ بجميع تلك القيم، ولكن من الصعب تطبيق تصنيف معيّن على المواضيع الثقافية موضوع الدراسة، وعلى هذا الأساس عمدت

¹ محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص126.

² رشدي طعيمة، مرجع سابق، ص271 .

³ وحيدة بوفدح بديسي: القيم في الرسوم المتحركة بالتلفزيون الجزائري - دراسة تحليلية - (مذكرة ماجستير غير منشورة)، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2006، ص 143.

⁴ سمير لعرج: دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري - دراسة ميدانية- (رسالة دكتوراه غير منشورة) في الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007، ص 65.

الطالبة إلى جدولة القيم البارزة التي ظهرت في المضمون خلال عملية التحليل، بدلا من الأخذ بتصنيف قيمي يعتمد على مجموعات قيمة تندرج تحتها بعض القيم.

والجداول التالية توضح المعنى المراد بكل قيمة حتى يكون التحليل أكثر دقة:

جدول رقم (04) يعرف بالقيمة المحايدة التي ظهرت في البرامج الثقافية:

القيمة	معناها
الغرابة	هي كل ماهو غير مألوف وخارج عن العادة

جدول رقم (05) يعرف بالقيم الإيجابية البارزة التي ظهرت في البرامج الثقافية :

القيمة	معناها
الإبداع	هو التَّفَنُّن في خلق شيء بعيدا عن الحالة العادية فهو اسهام متميز وراقي
الجمال	صفة تُلاحظ في الأشياء تبعث في النفس سرورا ورضاء ¹ ، وهو الشعور بالناحية الجمالية للشيء
التمييز	هو التفرد والمفارقة، والإختلاف عن الغير وعن الأشياء
الابتكار	هو القدرة على خلق أو انتاج عمل جديد يرضي الناس أو يتقبلوه على أنه مفيد ²
الإتقان والدقة	هو إنجاز العمل على أحسن وأكمل صورة وفق ضوابط معينة وبأدق طريقة ممكنة
التنوع	هو وجود خيارات كثيرة مختلفة ومتغيرة تسمح للفرد بتمييز الأشياء عن بعضها
الأناقة	هي حالة تُعبّر عن التنسيق بطريقة تُسر الناظر
فن تذوق الطعام	هو عملية ذاتية يقوم بها الإنسان تؤدي إلى استحسان الأكل والتلذذ به، تختلف من شخص لآخر
حب العمل واحترامه	الاهتمام بالعمل وممارسته بجد وتفاني وإخلاص والنظر إليه على أنه شيء له قدسيته
النجاح	هو التفوق والتمكّن من تحقيق مكاسب مادية أو معنوية
الشهرة	هي كون شخص أو اسم أو شئى معروفا ومعلنا عنه لدى الناس جميعا فيصبح ذكره ساريا لديهم
التغيير	هو عملية تحول في بناء ونظام معين وهو نقبض التواتر والتكرار
الحيوية والديناميكية	هي الخفة والارتياح وسهولة الحركة
المحافظة على التراث والتقاليد	الاهتمام بالنماذج الثقافية الموروثة من الجماعات المختلفة والمحافظة عليها كالعادات والعقائد والتراث..

¹ أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الدراسات الإنسانية والفنون الجميلة والتشكيلية ، ط 1، دار الكتاب المصري، دار

الكتاب اللبناني مصر، لبنان، 1991، ص 45.

² نفس المرجع، ص 86.

جدول رقم (06) يعرف بالقيم السلبية البارزة التي ظهرت في البرامج الثقافية:

معناها	القيمة
هي القيام بأي سلوك يتضمّن احتمالات وأفكارا من شأنها أن تثير الفرد وتؤثر في نفسيّته	الإثارة والإغراء
هو سلوك يتمثل في ارتداء ملابس تبرز أجزاء معينة من الجسم	العري ¹ *
هو الترويج لممارسات تضرّ بجسم الإنسان وبصحته	إكساب عادات سيئة (خمر تدخين..)
هو سلوك يتمثل في تجريد الجسد من الثياب بصورة كلية إلى حد إبراز مناطق العورة فيه	كشف العورة*
تشجيع الاستهلاك والدعوة إليه من خلال خلق حاجات مصطنعة والسعي إلى تلبيتها	نشر ثقافة الإستهلاك
استعمال القوة لتحقيق هدف معين	العنف
هو تعبير عن رغبة مشتركة، وهو شكل من أشكال التواصل الجسدي والروحي	الجنس

الجدول رقم (07): يبين القيم الإيجابية

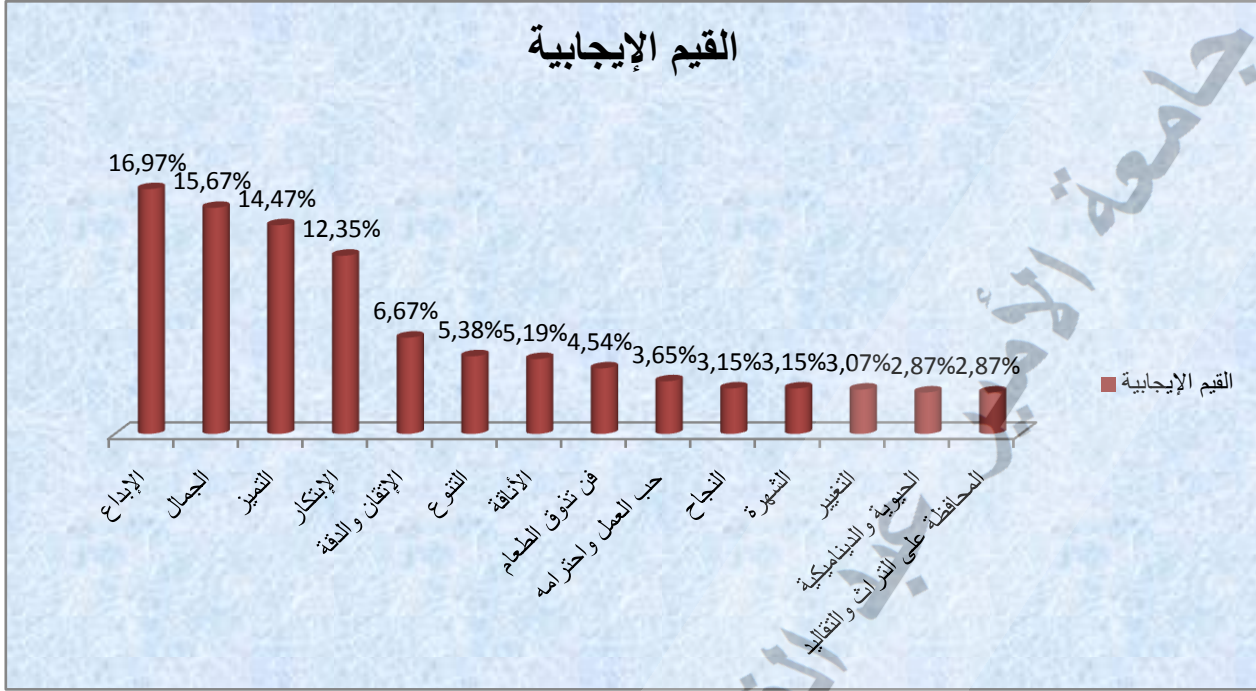
متوسط النسب	مجموع النسب	المجموع	فن العيش		موضة		ثقافة		البرامج القيم الإيجابية
			ك	%	ك	%	ك	%	

¹ إن الملاحظ لأول وهلة يجد بأن هناك تشابها بين العري وكشف العورة، فيقول كلاهما عري، لكن الطالبة تعمّدت هذا التحديد الدقيق حتى تبين حجم وشدة السلبية للقيمة الثانية، فهناك فرق بين ارتداء ملابس يجدها المشاهد العربي عارية بحكم الدين والعادات والتقاليد لكنها تبدو عادية بالنسبة للغرب ولا تشكل أي إحراج لديهم، وبين الإظهار العمدي للجسد النسائي وهو عاري تماما مع التركيز على مناطق العورة فيه، وهذا ما أرادت الطالبة إبرازه.

16.97	100	183	54.64	100	21.32	39	24.04	44	الإبداع
15.67	100	169	56.21	95	20.11	34	23.66	40	الجمال
14.47	100	156	61.55	96	14.10	22	24.35	38	التميز
12.35	100	133	66.16	88	21.05	28	12.78	17	الإبتكار
6.67	100	72	61.12	44	22.22	16	16.66	12	الإتقان والدقة
5.38	100	58	70.68	41	15.53	9	13.79	8	التنوع
5.19	100	56	48.22	27	51.78	29	-	-	الأناقة
4.54	100	49	87.75	43	-	-	12.25	6	فن تذوق الطعام
3.65	100	39	74.35	29	20.53	8	5.12	2	حب العمل واحترامه
3.15	100	34	32.35	11	29.41	10	38.23	13	المجاح
3.15	100	34	73.54	25	17.64	6	8.82	3	الشهرة
3.07	100	33	63.64	21	24.24	8	12.12	4	التغيير
2.87	100	31	67.75	21	9.67	3	22.58	7	الحيوية والديناميكية
2.87	100	31	51.62	16	6.45	2	41.93	13	المحافظة على التراث والتقاليد
100	100	1078	60.95	657	19.85	214	19.20	207	المجموع

الشكل رقم(03): يبين القيم الإيجابية

القيم الإيجابية



عرض وتفسير بيانات الجدول رقم (07) والذي يبين فئة القيم الايجابية:

تبين لنا البيانات الرقمية للجدول السابع أبرز القيم الإيجابية التي ظهرت في البرامج الثقافية المختلفة حيث كانت أعلى نسبة 16.97% وهي المعبرة عن قيمة الإبداع، أما أدنى نسبة فقد كانت 2.87% وقد حصلت عليها كل من قيمتي المحافظة على التراث والتقاليد، والحيوية والديناميكية.

جاءت في المرتبة الثانية قيمة الجمال بنسبة 15.67% تليها في المركز الثالث قيمة التميز بنسبة 14.47% ثم في المركز الرابع الابتكار بنسبة 12.35% وبعده في المرتبة الخامسة تأتي قيمة الإتقان والدقة بنسبة 6.67% وسادسا تأتي قيمة التنوع بنسبة 5.38% تليها قيمة الأناقة التي احتلت المرتبة السابعة بنسبة 5.19%، وقد حصلت قيمة فن تذوق الطعام على المرتبة الثامنة بنسبة قدرها 4.54% يأتي بعدها حب العمل واحترامه كمرتبة تاسعة بنسبة 3.65%، حصلت قيمتا النجاح والشهرة على نفس النسبة وهي 3.15% ليحتلا المرتبة العاشرة من بين القيم، تليهما قيمة التغيير في المرتبة الحادية عشر بنسبة قدرت بـ: 3.07%.

أما عن توزيع نسب كل قيمة كما جاءت في البرامج الثقافية نجده كما يلي:

بالنسبة لقيمة الإبداع احتل "فن العيش" المرتبة الأولى بنسبة 54.64% يليه برنامج "ثقافة" وبنسبة 24.04% وأخيرا برنامج "موضة" وبنسبة 21.32%.

أيضا جاء برنامج "فن العيش" في بداية الترتيب لما بلغت قيمة الجمال فيه نسبة 56.21% ثم برنامج "ثقافة" بنسبة 23.66% ثم "موضة" بنسبة 20.11%.

أما التميز فقد احتل أيضا برنامج "فن العيش" المركز الأول بحصوله على نسبة 61.55% يليه برنامج "ثقافة" بنسبة 24.35% ثم "موضة" بنسبة 14.10%.

فيما يخص الابتكار حصل "فن العيش" على المرتبة الأولى بنسبة 66.16% ثم برنامج "موضة" بنسبة 21.05% وأخيرا برنامج "ثقافة" بنسبة 12.78%.

بالنسبة للإتقان والدقة كالعادة احتل برنامج "فن العيش" صدارة الترتيب لما بلغت نسبته 61.12% يليه برنامج موضة بنسبة 22.22% ثم ثقافة بنسبة 16.66%.

فيما يخص التنوع فقد بلغت نسبته 70.68% في برنامج "فن العيش"، و 15.53% في برنامج "موضة"، و 13.79% في برنامج "ثقافة".

بلغت نسبة الأناقة 51.78% في برنامج "موضة" وهذا ما جعله في المركز الأول وهذا أمر طبيعي باعتباره يهتم بالأزياء والتصاميم وعروض المصممين التي تسعى إلى إبراز الأناقة، يليه برنامج "فن العيش" بنسبة 48.22% والملاحظ هو انعدام هذه القيمة في برنامج "ثقافة".

بالنسبة لفن تذوق الطعام جاء برنامج "فن العيش" في المركز الأول بحصوله على نسبة قدرت بـ: 87.75% يليه برنامج "ثقافة" بنسبة 12.25% أما انعدام هذه القيمة في برنامج "موضة" راجع إلى طبيعته التي لا تهتم بمجال الطبخ أساسا.

حصل أيضا برنامج "فن العيش" على المرتبة الأولى بحصوله على نسبة 74.35% في قيمة حب العمل واحترامه، يليه برنامج "موضة" بنسبة 20.53% ثم برنامج "ثقافة" بنسبة 5.15%.

بالنسبة لقيمة النجاح هذه المرة احتل برنامج "ثقافة" المرتبة الأولى بنسبة 38.23% يليه برنامج "فن العيش" بنسبة 32.35% وأخيرا برنامج "موضة" بنسبة 29.41%.

أما عن الشهرة فقد بلغت نسبتها 73.54% في برنامج "فن العيش" ما جعله يتصدر قائمة البرامج الأخرى تلاه برنامج "موضة" بنسبة 17.64% ثم برنامج "ثقافة" بنسبة 8.82%.

فيما يخص قيمة التغيير جاء برنامج "فن العيش" في المرتبة الأولى وذلك بنسبة 63.64% ثم برنامج "موضة" بنسبة 24.24% ثم برنامج "ثقافة" بنسبة 12.12%.

حققت قيمة الحيوية والديناميكية نسبة 67.75% في برنامج "فن العيش" يليه برنامج "ثقافة" الذي بلغت فيه نسبة هذه القيمة 22.58% ثم برنامج "موضة" بأقل نسبة قدرت بـ: 9.67%.

بالنسبة لقيمة المحافظة على التراث والتقاليد، فقد احتل برنامج "فن العيش" المركز الأول بنسبة 51.62% يليه برنامج "ثقافة" بنسبة 41.93% ثم برنامج "موضة" بنسبة 6.45% وهي نسبة قليلة جدا مقارنة بالبرنامجين الآخرين .

نستنتج أن برنامج "فن العيش" حصل على أعلى نسبة قيم إيجابية مقارنة بالبرامج الأخرى.

كما نلاحظ أن هناك دجا بين بعض القيم الإخبارية والقيم الثقافية الأخرى ولكن كيف

نفسر النتائج السابقة؟

إذا نظرنا إلى الإبداع والجمال والتميز والابتكار باعتبارها أكثر القيم تحقيقا لنسب مرتفعة في البرامج الثقافية، فإننا نجد بأنها مرتبطة ببعضها ارتباطا وثيقا، بالنسبة لبرنامج "فن العيش" فقد عرض لنا هذا البرنامج أنواعا مختلفة من الفنون بطرق وأساليب تروي نمط العيش الفرنسي، الذي ارتبط فيه الفن ارتباطا وثيقا بالعمل، وهنا يبرز جليا تأثير طبيعة العمل والحياة الاجتماعية التي يعيشها الفرد على نوع الفن وأشكاله، ليصبح الفن تركيبة متناسقة تتمزج فيها المنفعة بالصنعة لتعبر عن حاجات ضرورية للإنسان¹، وقد ذهب "كانط" إلى أن الفن مهارة إنسانية، وإنتاجه يحتاج إلى العبقرية، هذه الأخيرة رأى بأنها الموهبة، تلك الملكة الفطرية المبدعة التي تنتج دون قاعدة محددة²، وبما أن للفن قدرة على توليد الجمال، فإن الإحساس بالجمال وكذلك المتعة واللذة هما شيئان مصاحبان لعملية

¹ رمضان الصبّاغ: الفن والقيم الجمالية بين المثالية والمادية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2000 (د.ط)،

ص22 .

² رمضان الصبّاغ، المرجع السابق، ص 117.

التذوق وعملية الإبداع على السواء"¹، وإذا نظرنا إلى الإبداع نجد بأنه مظهر من مظاهر التجارب والخبرات الإنسانية المتراكمة عبر الزمن والنتيجة عن الملكات الفطرية والمكتسبة، كما أنه يرتبط بالذوق والشعور والخيال والوجدان والأحاسيس والتعابير المختلفة، لذلك سمته الأساسية هي التفرد والتميز عن سائر مظاهر الفعل والإنتاج²، فجعل الأعمال التي قدمت كانت لأشخاص مميزين برعوا فيها وأبدعوا فتجلى الإبداع والجمال من خلال ابتكاراتهم، هكذا ارتبطت قيمة الإبداع بكل من قيم الجمال والتميز والابتكار.

كذلك الإتقان والدقة، فهذه القيمة لها خصوصياتها من حيث أنها تحاول إبراز خصوصية العمل وأهميته وجودته وبراعته، ومن دونها يتحول العمل الفني إلى نشاط من العمل غير الجدي وغير المتناسق وبالتالي سيفقد قيمته الجمالية والإبداعية، وقد حاول البرنامج أن يثبت أن الفرنسيين أكثر الأشخاص فهما لقيمة العمل وضرورة إتقانه والتميز فيه، فهذه القيمة بالنسبة لهم ليست غاية وإنما أسلوب حياة، فمثلا في عدد 01 أوت من برنامج فن العيش: يتحدث صانع مجوهرات عن العمل الذي يقوم به فيقول: "أنا أصنع فقط قطعاً فريدة، نقضي ساعات في التصميم، الذي نعرضه بعد ذلك على الشخص ثم نجرب القطع"، يتابع الصائغ حديثه فيقول: "أنا يمكن أن أقضي سنة، سنتين ثلاث سنوات، أربع سنوات لصنع قطعة واحدة، ومن هنا فهي شخصية وفريدة".

وفي عدد 13 أوت من نفس البرنامج: موضوع عن التصميم الداخلي وابتكار الأجواء، تقول مبتكرة الأجواء ساندرين: "في مهنتي أنا أبتكر أجواء داخلية مختلفة ككتاب السيناريو"، قامت ساندرين بابتكار جوّ غرفة، من ينام فيها يحس بأنه معلق بين النجوم، إنه إبداع يفوق الخيال تصميم أنجزته بكل إتقان ودقة حتى تصل بالزبون إلى أن يعانق ذلك الإحساس، ويصبح الخيال حينها واقعا معاشا.

وتقول كذلك: "ابتكرت ورق جدران كما لو أننا ننظر في ثقب ونرى تفاصيل باريس".

¹ محمد زكي العشماوي: فلسفة الجمال في الفكر المعاصر، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت (د.ط)، 1981، ص 11.

² مراد بن عياد: إشكالية البعد الإبداعي في البرامج الإذاعية والتلفزيونية بين خصوصية التجربة الإبداعية وعموم العمل

الاتصالي، (مجلة الإذاعات العربية، ع2)، مرجع سابق، 2003، ص 57.

كانت هذه آخر صيحة أبدعتها هذه المصممة أو المبتكرة والتي طبقتها في جميع غرف أحد الفنادق في فرنسا، والغرف مشبعة بالمشاهد الباريسية تقول المبتكرة: " الفكرة هي أن نتذكر الفندق الذي زرناه لأنه مشبع بما يقدمه البلد وبما يقدمه الناس".

مثلا في برنامج ثقافة لدينا في عدد 2 سبتمبر: موضوع عن النحت، فالبرتغال تحتضن سنويا مهرجانا للنحت على الرمل يشارك فيه أشهر النحاتين في العالم من مختلف البلدان، وفي كل عام يجسد المعرض موضوعا معيناً، هذا العام كان الموضوع عالم الأحياء: حيوانات ونباتات القارات الخمس من فترة ما قبل التاريخ إلى يومنا هذا، جسدت الأعمال براعة صانعيها الذين أبدعوا وتميزوا وعرفوا كيف يترجمون الموضوع إلى منحوتات متقنة بمهارة ودقة عاليتين، تقول منظمة المعرض: "زوار المعرض يتفاجؤون عند وصولهم إلى هنا فهم لا يتوقعون رؤية أشياء كهذه، نحن نقوم بعمل حقيقي يعيد الاعتبار إلى عالم الحيوانات وعالم الطبيعة التي ننتمي إليها".

كذلك نجد موضوعاً مميّزاً في عدد 20 أكتوبر: فرقة نمساوية ابتكرت طريقة حديثة للعزف نغمات موسيقية عذبة أدوات العزف فيها خضر وفواكه، من كان ليصدق أن أصواتاً ملائكية قد تصدر عن الفلفل والجزر والكراث، هكذا تتحول أوركسترا الخضار بواسطة سكاكين المطبخ، وقد جاء في التقرير مايلي: "هل نتعامل مع نباتيين حمقى؟ بالتأكيد لا هؤلاء موسيقيون جديّون ومحترفون منذ اثني عشر عاماً منذ أن خطرت لهم الفكرة حين كانوا في بلدهم النمسا، مدرسة نمساوية جديدة في الموسيقى حريصة على إيجاد نكهتها المميزة".

بالنسبة لبرنامج موضة: في عدد 27 أوت لدينا موضوع عن تصميم الحقائب والأحزمة الجلدية ثلاثة مصممين قاموا هيمنة الماركات والعلامات التجارية الكبرى، إذ قاموا بتطوير تقنيات فريدة من نوعها تجعل من مجال العمل الحرفي في إكسسوارات الموضة محل إبداع وابتكار، فمن خلال أعمالهم المتميزة والمتناهيّة الدقة والإتقان برزوا وأبدعوا في هذا المجال.

بالنسبة للتنوع: نلاحظ أنها قيمة خبرية ولكنها حاملة لقيمة ثقافية تمثلت في تنوع المنتجات والسلع الثقافية وتنوع الأفكار التي عبرت عن تلك المنتجات، وهذا ما يقدم للأشخاص فرصة للتعرف عليها واكتشافها.

أما عن فن تذوق الطعام: فقد كان الطبخ الموضوع الوحيد الذي برزت فيه هذه القيمة، وهذا أمر بديهي، وقد ارتبطت بالذوق الجيد والمذاق اللذيذ وكل ما يَسْتَتِيرُ متعة الأكل والراحة والانتماء وقد حاول كل من برنامج "ثقافة" و "فن العيش" خاصة إبراز مكانة الطبخ الفرنسي باعتباره من التراث.

برزت كذلك قيم مهمة في البرامج الثقافية ولها أثرها الإيجابي على نفسية الفرد المتلقي، وهي: قيم حب العمل واحترامه، والنجاح، والشهرة، فلب الموضوع يكمن في أن يجب الإنسان عمله الذي يؤديه، ومن أحبَّ شيئاً أخلص له وبقدر الإخلاص في العمل يكون النجاح، كذلك الإبداع والابتكار والاتقان والدقة والتميز كلها تأتي من شخص محب لعمله يحترمه ويدرك قيمته، وبقدر ما يكون الإنسان ناجحاً في عمله تتحقق الشهرة وهذا بطبيعة الحال يحقق مكاسب كثيرة تعود بالفائدة على صاحب العمل.

مثلاً نجد في عدد 15 أوت من برنامج "فن العيش": مثلاً عن أشخاص متميزين تمكنوا من تحقيق النجاح والوصول إلى الشهرة بفضل حبه واحترامهم لعلمهم.

"ماكوثو أووكي" طاه ياباني يطهو أطباقاً فرنسية بامتياز، حبه لعمله جعله يثبت جدارته في ميدان الطبخ، في البداية عندما فتح مطعمه أطلق عليه اسماً يابانياً، الأمر الذي جعل الزبائن ينصرفون أكثر من مرة معتقدين أن الأطباق المقدمة آسيوية وليست فرنسية، وقد جاء في التقرير ما يلي: "... بدلاً من أن يفقد شجاعته أثبت "أووكي" جدارته حادياً حدو العديد من الطهاة الأجانب الذين يدافعون عن نكهات محلية تم تبنيتها".

كذلك في نفس العدد: طاه سينغالي قدم إلى فرنسا للعمل في أحد المطاعم التي عمل فيها كمساعد في البداية إلى أن أصبح سفيراً للأطباق الفرنسية، يقول مدير المطعم الذي يعمل فيه هذا الطاهي: "إذا كنت تدافع عن فكرة المكان الذي ولدت فيه فأنت قادر بعد فترة معينة أن تدافع عن قيم المكان الذي تعيش فيه".

كذلك في عدد 24 سبتمبر: من نفس البرنامج ورد موضوع عن تجار الأثريات أين أقيم معرض في Grand Palais بباريس والذي كان ناجحاً جداً، أحد هؤلاء التجار وهو "فرانك"

فخور بما عرضه من أثريات اسكندنافية تعود إلى بداية القرن العشرين ويقول: "هذا تنويح لعمل أنا أهتم بهذا الإختصاص منذ 10 سنوات، كما لو كنت مؤسساً لهذا الإختصاص".

في عدد 29 أوت خباز ورث مهنته عن أهله، وقد جاء في التقرير مايلي: "شغف بالمهنة سيُرافقه دوماً فبعد أن درس مهنة الخباز الحلواني بدأ يُدرّسها قبل أن ينطلق إلى آفاق جديدة".

أما في برنامج "موضة" فنجد في عدد 12 نوفمبر موضوعاً عن تصميم العطور: يقول مصمم ومبتكر عطور وهو "سيرج لوتونز": "أنا خادمه ويجب أن أخدمه، إذا خدمت نفسي فكأنني كتاجر غامض يقوم بعمل أشياء من ورق كما يفعل الآخرون، بواسطة شيء صغير كهذا أستطيع القيام بذلك 100 مرة، يقومون بذلك في كل مكان، هذا ليس منتجاً بالنسبة لي، إنما شيء رائع".

وفي عدد 20 أكتوبر من برنامج "ثقافة": ومع الموسيقى هذه المرة تقول عازفة في اوركسترا الخضار: "الآلة التي لدي أكن لها مودة خاصة لأنه يمكنك أن تصنعها من الخضار فقط، وتتطلب الكثير من الدقة لإنتاج صوت من الفراغ وأصوات الغرغرة".

والملاحظ كذلك أن الشهرة قيمة خبرية، فلا ننسى أن البرامج التي لدينا هي في الأصل إخبارية، تهتم بعرض تقارير وأخبار المشاهير في المجالات الثقافية المختلفة، وهذا ما يزيد من شدّة انتباه الجماهير.

أما قيمة المحافظة على التراث والتقاليد فهي تنبع من مدى اهتمام وتعلق الأفراد بتراثهم باعتباره جزءاً من كيان الوطن الذي يعيشون فيه، ويقال قديماً: "إذا أردت أن تحكم على حضارة وطن فانظر إلى مدى تعلق شعبه بتراثه"، وباعتبار أن التراث الثقافي هو "مجموعة النماذج الثقافية التي يتلقاها الفرد من الجماعات المختلفة التي هو عضو فيها"¹، فقد تجلّت لنا هذه القيمة من خلال تعلق الأفراد بتراثهم وعاداتهم وتقاليدهم وعقائدهم التي ورثوها، وهذا جانب إيجابي بغض النظر على اختلاف المجتمعات واختلاف تلك العادات والعقائد.

¹ عبد الغني عماد، مرجع سابق، ص 319 .

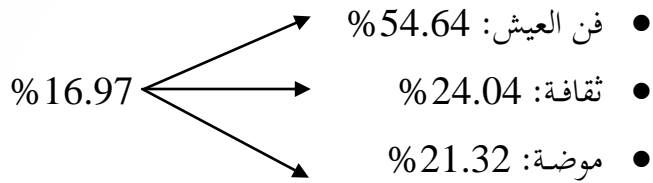
نجد مثلا في برنامج فن العيش في عدد 29 أوت 2010: موضوعا عن صناعة الخبز فالخباز "غونتران شيريه" ورث مهنته أبا عن جد وقام بتطويرها وتنميتها إلى أن أصبح مشهورا في هذا المجال، يتعامل معه العديد من الأشخاص والمؤسسات وكذلك الصحف والقنوات الفضائية. وقد جاء في التقرير ما يلي: "... الإرث العائلي يمكن أن يكون عبئا ولكن غونتران شيريه يعتبر نفسه محظوظا، فأجواء المخابز طبعته منذ أن كان صغيرا"، ويقول الخباز في هذا الصدد: "جدي كان خبازا وكذلك والدي، والد جدي كان خبازا ولكن لم تكن لديه مخبزة، لقد نشأت في هذه الأجواء التي استفدت منها كثيرا".

في برنامج موضة في عدد 20 أوت: "ليلي أيسوم" خبيرة في أزياء الشرق الأوسط وبالذات الحجاب والعباءات، لديها علاقة خاصة مع عاملاتها اللاتي تهنهن معرفة آخر أخبار الأزياء الغربية ولكن مع احترام القيود والتقاليد والعادات في الشرق الأوسط.

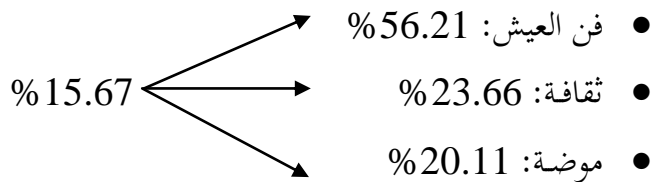
بالنسبة لبرنامج "ثقافة" لدينا في عدد 25 أوت: مهرجان إنشادي استعراضى سنوي يقام بمنطقة الطوارق بتمنراست، احتفال يقوم به الطوارق لإحياء عز مملكتهم القديمة سهرات غنائية يصحبها الرقص والموسيقى والتعارف، أغاني تحكي عن الصحراء والحب، أدعية دينية وغيرها مما يشتهر به رجال الصحراء الزرق، كل هذا يجعل من احتفالات الطوارق تجربة فنية ساحرة للتعرف عليهم وعلى تقاليدهم.

وفي الأخير هذا تذكير بنسب القيم الايجابية حسب ظهورها في البرامج الثقافية:

1-الإبداع:



2-الجمال:



3 التميز:

- فن العيش: %61.55
 - ثقافة: %24.35
 - موضحة: %14.10
- %14.47

4 الابتكار:

- فن العيش: %66.16
 - موضحة: %21.05
 - ثقافة: %12.78
- %12.35

5 الإتقان والدقة:

- فن العيش: %61.12
 - موضحة: %22.22
 - ثقافة: %16.66
- %6.67

6 التنوع:

- فن العيش: %70.68
 - موضحة: %15.53
 - ثقافة: %13.79
- %5.38

7 الأناقة:

- موضحة: %51.78
 - فن العيش: %48.22
 - ثقافة: %0
- %5.19

8 فن تذوق الطعام:

- فن العيش: %87.75
 - ثقافة: %12.25
 - موضحة: %0
- %4.54

9 حب العمل واحترامه:

- فن العيش: %74.35
 - موضحة: %20.53
 - ثقافة: %5.12
- %3.65

10- النجاح:

- ثقافة: %38.23
 - فن العيش: %32.35
 - موضحة: %29.41
- %3.15

11 الشهرة:

- فن العيش: %73.54
 - موضحة: %17.64
 - ثقافة: %8.82
- %3.15

12 التغيير:

- فن العيش: %63.64
 - موضحة: %24.24
 - ثقافة: %12.12
- %3.07

13 الحيوية و الدينامكية:

- فن العيش: %67.75
 - ثقافة: %22.58
 - موضحة: %9.67
- %2.87

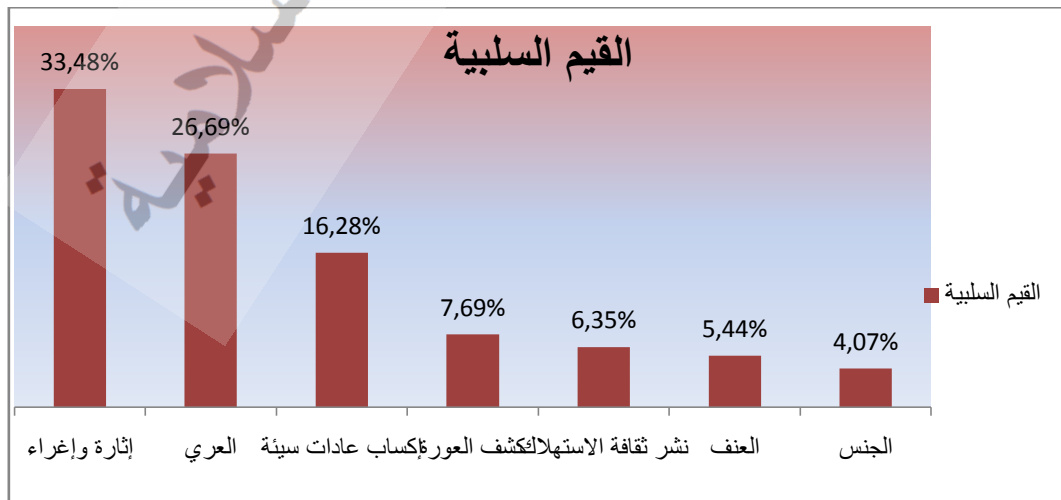
14 المحافظة على التراث و التقاليد:

- فن العيش: %51.62
 - ثقافة: %41.93
 - موضحة: %6.45
- %2.87

الجدول رقم (08) يبين القيم السلبية:

متوسط النسب	مجموع النسب	المجموع	فن العيش		موضة		ثقافة		البرامج القيم السلبية
			%	ك	%	ك	%	ك	
33.48	100	74	21.63	16	58.10	43	20.27	15	إثارة وإغراء
26.69	100	59	20.34	12	59.32	35	20.34	12	العري
16.28	100	36	61.12	22	16.66	6	22.22	8	إكساب عادات سيئة
7.69	100	17	17.65	3	35.29	6	47.06	8	كشف العورة
6.35	100	14	57.14	8	35.72	5	7.14	1	نشر ثقافة الاستهلاك
5.44	100	12	-	-	33.33	4	66.67	8	العنف
4,07	100	9	-	-	44.44	4	55.56	5	الجنس
100	100	221	27.60	61	46.61	103	25.79	57	المجموع

الشكل رقم (04): يبين القيم السلبية



عرض وتفسير بيانات الجدول رقم (08) والذي يبين فئة القيم السلبية:

تبين لنا القراءة الرقمية للجدول الثامن أبرز القيم السلبية التي ظهرت في البرامج الثقافية المختلفة حيث كانت أعلى نسبة 33.48% وهي المعبرة عن قيمة الإثارة والإغراء، أما أدنى نسبة فكانت 04.07% وهي المعبرة عن قيمة الجنس.

وجاءت في المرتبة الثانية قيمة العري بنسبة 26.69% تليها في المركز الثالث قيمة اكساب عادات سيئة بنسبة 16.28%، ثم في المرتبة الرابعة قيمة كشف العورة بنسبة 7.69% تليها قيمة نشر ثقافة الاستهلاك كمركز خامس بنسبة 6.35%، ثم قيمة العنف في المرتبة السادسة وما قبل الأخيرة بنسبة 5.44%.

أما توزيع نسب القيم حسب كل برنامج فقد جاء كالتالي:

- الإثارة والإغراء حصل برنامج "موضة" على المرتبة الأولى بنسبة 58.10% يليه برنامج "فن العيش" بنسبة 21.63% ثم برنامج "ثقافة" بنسبة 20.27%.
- بالنسبة للعري كذلك تصدر برنامج "موضة" قائمة البرامج بحصوله على نسبة 59.32% يليه وبنفس النسبة والتي تقدر بـ: 20.34% كل من برنامجي "ثقافة" و "فن العيش".
- وفي اكساب العادات السيئة احتل برنامج "فن العيش" الصدارة وذلك بنسبة تقدر بـ: 61.12% ثم بعد ذلك يأتي برنامج "ثقافة" بنسبة 22.22% وأخيرا برنامج "موضة" بنسبة 16.66%.
- فيما يخص كشف العورة احتل هذه المرة برنامج "ثقافة" المرتبة الأولى بحصوله على نسبة 47.06% ثم برنامج "موضة" بنسبة 35.29% وأخيرا برنامج "فن العيش" بنسبة 17.65%.
- وعن نشر ثقافة الاستهلاك كانت هذه القيمة أكثر بروزا في برنامج "فن العيش" لما بلغت نسبتها فيه 57.14% ثم في برنامج "موضة" وذلك بنسبة 35.72% وأقل ظهورا في برنامج "ثقافة" إذ لم تتجاوز نسبتها 7.14%.
- العنف كان أكثر بروزا في برنامج "ثقافة" إذ بلغت نسبته 66.67% ثم في برنامج "موضة" وذلك بنسبة 33.33% وما نلاحظه هو انعدام هذه القيمة في برنامج "فن العيش".

- أما بالنسبة إلى الجنس كذلك كانت نسبة هذه القيمة مرتفعة في برنامج "ثقافة" أكثر منها في برنامج "موضة" إذ بلغت في البرنامج الأول: 55.56% وفي البرنامج الثاني: 44.44% بينما انعدمت النسبة في برنامج فن العيش.

- نستنتج أن برنامج موضة كان أكثر البرامج الثقافية احتواء للقيم السلبية، ولكن كيف نفسر ما سبق وبالأخص مايلي:

- حصول كل من الإثارة والإغراء والعري على أعلى نسبة وبالأخص في برنامج موضة؟

إذا نظرنا إلى هوية القناة فسندرك تماما أنها لن تقدم مضامينها ولا سيما الثقافية دون أن تترك عليها بصمتها، التي ستكون وشيجة الصلة بالثقافة الغربية المبطنّة بالقيم الغربيّة عن ثقافتنا وديننا وتعاليمنا، والتي تعتبر من الطابوهرات في كثير من الأحيان، فبالرغم من أن الإثارة والإغراء والعري هي قيم سلبية مرفوضة في مجتمعنا الإسلامي العربي، غير أنها تعد قيما إيجابية وبديهية في المجتمع الغربي، إذ تتعامل الثقافة الغربية مع الجسد بوصفه شأنًا من الواجب تحفيزه وإظهاره وإبراز تفاصيله الذاتية أو مع ما يسترها من ثياب، ليتحول بذلك الجسد إلى سلعة والثوب إلى ما يشبه الإعلان، والسلعة والإعلان هما أكثر الأشياء ترابطا وتحفيزا لإقبال الناس، وبالمقابل نحن نعي حقيقة أن ثقافتنا الإسلامية تهتم بالجواهر أكثر من المظهر وإن كانت لا تهمله، بيد أن الوهم الذي تروج له الموضة يكمن في خلق شعور مفاده أن الشكل هو أصلا محتواه¹، وصار التركيز على العري أكثر من اللباس في حد ذاته، وصار العري لغة لها دلالتها التسويقية وأصبح الجسد المؤنث خاصة يتفنن في التعري بمزيد من التعري حتى صار معرضا ثقافيا يكشف عن معاني ثقافية في صور متعددة².

جاء في عدد 29 أكتوبر 2010 من برنامج موضة: موضوع عن مسابقة لعروض الأزياء بين طلبة مدارس الفن والتصميم من مختلف أنحاء أوروبا، تقول مديرة البرامج الإبداعية في المعهد الفرنسي للموضة: "الإبداع هو وسيلة للتعبير عن الموضة ... ويبقى الإبداع وسيلة للتعبير عن الجسم من خلال الملابس، هذا ما يجب الاستمتاع به"، وتقول المديرة الفنية لعلامة "سونيا ريكياي" وهي التي ترأست المسابقة: "ينبغي أن نعلمهم أن يكونوا أكثر تركيزا على جسد المرأة كشكل من أشكال الرقي".

¹ وليد منير، مرجع سابق، ص ص 440-441.

² عبد الله الغدامي، مرجع سابق، ص 201.

وإذا نظرنا إلى عالم الأزياء فنجدده عالماً لا يخلو من التعقيد، "عالم عرفه الغرب خلال عقود تحرر جسد المرأة، لإبراز مفاتها بقصد الإغراء، وهو اليوم عالم يخضع لمتطلبات الزيون"¹.

أما في برنامج فن العيش وفي عدد 1 أوت: برز العري كذلك كعلامة مميزة وجب الحفاظ عليها، تقول مصممة ومؤسسة إحدى العلامات التجارية في مجال الأزياء: "أنا أبرز أجزاء الجسد أكثر مما أخفيها، إنه تفكير إيجابي".

أما الحديث عن الإثارة والإغراء فهذا أمر لم يعد غريباً عن كل المحطات والفضائيات عربية كانت أو أجنبية، عامة أو متخصصة، خاصة أو عمومية، حيث أن السير على هذا النهج هو الطريق الصحيح والسليم المؤدي إلى النجاح والشهرة والاستمرارية، فإذا كانت المحطات العربية هي أول من يحمل لواء التعري وتسعى إلى تكريس الإثارة الغريزية وخلق الصور المثيرة للغرائز، فكيف الحال بالمحطات الغربية؟ "لقد أصبح الاستثمار الإعلامي يأخذ مداه السلي في تعميق ثقافة الإثارة"² حتى في مجال الأخبار باعتبار أن البرامج الثقافية التي تقدمها القناة ذات طبيعة إخبارية، نجد أن القيم المتبعة أصبحت تخضع لقيم السوق والمنفعة خاصة في ظل تطور وسائل الإعلام في المجتمع الغربي الذي تهيمن على نشاطاته الإعلامية كل من المصلحة الفردية المال والتجارة³، وتشير دراسة قامت بها الجمعية الأمريكية لرؤساء تحرير الصحف عام 1984 أن 52% من قراء الصحف يتهمون القائمين عليها بإتباع أسلوب الإثارة، بينما 80% يتهمون التلفزيون بكونه يعتمد الإثارة أصلاً.⁴

بالنسبة لإكساب العادات السيئة: نجد أن برنامج فن العيش كان أكثر البرامج ترويجاً لهذه القيمة، وبالرغم من سعيه إلى ترويج صورة فرنسا على أنها بلد الثقافة وبلد السياحة وبلد الموضة والفن، بلد الإبداع والخلق والإبتكار، إلا أنه تجاهل عمداً أنه يعرض مضامينه على جماهير عربية مسلمة قيمها وثقافتها تتعارض مع قيم وثقافة الغرب، فعندما نتحدث عن الخمر أو التدخين قد يرى البعض أن هذا الأمر يبدو عادياً ولا يدعو إلى الغرابة، فبلداننا العربية والمسلمة هي نفسها تروج

¹ عدد 20 أوت 2010 من برنامج الموضة.

² ياس خضير البياتي: الاتصال الدولي والعربي، مجتمع المعلومات ومجتمع الورق ، ط 1، دار الشروق، عمان، 2006، ص278.

³ محمد شطاح: الأخبار في التلفزيون، نحو إعلام استعراضي وقيم جديدة في التغطية الإخبارية، (مجلة الإذاعات العربية، ع4) مرجع سابق، 2006، ص146.

⁴ نفس المرجع، ص 147.

للخمر والدخان وتتعاظهما كما أن نسبة استهلاكهما في تزايد مستمر، لن أقحم نفسي في متاهة هذه التفاصيل ولكن الأمر الذي يبعث على الاستغراب ويستحق المناقشة هو كيفية إبراز هذه القيم على أنها إيجابية وتدخل في إطار أسلوب العيش ومن الواجب المحافظة عليها، كما أنها جاءت بأسلوب دعائي يستثير المشاعر خاصة مع الإخراج الذي كان ممتازا، ما جعله يعرض المضمون السليبي ولكن في إطار جذاب يلفت الانتباه، وكأنما هي دعوة للعرب على أن يكتشفوا متعة حرموا أنفسهم منها.

جاء في عدد 16 أكتوبر: موضوع عن قطاف العنب والسياحة وتذوق ألد أنواع النبيذ على متن مركب يعبر نهر السان تقول الدليلة السياحية: "هناك ثلاثة أنواع من الشمبانيا، Brut و Demi Brut و Sec"، أي الشمبانيا الثقيلة والمتوسطة والمرّة غير المخلوطة بالسكر، "في رحلة لتذوق النبيذ يتعرّف من خلالها السياح الأجانب على التراث من ناحية التذوق ومن الناحية الثقافية وهذا لن يتم بطريقة أفضل من رحلة شمبانيا يُعرّف من خلالها بالنبيذ وباريس" (هذا ما قاله المرشد السياحي في التقرير).

وقد جاء في التقرير أيضا: "إن كانت بيضاء أو وردية اللون الشمبانيا لها سحرها الخاص، والإجتماع حول كأس شمبانيا يلطف الأجواء".

وجاء في هذا العدد كذلك: موضوع عن المشاركة في قطاف العنب قبل تجربة تذوق الخمر وذلك في منطقة الناربون المتوسطية موطن حقل الكروم الفرنسي "Narbonne , Berceau de la vigne Française".

يقول صاحب المكان: "هناك الكثير من المبتدئين من جميع الجنسيات، الألمان، الإنجليز، البلجيكيون، والإسبان والبرتغاليون وبعض الفرنسيين بطبيعة الحال، هنا ربطنا صلة بين النبيذ والأكل الطيب وبين الثقافة والرسم فهذا هو فن الحياة"، إنها "فلسفة تثير إعجاب محبي تذوق النبيذ الراغبين باكتشاف التقاليد المدهشة".

أصبح الخمر في نظرهم فنّ عيش وأسلوب حياة، ومحروم من لا يرغب بتذوقه.

جاء في التقرير كذلك: "تجربة تذوق فريدة يجب القيام بها بشكل معتدل بالطبع"، مثل هذه المواضيع المبطنة بالقيم العرَبِيَّة والعَرَبِيَّة عن ثقافتنا، فيها اعتداء صريح وواضح على حرمة وثقافة المشاهد المسلم.

بالنسبة لقيمة كشف العورة وإن لم تكن نسبتها مرتفعة مثل باقي القيم السلبية الأخرى، إلا أن ظهورها في برامج ثقافية موجهة إلى العالم العربي المسلم أشد خطورة وفتنة، خاصة إذا تم تزئينها وإبرازها كعلامة ثقافية يجب المحافظة عليها، مثلما ظهر في عدد 29 نوفمبر 2010 من برنامج "ثقافة" في موضوع عن الفن التشكيلي وبالضبط الرسم، أين ظهرت في متحف اللوفر بفرنسا لوحة فنية للفنان "كارناك" والتي تعود لعصر النهضة الألمانية، اللوحة يمتلكها هواة الفن الأثرياء وقد عزموا على بيعها للمتحف بـ: أربعة ملايين يورو، وحتى لا تفوت المتحف فرصة الحصول على عمل نادر ورائع كهذا (حسب ما جاء في التقرير) قرر الإعتماد على تبرعات المانحين، طبعاً لأن المبلغ ضخيم جداً هذه اللوحة تدعى "لوحة الفاتنات الثلاث" عمل فني يصور جسد المرأة العاري بكل دقة واتقان فمنذ أن رسم الفنان هذه اللوحة عام 1531م لم تقدم للجمهور، تقول المديرية العامة في متحف اللوفر: "هو عمل يعبر عن براعة صانعه، وهذا نجد في كل أعمال هذا الفنان الحساس كارناك خاصة في طريقة رسمه المرأة وهي عارية... وهذه فرصة فريدة للحصول عليها".

يقول رئيس متحف اللوفر: "إنه فنان نادر لم يسبق لي أن رأيت أعمالاً كهذه في الأسواق لذا يجب علينا أخذها".

تقول إحدى زائرات المتحف في هذا الصدد: "هذا أمر عظيم، إنه رائع، إنه تراثنا".

كذلك نجد في عدد 19 نوفمبر 2010 من برنامج "موضة"، موضوعاً عن التصوير الفوتوغرافي، ترى المصورة والسينمائية "فرانسواز هوغي": "بأن الصورة هي خفقة قلب، وهي أيضاً ما لا يجب أن نخفيه ومحاوله لإستراق النظر وتخليد ما نراه" وتقول كذلك: "عندما يثيرني منظر ما ألتقط الصورة على الفور"، عرضت المصورة أعمالها في معرض، وقد كانت عبارة عن صور فوتوغرافية مثيرة جلها لنساء عاريات يقطن بالشقوق المشتركة في روسيا وتدعى "الكومونالكا".

والملاحظ اليوم هو أن ثقافة الصور تسعى إلى تسويق الجسد العاري وتزيين العري كعلامة ثقافية وبصرية¹.

أما الحديث عن الثقافة الاستهلاكية لم يعد مقتصرًا على مجتمع بعينه أو فئة بعينها، فهذه الظاهرة أصبحت عالمية، ولكنها تبرز أكثر في المجتمعات الغربية الرأسمالية التي تحولت إلى الاستهلاك بعد نجاحها في تحقيق طفرة في الإنتاج، لتسيطر بذلك المظاهر الاستهلاكية على كل شيء، فالثقافة الاستهلاكية تدفع الناس قهرا إلى الاستهلاك والجري وراء طموحاتهم²، وتلعب الدعاية دورا كبيرا في نشر ثقافة الاستهلاك.

جاء في عدد 17 سبتمبر 2010: من برنامج موضة، موضوع عن ابتكار العطور وقد كانت الفكرة أن تسويق المنتج يعتمد على صورته، والإعلان يلعب دورا كبيرا في هذا المجال هذا ما حاول إبرازه أحد المخرجين والذي عهدت إليه "دار شانيل" ليقوم بإخراج إعلان عن آخر العطور التي قامت بابتكارها، وقد جاء في التقرير ما يلي: "تركيبية العطر سر دفين، بالضبط كما ميزانية الإعلان عنه، أما خلاصة السيناريو استهلكوا ولن تعودوا أبدا كما كنتم".

وفي برنامج فن العيش نجد في العدد الأول من شهر أوت: موضوعا عن تصميم الأزياء من قبل بعض المدونات اللاتي دخلن عالم الموضة وأصبحن ينافسن المتخصصين، تقول إحدى المصممات وهي مسؤولة تسويق لدى مؤسسة لصنع وبيع الأحذية: "نظرة المدونات استهلاكية وهي قريبة من رغبات الناس، هذه المقاربة هي التي أثارت إعجابنا".

وكأثما بالاستهلاك يحقق الفرد سعادته، وهذا الشرط أساسي ليخضع الإنسان لشروط المجتمع الاستهلاكي: "وحتى يكون سعيدا يجب عليه أن يشتري أكثر لأنه كلما يشتري أكثر كلما يكون أكثر سعادة"³.

¹ عبد الله الغدامي، مرجع سابق، ص 201.

² سامية حسن الساعاتي: فضاءات التنشئة الاجتماعية وثقافة الاستهلاك، سلوك المشاهد بين ديناميات التأثير والتأثر (مجلة الإذاعات العربية، ع1)، مرجع سابق، 2006، ص ص 26-27 .

³ محمود ابراقن: سينما وسياسة، قصة عقيدة العرض عند كريستيان زيمر ، (المجلة الجزائرية للاتصال، ع4)، فصلية متخصصة بأبحاث الاتصال، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1990، ص 141.

وهذا جانب مهم من جوانب المجتمع الغربي والذي تسعى فيه العولمة الإقتصادية إلى التلبية المستمرة لمنتجات مستهلكا مستمرا، مع خلق حاجات مصطنعة يتحول معها الإنسان العادي إلى مستهلك أبدي، "وهو ما درج الغربيون على تسميته بالرضيع الأبدي"¹.

فيما يخص العنف والجنس: نلاحظ بأنها قيم أصبحت واقعا قائما في الثقافة التلفزيونية وثقافة الصور²، وهي نوع من أنواع الإثارة التي تتخذ من العنف والجنس مدخلا يفرض منطقه على النشاط العصبي للدماغ وذلك على حساب النشاط العقلائي³.

وبرزت في مجال الأخبار أيضا قيم جديدة أصبحت تُتخذُ عاملا مهما في انتقاء الأخبار مثل الشهرة، والصراع، والجنس، فالقيم الغربية في تعاطيها مع الخبر تتجه نحو الهيمنة وفق قاعدة I. Ramonet التي ترى أن الخبر هو عبارة عن مزيج من الأنواع التالية:

"الجنس، الموت، والطرافة Amour- Mort- Humour " ⁴

لقد ظلت الصورة تخدم ثقافة الهيمنة، هذه الأخيرة لا يقودها أشخاص مُعيّنون وإنما هي عبارة عن تركيبة معقدة لمجموعة من العناصر تتميز بفعاليتها وقوتها وهي الجنس، العنف، والمال.⁵

ورد في عدد 17 سبتمبر 2010: من برنامج موضوعة، موضوع عن تصميم العطر الذي يقول فيه مبتكر عطور دار شانيل الشهير "جاك بولج": "هذه لغة لا تستخدم فيها الكلمات، وهذا ما يريك الجميع... لأن الروائح أمر غاية في الخصوصية"، تلك الخصوصية هي سر الجاذبية التي قال عنها: "إنها طريقة للقول أننا أبناء عصرنا"، وحسبه المنتج ليس سوى رائحته ولا يعنيه شيء آخر حتى اسمه، هذه الرائحة التي تثير الغرائز الدفينة، يقول كذلك: "أدخل الجنس وأحافظ على ناحية منعشة في آن"، وقد صاحب التقرير إعلان عن عطر برزت فيه لقطات فيها جنس.

¹ محمد محمود ذهبية، مرجع سابق، ص 204 .

² - عبد الله الغدامي، مرجع سابق، ص 43.

³ - فونند عيسى القادري، مرجع سابق، ص 50.

⁴ - محمد شطاح، مرجع سابق، ص 147.

⁵ - عبد الله الغدامي، مرجع سابق، ص 47.

كذلك في برنامج " ثقافة " في عدد 13 نوفمبر: وفي حوار مع كاتب مغربي "عبد الله طابع" صرّح أنّه من مثليّ الجنس وبدأ يدافع عن المثلية الجنسية، سألته مقدمة البرنامج إن كان مهما أن يصرح بمثل هذا القول فيقول: "بالطبع كان مهما أنا إنسان مغربي جاي من مجتمَع بسيط جدا فقير، بالنسبة ليّا مهمّ جدا أيّ نُكون في علاقة حقيقية مع العالم دِيالي مع الكاتب دِيالي، ومع الشخصية دِيالي كإنسان، مع الجنس دِيالي، مع المثلية الجنسية دِيالي"، ثم تسألته المقدمة إن كان لم يخش من تصريح كهذا خاصة في مجتمعاتنا المحافظة، فيجيبها: "بصراحة خُفْتُ شويّ طبعاً، ولكن ذلك الخوف كان في مدة دِيال ثلاث ثواني، لكن في هذه المدة دِيال ثلاث ثواني اكتشفتُ أي ما عنديش الحق نزيد نكذب".

يضيف: "أظن أنه لغاية الآن في العالم العربي المثلية الجنسية تَلَاقِي مُشكِـل كَبِير بزاف، يعني أنّك تُكون حُر كقرُد في المجتمع سواء كُنْتُ بنت أو ولد سواء كنت مثلي أو لا مثلي، بقيت هذه القضية تَلَاقِي مُشكلة كبيرة جداً... ما يَمَكِّنْش لِّلواحد يَتَنَقَّس بالطريقة لي هو باغيها"، وكأنه من الضروري أن تجعلنا القناة نسمع تصريحاً كهذا من شخص عربي مسلم.

ظهر العنف كذلك في بعض المواضيع في قالب جمالي، مثل ما ورد في برنامج موضة في عدد 22 أكتوبر: أين قام أحد الفنانين المصورين بعرض صوره في معرض كبير، المصور اشتهر بإضافة لمسات جمالية على الترهيب، وقد حاول من خلال تلك الصور إبراز الجانب المثير والجميل للعنف يقول في هذا الصدد: "هذه الفترة خطيرة جداً أو عنيفة ولكن أنظروا كم هذا جميل".

أما في برنامج ثقافة فقد برزت مظاهر العنف في الأعمال المسرحية والسينمائية، نجد مثلاً في عدد 20 أكتوبر: مسرحية تُظهر غضب وياس شباب قاموا بأعمال شغب وعنف في ضواحي باريس عام 2005.

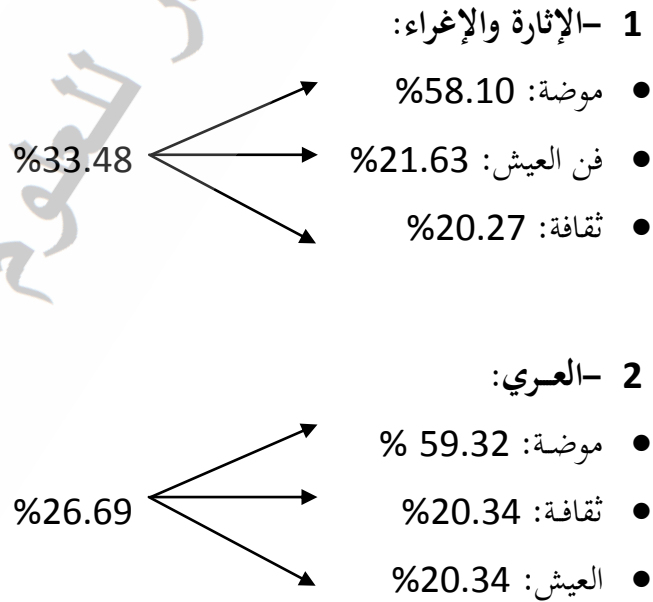
وفي عدد 21 نوفمبر: ورد عمل سينمائي غاني يروي قصة حب رومانسية تصطدم بمشاكل يعاني منها المجتمع الغاني، وقد تم عرض لقطات من مظاهر العنف المنزلي.

مهما قلنا عن خطاب العنف والجنس، حب المال والموضة سنجد بأنها: "أنساق ثقافية موجودة في التراث العالمي كله، وهي أقدم من التاريخ نفسه، وتقبُّل الناس لها إنما هو صادر عن كونها رغبات نسقية بشرية، ومحاربتها تكون بكشفها والإعلان عنها"¹.

إن المواد الإعلامية والثقافية الأجنبية حتى المدبلج منها بالعربية يظل أجنبي التأثير رغم ذلك وما نلاحظه أن هناك انتهاك متواصل من جانب الدول الكبرى للمواثيق الدولية التي تنص على ضرورة الالتزام باحترام الثقافات المختلفة، من خلال البرامج التي تعرض عبر الأقمار الصناعية، وأبرز هذه المواثيق: إعلان اليونسكو عام 1987 وقرار الجمعية العامة للأمم المتحدة عام 1982 في الفقرة 13 والمتضمنة مبادئ وقواعد تنظيم استخدام الأقمار الصناعية في البث التلفزيوني.²

لذا يجب الحرص عند متابعة المواد الأجنبية والثقافية خاصة، فيؤخذ منها ما هو مفيد ويتجنب قدر الإمكان ما هو منافي للقيم والمبادئ الثقافية العربية الإسلامية.

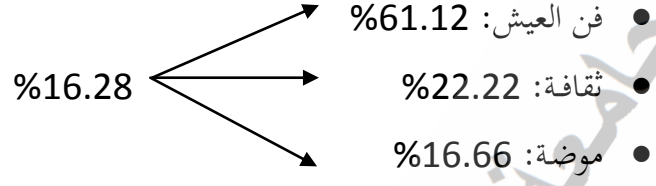
وفي الأخير نذكر بنسب القيم السلبية التي ظهرت في البرامج الثقافية:



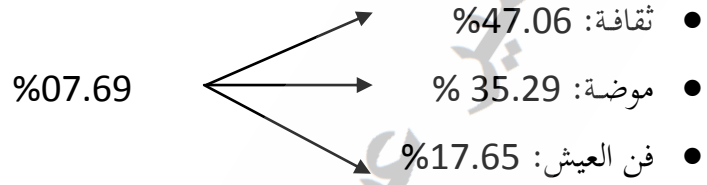
¹ عبد الله الغدامي، مرجع سابق، ص 75.

² عبد الله بوجلل: الآثار الاجتماعية والثقافية للإعلام في ظل العولمة، مرجع سابق، ص 256.

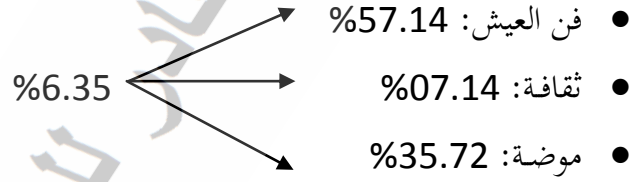
3 - اكتساب عادات سيئة:



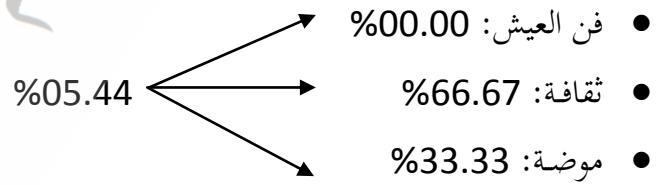
4 - كشف العورة:



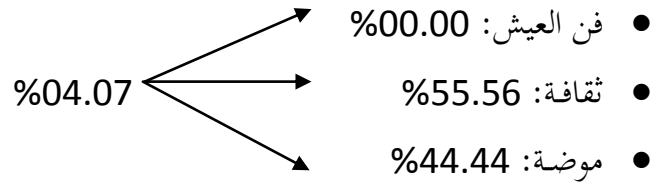
5 - نشر ثقافة الاستهلاك:



6 - العنف:



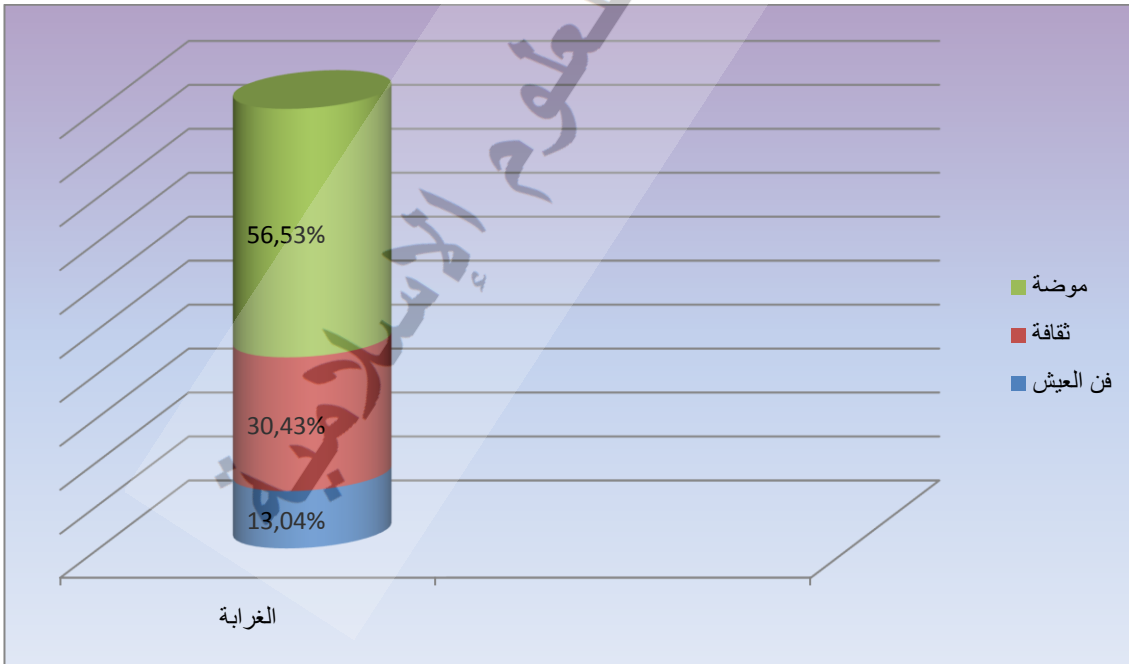
7 - الجنس:



جدول رقم (09) يبين القيم المحايدة:

متوسط النسب	%	المجموع	فن العيش		موضة		ثقافة		القيمة
			ك	%	ك	%	ك	%	
100	100	23	3	13.04	13	56.53	7	30.43	الغرابية
100	100	23	3	13.04	13	56.53	7	30.43	المجموع

شكل رقم (05) يبين القيم المحايدة:



عرض وتفسير بيانات الجدول رقم (09) الذي يبين القيم المحايدة:

يبين هذا الجدول قيمة الغرابة كقيمة محايدة مستخدمة في البرامج الثقافية، والملاحظ أنها قيمة خبرية قد تحمل طابعا إيجابيا أو سلبيا، وقد تمثلت في عرض المواضيع الثقافية غير المألوفة وغير العادية بالنسبة للمشاهدين، ووسائل الإعلام تهتم كثيرا بنقل الأخبار والمواضيع التي يتوفر فيها عنصر الغرابة حيث أن في الإنسان نزعة طبيعية للاهتمام بكل ما هو غير مألوف لأنه يثير الانتباه ولا يمكن تجاهله ولهذا تعمل هذه الوسائل على إرضاء هذه النزعة¹.

وملاحظة البيانات الرقمية للجدول تبين لنا أن ظهور هذه القيمة كان أكثر في برنامج "موضة" حيث وصلت نسبتها فيه إلى 56.53% ويأتي بعده في المرتبة الثانية برنامج "ثقافة" ونسبة قدرها 30.43% وأخيرا برنامج "فن العيش" ونسبة 13.04%.

مثلا في برنامج موضة وفي عدد 15 أكتوبر: والذي أعيد بثه يوم 5 نوفمبر: نجد موضوعا عن العلامة التجارية "كوتش-Couch" في مجال الألبسة والإكسسوارات، وقد جاء في العدد ما يلي: "هناك اتجاه آخر رئيسي: تسويق فن الجنون، ثورة تستهوي المشتريين"، ألبسة غريبة في شكلها ورسوماتها.

تقول في هذا الصدد مديرة المشروع المسؤولة عن تسويق هذه الملابس: "من خلال الفنون يعتقدون أنهم قادرون على التواصل مع الآخر، المشروع تَقَدَّم بفضل هذه الطريقة الجديدة في التفكير هناك العديد من الفنانين في هذه المؤسسة".

وعلى العموم تمثلت الغرابة في برنامج "موضة" من خلال بعض التصاميم الغريبة وغير المألوفة. أما في برنامج "ثقافة" نجد مثلا موضوعا عن الموسيقى في عدد 20 أكتوبر: مدرسة نمساوية جديدة حريصة على إيجاد نكهتها المميزة، اوركسترا موسيقية أدوات العزف فيها خضر وفواكه، أنغام عذبة تصدر عن البصل والجزر والفلفل والكرات.

¹ - محمد معوض، بركات عبد العزيز، مرجع سابق، ص 46.

وفي برنامج "فن العيش" عدد 01 أوت: تصميم المجوهرات حسب الطلب، إبداع يفوق الخيال، أين أصبحت الأحجار الكريمة تستبدل بأشياء أكثر غرابة "فلوران" صانع قام بتطوير أول خاتم نباتي في العالم، نبتة حية تنمو بطريقة طبيعية وسط خاتم مصنوع من الذهب ونقطتا ماء تكفيان لريها كل يومين.

إن مثل هذه الأشياء تبدو جديدة على الأفراد، وكلما كان الجديد غريبا زاد التعلق به لغرابته ولقوة تأثيره في الإعلان عنه لمجرد غرابته.

وفي الأخير نذكر بنسب هذه القيمة في البرامج الثقافية:

-قيمة الغرابة :

● برنامج موضة	56.53 %
● برنامج ثقافة	30.43 %
● برنامج فن العيش	13.04 %

100 %

-4 فئة المصدر :

تجيب هذه الفئة على السؤال: إلى من تنسب الأقوال أو التصريحات، أو ماهو المصدر الذي تنسب إليه مادة المحتوى؟

وقد تم الاعتماد على هذه الفئة لمعرفة نوع المصادر المعتمد عليها في تقديم المواد الثقافية في البرامج محل الدراسة، وقد تم تقسيمها كما يلي:

1- مختصون: وهم الأشخاص الذين لجأت إليهم القناة لتزويد المشاهدين بالأخبار والمعلومات الثقافية، كل في مجال تخصصه الذي برز فيه، وطبعا حسب الموضوع المطروح، فمثلا عند تناول مواضيع الأدب نجد المصدر كاتب الرواية أو القصة، وعند تناول موضوع موسيقي نجد العازف، وفي الغناء نجد المغني، وفي الرسم نجد الرسام، وفي النحت نجد النحات، وفي التصوير نجد المصور، وفي المسرح والسينما نجد الممثل أو المخرج، وفي الرقص نجد الراقصة، وفي الطبخ نجد الطباخ، وفي تصميم الملابس أو العطور نجد المصمم وهكذا ...

2- مراسل القناة

3- وكالات الأنباء: الوكالة الوحيدة التي اعتمدت عليها القناة هي الوكالة الفرنسية للأنباء.

4- وسائل إعلام أخرى: نجد : France2 - France3 - Cuisine TV - Média TV

5- الجمهور

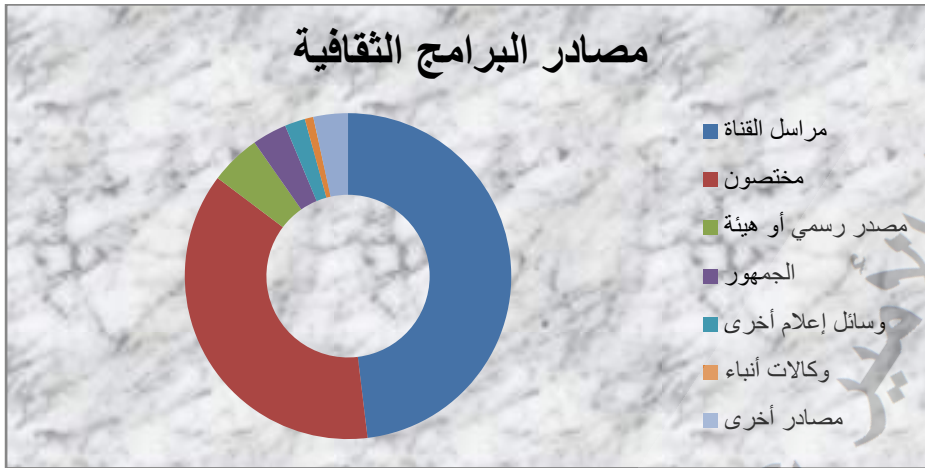
6- مصدر رسمي أو هيئة: الشخصيات البارزة: رئيس بلد، مدير مؤسسة، أمين معرض، رئيس تخيم، رئيس أو عضو لجنة أو منظمة أو هيئة.

8- مصادر أخرى: مثلا نجد والدة ممثلة أو والدة الكاتبة.

جدول رقم (10) يبين فئة المصادر التي تعتمد عليها البرامج الثقافية :

البرامج المصادر	ثقافة		موضة		فن العيش		المجموع	%	متوسط النسب
	ك	%	ك	%	ك	%			
مراسل القناة	171	38	87	19.34	192	42.66	450	100	49.40
مختصون	103	29.59	76	21.85	169	48.56	348	100	38.20
مصدر رسمي أو هيئة	11	23.40	11	23.40	25	53.2	47	100	5.15
الجمهور	14	43.75	-	-	18	56.25	32	100	3.52
وسائل إعلام أخرى	4	21.05	14	73.68	1	5.27	19	100	2.08
وكالات أنباء	8	100	-	-	-	-	8	100	0.87
مصادر أخرى	3	42.85	-	-	4	57.15	7	100	0.78
المجموع	314	34.46	188	20.65	409	44.89	911	100	100

شكل رقم (06) يبين فئة المصدر :



عرض وتفسير بيانات الجدول رقم (10) والذي يبين فئة المصادر:

من خلال عنوان الجدول يتضح لنا أن بياناته الرقمية متعلقة بالإجابة عن التساؤل ما نوع المصادر التي تستخدمها France 24 في عرض برامجها الثقافية؟

تبين لنا القراءة الأولية للجدول أن المصادر حصلت على مجموع تكرارات وصل إلى 911 تكرارا قسمت على 07 مصادر، حصل فيها مصدر مراسل القناة على المرتبة الأولى بمجموع تكرارات قدره 450 تكرارا لتصل نسبته إلى 49.40% أما أدنى نسبة فقد قدرت بـ: 0.78% وهي المعبرة عن نسبة المصادر الأخرى بـ: 7 تكرارات فقط.

يأتي في المرتبة الثانية مصدر المختصين بنسبة قدرها 38.20% مع مجموع تكرارات بلغ 348 تكرارا، ثم بعد ذلك يأتي المصدر الرسمي أو الهيئة في المركز الثالث بنسبة قدرها 5.15% بمجموع تكرارات وصل إلى 47 تكرارا، يليه في المرتبة الرابعة الجمهور كمصدر بنسبة 3.52% و 32 تكرارا، ثم في المرتبة الخامسة جاءت وسائل إعلام أخرى كمصدر من بين المصادر التي تعتمد عليها القناة في عرض برامجها الثقافية، وذلك بنسبة 2.08% وبمجموع تكرارات بلغ 19 تكرارا، ثم جاءت وكالات الأنباء كمصدر ما قبل الأخير أي في المرتبة السادسة بنسبة لم تتعد 0.87% وهي نسبة قليلة جدا مقارنة بباقي المصادر والتي لم يتجاوز عدد التكرارات فيها ثمانية تكرارات.

أما عن نسبة توزيع كل مصدر في البرامج الثقافية الثلاث كان كمايلي:

- أولا مراسل القناة باعتباره في المرتبة الأولى: حصل برنامج "فن العيش" على المركز الأول بنسبة 42.66% تلاه برنامج "ثقافة" بنسبة 38% وأخيرا برنامج "موضة" بنسبة 19.34%.
- بالنسبة للمختصين كمصدر مهم اعتمدته البرامج الثقافية حصل برنامج "فن العيش" على المركز الأول بنسبة قدرت ب: 48.56% يليه برنامج "ثقافة" بنسبة 29.59% ثم يأتي بعد ذلك برنامج "موضة" بنسبة 21.85%.
- حصل برنامج "فن العيش" على المرتبة الأولى باستخدامه للمصادر الرسمية والهيئات إذ بلغت نسبتها 53.2% ثم بعده يأتي كل من برنامج "ثقافة" و "موضة" بنفس المرتبة إذ بلغت نسبة المصادر الرسمية 23.40%.
- بالنسبة للجمهور كان برنامج "فن العيش" في مقدمة الترتيب بحصوله على نسبة 56.25% يليه بعد ذلك برنامج "ثقافة" بنسبة 43.75% والملاحظ هو انعدام الجمهور كمصدر في برنامج "موضة".
- استعانت البرامج الثقافية بوسائل إعلام أخرى كمصادر للمواضيع التي تعرضها، وهذه المرة جاء برنامج "موضة" في مقدمة الترتيب أين حصل على نسبة مرتفعة مقارنة بالبرامج الأخرى قدرت ب: 73.68% يليه برامج "ثقافة" بنسبة 21.05% ثم برنامج "فن العيش" بنسبة 5.27% وهي نسبة قليلة جدا مقارنة بالنسبتين السابقتين.
- بالنسبة لوكالات الأنباء حصل برنامج "ثقافة" على النسبة الكاملة إذ كان البرنامج الوحيد الذي استعان بهذا المصدر وبمجموع تكرارات قدره 8 تكرارات.
- أخيرا فيما يخص المصادر الأخرى حصل برنامج "فن العيش" على المركز الأول بنسبة 57.15% مع مجموع تكرارات قدره 4 تكرارات هذه المصادر هي عبارة عن شخصيات بارزة في الموضوع قامت بتقديم معلومات ولكن لا يمكن أن نعتبرها مختصة في ذلك المجال أو من الجمهور، وقد تمثلت في: بائعة خبز، ومتعاون في قطاف العنب، يليه برنامج "ثقافة" ب: 3 تكرارات ونسبة قدرت ب: 42.85% وقد تمثل المصدر في والد الشخصية: مرة ظهرت والدة ممثلة سينمائية، ومرة والدة كاتبة روائية.

من خلال كل ما سبق نستنتج أن هناك تباين في الاعتماد على المصادر رغم تنوعها حيث ركزت البرامج على مصادر محددة وأهملت الأخرى.

ولكن كيف نفسر ما سبق وبالأخص ما يلي:

- 1 - حصول مراسل القناة على المركز الأول مقارنة بالمصادر الأخرى.
- 2 - ارتفاع نسبة مصدر المختصين مقارنة بالمصادر الأخرى خاصة في برنامج فن العيش.
- 3 - قلة الاعتماد على مصدر وكالات الأنباء وانعدامه في أحيان أخرى.

إن تصدر مراسل القناة قائمة المصادر راجع إلى المكانة التي يحتلها في القناة بصفة عامة، حيث أن هذه الأخيرة تعتمد على شبكة من المراسلين الذين يقومون بتغطية المواضيع الثقافية من خلال تقاريرهم، ويعد المراسل مصدرا من أهم مصادر الأخبار التي تعتمد عليها وسائل الإعلام المختلفة، فهو عصب العمل الإخباري في كل المؤسسات الإعلامية على اختلاف سياساتها¹، وما نلاحظه أن هناك مراسلون يتميزون عن غيرهم بالتخصص في المجالات التي يعملون فيها، ما يجعلهم أكثر كفاءة في تأديتهم وإتقانهم لعملهم².

فيما يخص المختصين فقد كانوا مصدرا مهما لا بد منه خاصة في حالة البرامج الثقافية التي تنوعت مواضيعها بين أدب، وفن على اختلاف ألوانه، وتصاميم، وطبخ، وآثار وغيرها... وكل مجال من هذه المجالات الثقافية المتنوعة له صاحبه الذي يبرز فيه، كل حسب تخصصه، ولا شيء أفضل من أن نحصل على المعلومة المناسبة من الشخص المناسب الذي يمكنُ المشاهد من الاستفادة أكثر من تلك المعلومات باعتباره خبيرا في المجال الذي يعمل فيه أكثر من غيره.

فإذا تحدثنا عن الأدب وبالذات في مجال القصة والرواية فلن نجد أفضل من كاتب تلك القصة أو الرواية يحدثنا عنها ليصل بنا إلى عمق الأشياء.

¹ محمد معوض: الخبر في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 17.

² نفس المرجع، ص 16.

وإذا تحدثنا عن المسرح أو السينما فلن نجد أنسب من كاتب المسرحية أو مخرج الفيلم السينمائي أو الممثل يخبرنا عن أحداث القصة ويقدم لنا المعلومات المناسبة من وجهة نظره كمختص في المجال.

وإذا تطرقنا إلى مواضيع الفن التشكيلي أو التصميم بأنواعه المختلفة أو الطبخ فإننا نجد الرسام والنحات، والمصور، والطاهي، والمهندس، وخبير الديكور، ومصمم الأزياء والعلطور والجواهر، وحتى تسريحات الشعر، أنسب الأشخاص لتقديم التفاصيل اللازمة عن الأعمال التي يقدمونها باعتبارهم مختصين كل في مجال تخصصه، وبالتالي فإنهم يشكلون مصدرا مهما أكثر من المصادر الأخرى.

أما فيما يخص حصول برنامج فن العيش على المركز الأول: بالنسبة لمصدر المختصين مقارنة بالبرامج الأخرى، فهذا راجع إلى طبيعة البرنامج الذي يعرض في كل مرة شخصا مميذا يبرع في مجال معين، ويقوم بتقديم عمله الذي يبدو غير عادي مقدا الشروح والتفسيرات اللازمة للفكرة التي جعلته يختار هذا المجال، لذا كان المختصون أهم مصدر يُعتمد عليه بعد مراسل القناة في البرامج الثقافية، فمثلا في عدد 02 سبتمبر 2010: لدينا موضوع عن إنتاج الخمور يقول "أنطوان شوبان" وهو كرام ذو 24 عاما: "لدي أصول من البورجولي وعائلة ومنزل في البورجولي وجد لديه بعض الكروم هناك، وربما هذا هو أصل الأشياء"، فهو لم يصبح كراما بالصدفة وإنما نتيجة شغف ورثه عن عائلته، بالإضافة إلى ذلك فقد أنهى دراسته في هذا المجال.

ورد كذلك في عدد 16 سبتمبر 2010: موضوع عن تربية النحل وصناعة العسل يقول "نيكولا جيون" وهو مربّي نحل: "منذ 25 عاما وأنا مربّي نحل، بدأت عندما كنت في الثانوية، بعد ظهر الأربعاء كمعظم الأطفال الآخرين كنت أشعر بالملل، كان هناك نادي الرماية ونادي التصوير الفوتوغرافي ونادي النحل، وهكذا اكتشفت النحل".

أما في عدد 13 أكتوبر 2010: ورد موضوع عن الهندسة والتصميم، وقد جاء في التقرير ما يلي: "مراكب الباطو موش Bateau Mouche ترمز للعاصمة الفرنسية وتُقلُّ على متنها ملايين السياح سنويا، رجل و احد صمم معظم هذه المراكب وهو جيرار رونزاتي".

في عدد 01 أوت 2010 عن تصميم المجوهرات جاء في التقرير ما يلي : "كريستوف لوران يلبى رغبات زبائنه منذ 20 عاما ومجوهراته استثنائية"، وفي هذا العدد يقدم الصائغ معلومات يشرح فيها طريقة عمله وتعامله مع الزبائن.

هكذا تنوعت مصادر المختصين بتنوع المواضيع المطروحة، ليس فقط في برنامج فن العيش بل حتى في برنامج "ثقافة" و "موضة".

بالنسبة لبرنامج ثقافة نجد مثلا في عدد 17 أوت 2010: موضوعا عن السينما حول مهرجان "دوربان" السينمائي في دورته الواحدة والثلاثين أين احتفى بمتعاب وصعوبات الحياة في إفريقيا، وتآلق خلال المهرجان فيلم "حياة فوق كل شيء" من بين 200 فيلم شارك في المهرجان، وقد كان لمخرجه "أوليفير شميتر" ويقول المخرج عن فيلمه: "ما يجذبني في القصة هو صراع فتاة من أجل أمها وأسرتها، فعندما قمت بالبحث لتوثيق الفيلم اكتشفت العدد الهائل للأطفال اليتامى بسبب داء الإيدز في جنوب إفريقيا كيف يعيشون؟ وكيف يواجهون الحياة لوحدهم دون معين؟ تشجعت أكثر لمواصلة العمل ولإخراج أفضل شريط ممكن بشأن هذا الموضوع".

عن نفس الفيلم تقول مخرجة أخرى مشاركة في المهرجان: "أعتقد أن شريط "حياة فوق كل شيء" عمل فريد من نوعه لقد نجح حقا في عكس واقع أزمة حقيقية يواجهها هذا البلد منذ عدة سنوات، نجح في التسلسل إلى داخل المجتمع الذي يعاني لإيصال رسالة قوية".

وفي عدد 2 سبتمبر 2010: نصادف مهرجانا في البرتغال يجمع أكبر وأشهر نحائي الرمل في العالم والعديد من المختصين في هذا المجال، يقول "آلبيير آغور" وهو نحاج مشارك في المعرض: "هناك أدوات يستخدمها البنائون ولكننا قمنا باختراع أدوات جديدة، نعتبر الوحيديين في استخدامها".

وفي عدد 5 نوفمبر 2010 : قُدم عرض مسرحي أخذ المشاهدين إلى عالم الفراغنة وأدخلهم كواليس الصراع على خلافة "أخناتون"، الصراع المرير على العرش وحب "توت عنخ أمون" لأخته غير الشقيقة ورحلته لفرض سلطته ليصبح حاكما عادلا وزوجا مخلصا، تقول في هذا الصدد فنانة ألمانية "هرشتين إيبلد" وهي من المشاركين في هذا العرض المسرحي: "العرض رائع، يمزج بين الروك

آند رول والتاريخ، حاولنا التعاطي مع الأحداث التاريخية بأكبر قدر ممكن من الدقة، لكن اخترعنا بعض الأمور لتجميل القصة".

أما في عدد 29 نوفمبر 2010: نجد دَرَسًا في "رقص الفلامينكو الإسباني تقول "كارين أريس" راقصة فرقة "ستوديو فلامينكو" في بوردو بفرنسا وهي مدرسة رقص أيضا: "الفلامينكو فن متعدد الأوجه لأنه يضم الرقص والموسيقى والتعبير الدرامية، لهذا السبب من المهم أن يكون ضمن تراث اليونسكو".

بالنسبة لبرنامج موضة: وفي عدد 20 أوت 2010: في موضوع عن تصميم العباءات والحجاب، تقول مصممة مختصة في هذا النوع من الملابس "ليلي أيسوم" وهي خبيرة في أزياء الشرق الأوسط: "الحجاب هو في المقام الأول لباس تقليدي، ولكن اليوم الشابات والنساء بصفة عامة جعلت منه زيا، تكيفه حسب المناسبات، وأصبحت تستخدمه كإكسسوار للأزياء".

وفي عدد 17 سبتمبر 2010: يقول "جاك بولج" مبتكر عطور شانيل: "هذه لغة لا تستخدم فيها الكلمات، هذا ما يريك الجميع، الأشخاص الذين يملكون السلطة اليوم، هم هؤلاء الذين لديهم ملكة الكلمات والصور، لكن الروائح أمر غاية في الخصوصية"، ويقول أيضا: "العطر هو تركيبة، المبتكر يكتب التركيبة ثم يختبرها".

أما فيما يخص وكالات الأنباء فما نلاحظه في البرامج الثقافية هو قلة اعتمادها على هذا المصدر بالرغم من أهميته فقد رجع إليه برنامج ثقافة 8 مرات فقط بينما انعدم وجوده في البرنامجين الآخرين، وربما يعود هذا في رأي الطالبة إلى أسباب مادية، حيث يعلم الجميع أن وكالات الأنباء تعمل على أساس اقتصادي صرف، سعيا إلى تحقيق عائدات وأرباح مادية عن طريق توفير كميات كبيرة من الأخبار لمشتركها، ووسائل الإعلام الراغبة في الحصول على خدمات وكالات الأنباء الإخبارية المتنوعة عليها الإشتراك للاستفادة من تلك الخدمات¹، وبما أن هذه العملية تبدو مكلفة نجد أن معظم وسائل الإعلام تعتمد على كوادرها البشرية التي لا تحتاج إلى تكاليف باهظة مقارنة بالوكالات، وذلك للحصول على المعلومات، وقناة France24 لديها شبكة من المراسلين المنتشرين في كل أنحاء العالم يمدونها بالمعلومات والأخبار المتنوعة وهي تعتمد عليهم بشكل كبير.

¹ محمد معوض: الخبر في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 21.

وقد كانت "الوكالة الفرنسية للأنباء" الوكالة الوحيدة التي اعتمد عليها البرنامج، وهي تُعدُّ من بين أهم الوكالات العالمية، وهي المفضلة في فرنسا والدول الناطقة بالفرنسية، يتعاون معها 500 مراسل أجنبي ولها قرابة 100 مكتب في عواصم العالم و 3000 عميل¹.

وكالات الأنباء بصفة عامة "تعد من أهم وأنشط مصادر الأخبار الرئيسية التي لا يمكن الإستغناء عنها في كل وسائل الإعلام على اختلافها لنقل الأحداث"².

أما المواضيع التي كان مصدرها وكالة الأنباء الفرنسية فقد برزت كلها في شهر أكتوبر وقد تمثلت في:

- 1 - عدد 12 أكتوبر 2010 : حول المسارح المستقلة في الأرجنتين وأهميتها الاقتصادية باعتبارها عنصر جذب للسياح.
- 2 - عدد 20 أكتوبر: بمواضيعه الثلاث والمتمثلة في: مسرحية تروي أحداث الشغب التي حدثت في باريس عام 2005.
 - مسابقة عالمية للطهي تقام في فرنسا بمشاركة العديد من الدول.
 - عزف موسيقى صادر عن خضار لفرقة نمساوية.
- 3- عدد 28 أكتوبر: مسرحية يابانية حول فن "المانغا" وفن "الكارتيوكي"
 - مسرحية في لندن تعرض قصة حلاق إشبيليا
 - في القاهرة أبنية تراثية سيتم تحويلها إلى فنادق ومطاعم.
 - معرض فني لمحاكاة لغة الجسد في لندن يُمكن زائره من التنقل عبر المعروضات بواسطة القفز والتأرجح والتسلق.

بالنسبة للمصادر الرسمية فقد تمثلت في الشخصيات المسؤولة وبعض الجهات والهيئات والمؤسسات، وهنا يقوم المصدر بتقديم المعلومة باسم الهيئة أو المؤسسة المسؤول عنها وليس كشخص عادي، وقد احتل برنامج فن العيش صدارة البرامج باستخدامه لهذا المصدر، وذلك باعتباره يتناول أساليب العيش على الطريقة الفرنسية باعتبارها فنا له رواده، ومن ثم فهو يهتم بالمواضيع التي يطرحها

¹ محمد معوض، بركات عبد العزيز، مرجع سابق، ص 140.

² محمد معوض: الخبر في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 20.

من جميع الجوانب فلا يكتفي بأخذ المعلومة من المختصين، بل يسعى إليها من خلال معرفة رأي الهيئات والمؤسسات التي تبرز في المجال كذلك، كما أن المصادر الرسمية على اختلافها (أشخاص، مؤسسات، هيئات) تعد مصادر ذات ثقة ولها ثقلها لذلك تلجأ إليها وسائل الإعلام، وكلما زاد الاعتماد على هذه المصادر محل الثقة والخبرة كانت إمكانية الوصول إلى الجماهير وإفادتها أكبر¹.

مثلا في عدد 2 سبتمبر 2010 من برنامج فن العيش عن موضوع إنتاج الخمور: يقول رئيس جمعية نبيذ منطقة "سيران": "نحن فريق صغير نقطف العنب ونزعى الكرمة، عندما يكون لدينا وقت نأتي إلى هنا، هذا ممتع إنه جزء من تراث سيران".

وفي عدد 24 سبتمبر 2010: في معرض لتجار الأثرية، وفي دورته الخامسة والعشرين يتحدث رئيس النقابة الوطنية لتجار الأثرية فيقول: "زبائننا نجويون إلى حد ما بالتأكد، وهذا ما نأسف له لأن الهدف هو محاولة إيجاد زبائن صغار وتعيدهم على حب الأشياء وإشراكهم ولعنا بها" فيما يتعلق ببرنامج ثقافة: واستخدامه للمصادر الرسمية، نجد مثلا في عدد 09 أوت 2010 موضوعا عن الرقص: في مهرجان رقص للقارة السمراء تحتضنه العاصمة الرواندية بمشاركة 12 دولة، المهرجان يعقد كل عامين وهدفه هو تلاقح خبرات الراقصين من الدول المختلفة، يقول الرئيس الرواندي "بول كاجامي" في افتتاح المهرجان: "المهرجان يقدم لنا فرصة لعرض أفضل صورة لإفريقيا، وكما يحدث في أنحاء كثيرة من العالم، لعبت الموسيقى والرقص دورا مهما في تاريخ إفريقيا وثقافتها".

أما في عدد 25 أوت 2010: فقد كان الموضوع عن الآثار السعودية التي تحكي حضارة وتراث المنطقة قبل الإسلام والتي تم عرضها في متحف اللوفر بفرنسا، يقول نائب رئيس الهيئة العامة للسياحة والآثار بالمملكة العربية السعودية: "اخترنا أن نبدأ من متحف اللوفر، لأن اللوفر هو أكثر المتاحف التي تزار في العالم، ومن أجل القيام بعرض مدهش يجب البدء ببداية قوية".

بالنسبة لبرنامج موضة: ورد في عدد 06 أوت 2010: موضوع عن إجراء مسابقة لقبول مصممين في الأزياء بمشاركة 7 دول وتحت إشراف بيت الإبداع والابتكارات الأورو متوسطية في مرسيليا، مشروع جاء للرد على المنافسة الآسيوية والأمريكية، وفي هذا الصدد تقول رئيسة هيئة الرقابة لدي شانيل في باريس "فرنسواز مونتوناي" عن السوق الأمريكية: "هو سوق التوزيع فيه أمر صعب،

¹ - نبيل طلب، مرجع سابق، ص 91.

فعندما تنجح في اكتساح السوق الأمريكية يجب التسليم في اليوم المحدد له، وفي حال حدث العكس فهناك فرصة ثانية فقط، والسوق الأمريكية تمثل قمة النجاح".

وفي عدد 22 أكتوبر 2010: تم عرض مسابقة لعروض الأزياء بين مدارس التصميم من مختلف أنحاء أوروبا، تقول مديرة البرامج الإبداعية في المعهد الفرنسي للموضة بباريس: "كل مدرسة لديها أفكار مختلفة، والإبداع هو وسيلة للتعبير عن الموضة، أعتقد أن هذا ما يجب الحفاظ عليه، الواقع حتما صعب لكن في نهاية المطاف يبقى الإبداع وسيلة للتعبير عن الجسم من خلال الملابس، هذا ما يجب الاستمتاع به".

بالنسبة للجمهور برز كمصدر مهم لا يمكن تجاهله في محاولة لمعرفة رأيه كمستهلك للسلعة الثقافية أو الاقتصادية، وهذا ما يبرز قيمتها أكثر خاصة إذا لاقت استحسانا من قبله.

فمثلا في برنامج ثقافة: وفي عدد 09 أوت 2010: ورد موضوع عن الرقص الصيني لرهبان معبد شاولين - معبد بودي قديم- يقول أحد الحاضرين ممن شاهدوا العرض بمسرح القلعة في عمان: "أعطينا مثلا على الروحانية والانضباط وتحقيق المستحيل،... فهنا تعطي قوة للذات".

وقد جاء في عدد 28 أكتوبر 2010: معرض في محاكاة لعة الجسد في لندن عنوانه تحرك وصمم رقصتك، بحيث ينظر الزوار إلى الفن بأجسادهم وليس بأعينهم ومن خلال التنقل بين المعروضات يجد الزائر نفسه يمارس نوعا من الرقص اللاإرادي، تقول إحدى زائرات المعرض: "هذا جيد، الأمر لا يقتصر على الوقوف والنظر بل يتضمن المشاركة".

بالنسبة لبرنامج فن العيش نجد في عدد 23 أوت 2010: موضوعا عن صناعة الخبز، متجر يبتكر أصناف الخبز المتنوعة كل يوم، تقول إحدى الزبونات: "إنه مبتكر، كل ما تذوقته طيب جدا لذا أريد أن أتذوق شيئا جديدا".

وفي عدد 19 سبتمبر 2010: في الزخرفة والديكور، مبدأ الأثاث المضيء يضيفي بهجة ولمسات عصرية، يقول أحد المستخدمين لهذا الأثاث: "مع هذا الخيار يمكن برجمة الألوان، يمكن أن نتصور سهرات بمواضيع متنوعة وتعديل الإضاءة وفقا لموضوع السهرة ووفقا لما نرغب في القيام به".

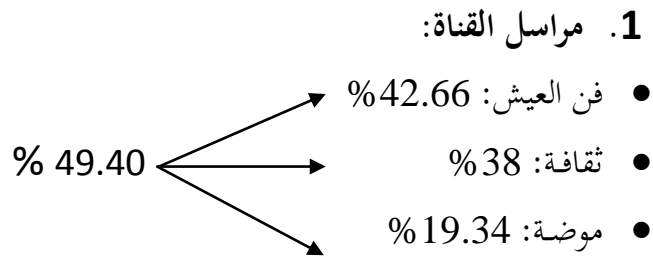
أما برنامج موضة: فقد اهتم فقط بعرض أحدث التصاميم في عالم الألبسة والحقائب والعمود وما يحدث في الكواليس مع المصممين، ولم يتعرض إلى الجمهور بمعرفة رأيه في هذا الصدد لأن هدفه كان فقط إبراز أحدث عروض الموضة الباريسية على أنها عنوان الأناقة والرقي والإبداع اللامتناهي.

أخيرا فيما يتعلق بوسائل الإعلام الأخرى، نجد أن البرامج الثقافية استعانت بها كمصدر في عرض بعض مواضيعها الثقافية، وهذا يدخل ضمن إطار التبادل الإخباري والتعاون بين وسائل الإعلام الذي أصبح سمة بارزة من سمات العصر¹، ويعتبر التبادل الإخباري بمثابة النافذة التي يعرض من خلالها التلفزيون أخبار العالم من أجل الوصول إلى تقديم خدمة إخبارية أفضل، وقد يتم التبادل بين محطات أو اتحادين إذاعيين أو دولتين أو أكثر²، وقد اعتمد برنامج ثقافة على هذا المصدر أربعة مرات متمثلا في وسيلتين إعلاميتين هما France2 في موضوع الآثار في السعودية، ورقص الفلامينكو الإسباني، ومهرجان السينما في ليون الذي أعاد إحياء الفيلم القديم "غناء تحت المطر"، و France3 في موضوع الطبخ الفرنسي، أين يشارك الفنانون في الخريف من كل عام أشهر الطباخين لتقديم أرقى الأطباق الفرنسية في أجواء احتفالية.

أما برنامج موضة فقد كان أكثر البرامج اعتمادا على هذا المصدر وقد كانت الوسيلة الوحيدة التي يتعامل معها هي: Media tv.

بينما برنامج فن العيش فقد استعان بقناة Cuisine tv في موضوع صناعة الخبز وذلك في عرضه لمقاطع من برنامج خاص بطهي الخبز للخباز "غونتران شيريه".

وفي الأخير هذا تذكير بمجمل ما جاء من إحصاءات رقمية تكشف عن المصادر المعتمدة في كل برنامج:



¹ محمد معوض: الخبر في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 102.

² محمد معوض، بركات عبد العزيز، مرجع سابق، ص 126.

2. مختصّون:

- فن العيش: %48.56
- ثقافة: %29.59
- موضحة: %21.85

3. مصدر رسمي أو هيئة:

- فن العيش: %53.20
- ثقافة: %23.40
- موضحة: %23.40

4. الجمهور:

- فن العيش: %56.25
- ثقافة: %43.75
- موضحة: %0

5. وسائل إعلام أخرى:

- موضحة: %73.68
- ثقافة: %21.05
- فن العيش: %5.27

6. وكالات الأنباء:

- ثقافة: %100
- موضحة: %0
- فن العيش: %0

7. مصادر أخرى:

- فن العيش: %57.15
- ثقافة: %42.85
- موضحة: %0

5- فئة المرجع (أصل المحتوى):

تستخدم هذه الفئة لمعرفة منشأ الحدث أو المعلومات، للإجابة على الأسئلة الخاصة بتحديد مراكز اهتمام المحتوى بالأماكن والأقاليم، أو المناطق الجغرافية في العالم¹.

وقد قسم المحتوى حسب مرجعيته إلى:

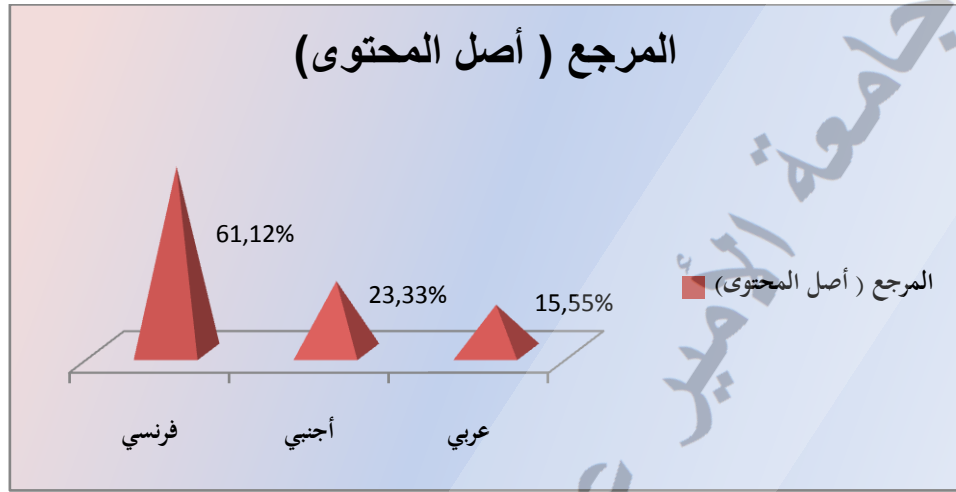
- محتوى عربي: وتضمن كل المواضيع الثقافية المتعلقة بالوطن العربي.
- محتوى فرنسي: تضمن كل المواضيع الثقافية التي تخص فرنسا بلد القناة.
- محتوى أجنبي: تشمل المواضيع الثقافية التي عنت بعض الدول الأجنبية.

جدول رقم (11) يبين فئة المرجع (أصل المحتوى):

البرامج المرجع	ثقافة		موضة		فن العيش		ك	%	متوسط النسب
	ك	%	ك	%	ك	%			
فرنسي	8	14.55	12	21.82	35	63.63	55	100	61.12
أجنبي	17	80.96	4	19.04	-	-	21	100	23.33
عربي	13	92.85	1	7.15	-	-	14	100	15.55
المجموع	38	42.24	17	18.88	35	38.88	90	100	100

¹ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 232.

شكل رقم (07) يبين فئة المرجع (أصل المحتوى):



عرض وتفسير بيانات الجدول رقم (11) والذي يبين فئة المرجع (أصل المحتوى) :

يتضح لنا من عنوان الجدول أن بياناته الرقمية متعلقة ببيان أصل المحتوى الثقافي في قناة France24 حيث يهدف الجدول إلى الإجابة عن التساؤل الذي يتمحور حول بيان مرجعية البرامج الثقافية في القناة.

عند القراءة الأولية للجدول، يتضح لنا حسب بياناته الرقمية أن أعلى نسبة وصلت إلى 61.12% وهي المعبرة عن المحتوى الفرنسي الأصل بمجموع تكرارات وصل إلى 55 تكرارا، أما أدنى نسبة فرجعت إلى المحتوى العربي وقد قدرت بـ 15.55% بمجموع تكرارات قدره 14 تكرارا، أما النسبة المتوسطة فكانت 23.33% وهي نسبة المحتوى الأجنبي بمجموع تكرارات بلغ 21 تكرارا.

أما عن توزيع نسبة كل مرجع في كل برنامج فإننا نجد ما يلي:

- فيما يخص المحتوى الفرنسي: حصل برنامج "فن العيش" على المرتبة الأولى بنسبة 63.63% يليه برنامج "موضة" بنسبة 21.82% وأخيرا برنامج "ثقافة" بنسبة 14.55%.
- بالنسبة للمحتوى الأجنبي جاء برنامج "ثقافة" في المركز الأول بنسبة 80.96% يليه برنامج "موضة" بنسبة 19.04% وهي نسبة ضئيلة جدا مقارنة مع الأولى، بينما تنعدم النسبة في برنامج "فن العيش".

- أما المحتوى العربي فقد حصل برنامج "ثقافة" على المرتبة الأولى بنسبة 92.85% يليه برنامج "موضة" بنسبة 7.15% وكذلك هذه نسبة قليلة جدا مقارنة بالنسبة السابقة، والملاحظ أيضا هو انعدام المحتوى العربي في برنامج "فن العيش".
نستنتج مما سبق أن قناة France24 حاولت التنوع قدر الإمكان باختيار مواضيع ثقافية من مناطق مختلفة (محلية، أجنبية، عربية) ولكن كيف نفسر ما يلي:

- بالرغم من أن القناة توجه برامجها الثقافية لبلدان عربية وبلسان ناطق بالعربية إلا أن المواضيع الثقافية التي تهم المنطقة العربية جاءت في ذيل الترتيب.
- حصول المحتوى الفرنسي على أكبر نسبة مقارنة بالمحتوى العربي والأجنبي.
بالنسبة لحصول المحتوى الفرنسي على أكبر نسبة يعود سبب ذلك إلى حصوله على النسبة الكاملة في برنامج "فن العيش" هذا الأخير يهتم أساسا بتسويق صورة فرنسا للعالم وذلك من خلال عرض أساليب وطرق العيش على الطريقة الفرنسية كنوع من الدعاية، واعتبارها فن عيش وأسلوب حياة راق ومميز، وذلك بهدف الحصول على استقطاب فكري في المنطقة، بالإضافة إلى احتمالات التأثير الاجتماعي الناتج عن بث مواد البرنامج، وكذلك من أجل منافسة القنوات الأجنبية الأخرى الناطقة بالعربية بهدف الاستيلاء على أسواق وسائل الإعلام في المنطقة¹.

وكأنما تريد القناة أن تقول في دعوة صريحة للعرب "تفضلوا واستثمروا في فرنسا" وبرز ذلك جليا في الدعاية الإقتصادية، التي برزت في عدة مواضيع*

كذلك أغلب مواضيع الموضة كانت فرنسية الأصل، حيث يقال دائما الموضة الباريسية دون غيرها، ربما يعود ذلك على حد تعبير وليد منير إلى أن: "الفرنسيين يحبون التجديد بقدر ما يحبون الخروج عن المألوف، أحد أبعاد الخروج عن المألوف هو تسويق أحلام الخيال، هذه الأخيرة لا بد أن تكون جميلة بالطبع، ولكنها تظل أحلاما، تتطوع بيوت الموضة الباريسية لجعل هذه الأحلام واقعا يمكن الحصول عليه وامتلاكه"².

¹ موقع شبكة النباء المعلوماتية على الرابط التالي :

<http://www.annabaa.org/nbanews/2010/04/314.htm>

*يمكن الرجوع إلى الأمثلة المقدمة في العنصر الخاص بالوظيفة الدعائية.

² وليد منير، مرجع سابق، ص 441 .

بالنسبة لقلة المحتوى العربي مقارنة بالفرنسي والأجنبي: يعود ذلك لانعدامه في برنامج فن العيش وحصوله على تكرار واحد في برنامج موضة وهذا للأسباب التي أسلفنا ذكرها، أما برنامج ثقافة فسبب ذلك هو حرصه على إبراز التنوع الثقافي، هذا الأخير يفيد " على أن الفرد في أي مجتمع كان لم يعد مرتبطا بإطار الانتماء الوطني وحده، بل هو يتأرجح بين الخصوصية المحلية (عرقية، إثنية، لغوية، وعقدية...) والإطار العالمي".¹

لذا ليس ضروريا أن تغلب المواضيع العربية في البرامج الثقافية بحجة أنها موجهة إلى العالم العربي هذا من جهة، ولكن إذا نظرنا إلى التنوع الثقافي من الجانب الآخر نجد أنه بقدر ما يشجع ثقافة الأقلية على الوجود، لا يسمح لها أيضا أن تسود إلا على أساس تكريس الصورة المنطبعة لدى الغربيين عن ثقافة الأقلية ومرجعيتها الأصلية، وهذا ما يخدم واقع الثقافات المهيمنة وبالأخص ذات الأساس الليبرالي الغربي وهذا ما يجعل الفرد يقفز على واقعه الوطني إما أن يتراجع نحو الخصوصية الضيقة أو أنه يتوق إلى الإنخراط في الثقافات الكبرى المهيمنة.²

بالنسبة للمواضيع العربية نجد في برنامج ثقافة مايلي :

عدد 01 أوت موضوع عن الغناء: لبنان.

عدد 25 أوت موضوع عن الآثار السعودية، والغناء في منطقة الطوارق بتمنراست الجزائرية.

عدد 02 سبتمبر مسرحية غنائية في الجزائر.

عدد 18 سبتمبر موسيقى سوريا .

عدد 26 سبتمبر سينما كوميدية المغرب.

عدد 28 أكتوبر أبنية تراثية بالقاهرة.

عدد 4 أكتوبر موسيقى (عزف على النفايات) مصر.

¹ عبد الوهاب الزامي: مجتمع الإعلام والمعلومات والرهانات الثقافية في العالم العربي، (مجلة الإذاعات العربية، ع3)، مرجع

سابق، 2005، ص21.

² نفس المرجع، ص ص21 ، 22 .

عدد 12 أكتوبر سينما تونس.

عدد 5 نوفمبر مسرحية "توت عنخ أمون" مصر.

عدد 13 نوفمبر أدب روائي المغرب .

عدد 21 نوفمبر سينما المغرب.

عدد 29 نوفمبر فن تشكيلي سوريا.

بالنسبة للمواضيع الأجنبية نجد في برنامج ثقافة:

عدد 09 أوت رقص صيني، رقص إفريقي (رواندا).

عدد 17 أوت سينما جنوب إفريقيا، آثار مكسيكية.

عدد 25 أوت سينما بوليوود.

عدد 2 سبتمبر نحت في البرتغال، سينما إيطاليا.

عدد 4 أكتوبر فن تشكيلي الولايات المتحدة الأمريكية.

عدد 12 أكتوبر سينما فرنسا، مسرح الأرجنتين.

عدد 20 أكتوبر موسيقى العزف على الخضار النمسا.

عدد 28 أكتوبر مسرح ياباني، مسرح إنجلترا، رقص إنجلترا.

عدد 05 نوفمبر آثار في اسبانيا .

عدد 13 نوفمبر فن تشكيلي الولايات المتحدة الأمريكية.

عدد 21 نوفمبر سينما غانا .

عدد 29 نوفمبر رقص اسباني .

- بالنسبة للمواضيع الفرنسية نجد :

عدد 10 سبتمبر أدب قصة ورواية .

عدد 04 أكتوبر فن تشكيلي .

عدد 12 أكتوبر سينما.

عدد 20 أكتوبر مسرحية+ طبخ .

عدد 5 نوفمبر فن تشكيلي وآثار

عدد 29 نوفمبر طبخ+ فن تشكيلي .

بالنسبة للمواضيع الأجنبية في برنامج موضة :

عدد 15 أكتوبر و 5 نوفمبر العلامة التجارية كوتش Couch الولايات المتحدة الأمريكية

عدد 29 أكتوبر مسابقة في التصميم بين مختلف المدارس المختصة في هذا المجال بلجيكا

عدد 19 نوفمبر فن تشكيلي روسيا

- بالنسبة للمواضيع العربية

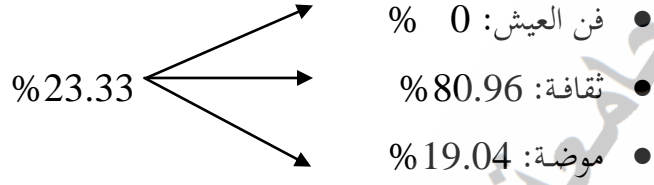
عدد 20 أوت تصاميم العباءات والحجاب.

في الأخير أذكر بأهم ما جاء من نسب:

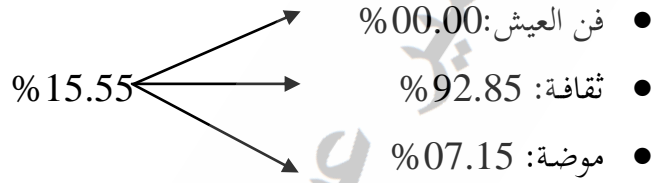
1. المحتوى الفرنسي:

- فن العيش: 63.63%
 - ثقافة: 14.55%
 - موضة: 21.82%
- 61.12%

2. المحتوى الأجنبي:



3. المحتوى العربي:



ثانيا: بيانات فئة كيف قيل؟ (الشكل):

يتم من خلالها وصف أسلوب العرض أو النشر أي الشكل الذي تقدّم به الرسالة، ونجد فيها الفئات الفرعية التالية:

1 - فئة القالب الفني: تتناول هذه الفئة التقسيم على أساس فنون الكتابة الإعلامية أو

فنون العرض والتقديم لمحتوى الموضوعات المختلفة¹، وهذه الفئة هي أكثر الفئات

استخداما لبساطتها وتعبيرها عن الشكل الذي تفضّله الوسيلة في تقديمها للمحتوى الإعلامي².

وفي هذه الدراسة وجدنا أن القناة تفضل عرض مواضيع برامجها الثقافية من خلال الأشكال أو القوالب الفنية الآتية:

الحديث - الحوار - التقرير

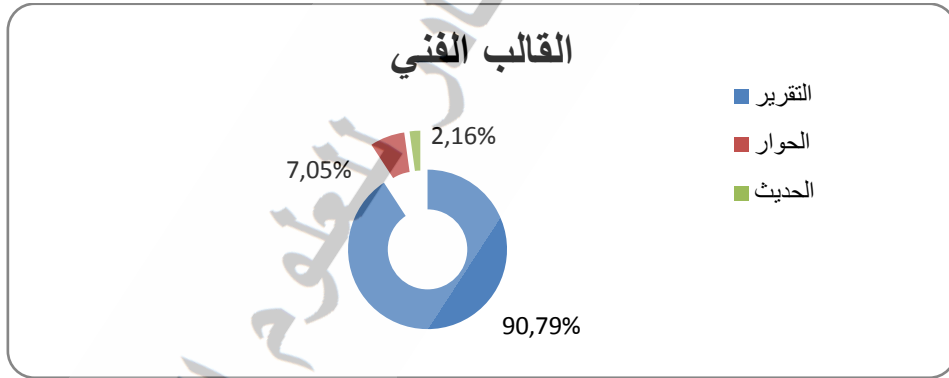
¹ محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 232 .

² محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 132 .

جدول رقم (12) يبين فئة القالب الفني :

متوسط النسب	%	المجموع	فن العيش		موضة		ثقافة		البرامج القالب الفني
			%	ك	%	ك	%	ك	
90.79	100	463	41.90	194	21.38	99	36.72	170	تقرير
7.05	100	36	-	-	-	-	100	36	حوار (مقابلة)
2.16	100	11	-	-	-	-	100	11	حديث
100	100	510	38.03	194	19.42	99	42.55	217	المجموع

شكل رقم (8) يبين فئة القالب الفني:



عرض وتفسير بيانات الجدول رقم (12) والذي يبين فئة القالب الفني:

تبين لنا القراءة الأولية للجدول أنّ القوالب الفنيّة التي استخدمتها القناة في عرض موادها الثقافية حصلت على مجموع تكرارات وصل إلى 510 تكرارا، قُسمت بين الحديث والحوار والتقرير هذا الأخير حصل على أعلى تكرار قُدّر بـ 463 تكرارا وبأعلى نسبة قُدّرت بـ 90.79%، يليه "الحوار" بمجموع تكرارات قدره 36 تكرارا وبنسبة 7.05% وفي المرتبة الثالثة والأخيرة يأتي "الحديث" بمجموع 11 تكرارا وبأدنى نسبة لم تتجاوز 2.15%.

ولزيادة التّوضيح نجد أنّ التّسبب الداخليّ للقوالب الفنيّة توزّعت بالنّسبة لكل برنامج كالتّالي:

- 1 - التقرير: باعتباره القالب الأكثر اعتماداً، حصل برنامج "فن العيش" على أعلى نسبة قدّرت بـ 41.90% وبمجموع تكرارات وصل إلى 194 تكراراً، يليه برنامج "ثقافة" بنسبة 36.72% وبمجموع تكرارات قدّرت بـ 170 تكراراً، وأخيراً برنامج "موضة" الذي حصل على 99 تكراراً لتصل نسبته إلى 21.38%.
- 2 - الحوار: البرنامج الوحيد الذي اعتمد على هذا القالب هو برنامج "ثقافة" وقد بلغت نسبته 100% بمجموع تكرارات قدره 36 تكراراً.
- 3 - الحديث: باعتباره القالب الأقل اعتماداً من قبل برنامج "ثقافة" وهو الوحيد الذي إستعان به لتكون نسبته هو الآخر 100% و بـ 11 تكراراً فقط.

نستنتج مما سبق أنّ البرامج الثقافية الثلاثة لم تحرص على التنوع في استخدام القوالب الفنية لعرض مواضيعها، وهذا يعود إلى طبيعتها ووقتها إذ عمدت إلى تزويد المشاهد بأهم المعلومات والمستجدّات الثقافية في شتّى البلدان في شكل تقارير سريعة.

ولكن كيف نفسّر ما يلي؟

- 1 - حصول التقرير على أعلى نسبة مقارنة بالقوالب الفنية الأخرى؟
- 2 - تصدّر برنامج فن العيش قائمة البرامج المستخدمة للتقرير؟
- 3 - لماذا كان برنامج ثقافة الوحيد من استخدم قاليّ الحديث والحوار؟

إنّ حصول التقرير على أعلى نسبة مقارنة بالقوالب الفنيّة الأخرى يعود إلى طبيعة البرامج الثقافية التي تعرضها القناة، فهي برامج إخبارية ثقافية، وكما نعلم أنّ البرامج الإخبارية تتخذ أكثر من شكل: "الموجز الإخباري، النشرات الإخبارية، التحليلات الإخبارية، التعليق الإخباري التقرير الإخباري، البرامج الإخبارية الخاصّة، البرامج التسجيليّة الإخبارية، والمجالات والجرائد الإخبارية"¹.

¹ طارق سيّد أحمد الخليلي، مرجع سابق، ص 100.

وفي حالتنا هذه نجد أنّ برنامج ثقافة عبارة عن نشرة ثقافية *، أمّا برنامجي موضة وفن العيش فهما برنامجان ثقافيان يتّخذان شكل التقرير، هذا الأخير يكتسي أهمية بالغة في الدّول المتقدمة تكنولوجياً، وهو الشكل الأمثل للبرامج الإخبارية في القنوات التلفزيونية لتلك البلدان، لأنّه يتناول الحدث على أنّه واقع من الحياة، فهو يقدّم الخبر كما جاء في الواقع معتمداً على ثنائية الصورة التلفزيونية والكلمة المنطوقة، ليس بهدف التّقد أو لتدعيم موقف معيّن وإنما لإلقاء الضّوء على الواقع ليس إلّا، وهنا على المشاهد أن يكون حُرّاً في تشكيل رأيه تجاه الخبر وفقاً لثقافته وآرائه¹.

كذلك إذا ما نظرنا إلى برنامج ثقافة نجده يحتوي على مجموعة من الأخبار الثقافية التي وُضعت في قالب التقرير، والبرنامج يضم مجموعة من التقارير يُرسلها مراسلون من مناطق مختلفة. أمّا من ناحية تصدّر برنامج "فن العيش" قائمة البرامج باستخدامه لقالب التقرير يعود لعدّة أسباب:

- 1 - لأنّه يعرض مرّتين في الأسبوع والطالبة قامت بحصر شامل لجميع أعدا البرنامج التي عُرضت خلال مدّة الدّراسة التحليليّة والممتدّة من شهر أوت 2010 إلى نوفمبر من نفس السنّة.
- 2 - بينما برنامج موضة فقد كان أسبوعياً.
- 3 - بالرّغم من تناول برنامج ثقافة عدداً من التقارير في العدد الواحد إلّا أنّه وفي نهاية الأسبوع يتّخذ شكل البرامج الحوارية، حيث تستضيف مقدّمة البرنامج ضيفاً في مجال الأدب والفن وتُجري معه حواراً.

ربّما لهذه الأسباب كانت نسبة استخدام قالب التقرير في برنامج "فن العيش" أكثر من غيره من البرامج الأخرى.

أمّا عن استخدام قالب الحوار والحديث من قبل برنامج "ثقافة" دوناً عن غيره من البرامج يعود كما أسلفنا سابقاً لطبيعة البرامج الأخرى التي جاءت في شكل تقارير، بينما برنامج ثقافة كان يخصص نهاية الأسبوع دائماً لاستضافة شخصيات بارزة في عالم الفن والأدب: مطربين، كُتّاب،

* للعلم أنّ برنامج ثقافة ليس لديه اسم قارّ، فمرة يرد تحت مُسمّى برنامج ثقافة، ومرة تحت مُسمّى المجلّة الثقافية، وأحياناً أخرى يرد باسم النشرة الثقافية.

¹ نسمة أحمد البطريق: الكتابة للإذاعة والتلفزيون، ط1، الدار العربية للنشر والتوزيع، مصر، القاهرة، 2009، ص 173.

مُخرجين، موسيقيين، ممثلين، سينمائيين... إلخ، وفي بداية كل حصّة دائماً تقدّم بطاقة فنية عن الضيف في شكل حديث مباشر، ثم بعدها تدخل مقدّمة البرنامج في حوار مع الشخصية التي استضافتها، والحوار عنصر مشترك في العديد من البرامج وهو أساس الحصول على المعلومات من الضيوف¹ والحوارات تتنوّع حسب طبيعتها، فنجد الحوار البسيط الذي يتناول فكرة محددة أو جانباً معيناً للقضية المطروحة، يكون قصيراً من حيث المدّة الزمنية، وهناك الحوار المركّب الذي يتطرق إلى جوانب مختلفة من القضية المطروحة للنقاش²، وفي حالة برنامج ثقافة الحوار المستخدم هو البسيط طبعاً، نجد مثلاً في عدد 1 أوت 2010 والذي صادف يوم الأحد حوار مع الفنان " راغب علامة".

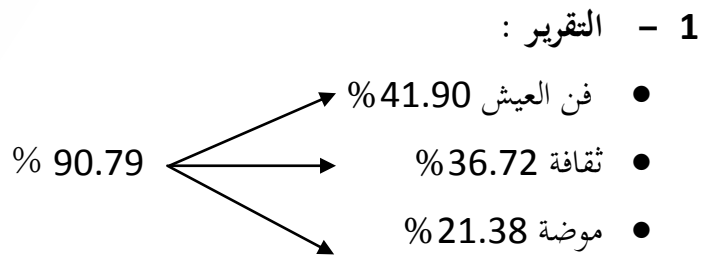
وفي عدد 4 سبتمبر 2010 والذي صادف يوم السبت حوار مع فنان سوري عازف على العود " سميح شقير".

أما عدد 5 سبتمبر 2010 والذي صادف يوم الأحد نجد حواراً مع فنان مغربي كوميدي " حسن القد".

وفي عدد 13 نوفمبر 2010 والذي صادف يوم السبت حوار مع كاتب مغربي "عبد الله طابع".

وفي عدد 21 نوفمبر 2010 والذي صادف يوم الأحد حوار مع مخرج سينمائي مغربي " عبد القادر لقطع".

وفي الأخير هذا تذكير بمجمل ما جاء من نسب توضح استخدام البرامج الثقافية للقوالب الفنية:



¹ محمد معوض إبراهيم : برامج الحوار في القنوات الفضائية (مجلة الإذاعات العربية، ع3)، مرجع سابق، 2002، ص 14.

² نفس المرجع، ص 17.

2 - الحوار:

- ثقافة 100 %
 - موضحة 0 %
 - فن العيش 0 %
- % 7.05

3 - الحديث:

- ثقافة 100 %
 - موضحة 0 %
 - فن العيش 0 %
- % 2.16

2- فئة اللغة المستعملة:

تهدف هذه الفئة إلى التعرف على نمط اللغة السائد في تقديم معلومات معينة، ومدى استخدام المستويات اللغوية المناسبة لنوع الجمهور المستهدف من المادة الإعلامية¹

وفي هذه الدراسة تمّ تقسيم اللغة إلى المستويات التالية:

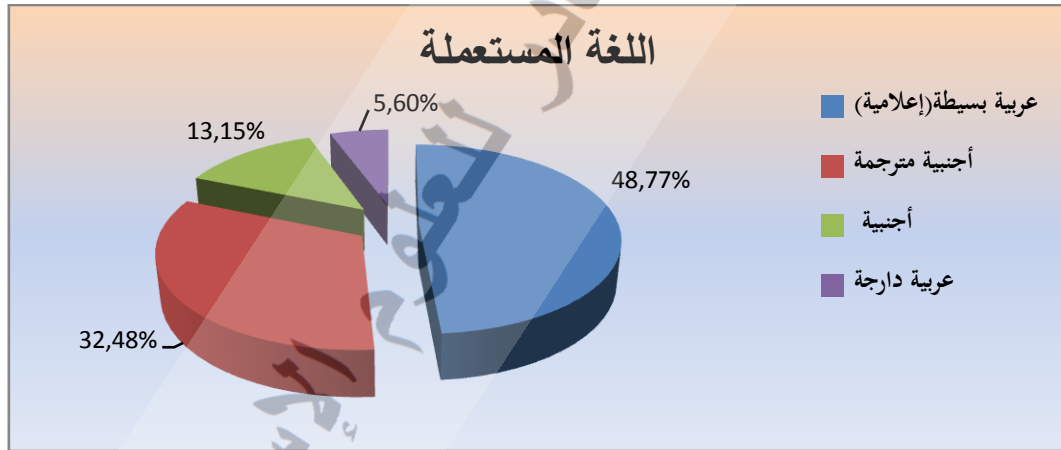
- عربية بسيطة (إعلامية)
- عربية دارجة
- أجنبية: سواء كانت فرنسية أو أي لغة أجنبية أخرى
- أجنبية مترجمة

¹ سمير محمد حسين: بحوث الإعلام ، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص31 .

جدول رقم (13) يبين فئة اللغة المستخدمة:

متوسط النسب	%	المجموع	فن العيش		موضة		ثقافة		البرامج اللغة
			%	ك	%	ك	%	ك	
48.77	100	479	39.67	190	18.16	87	42.17	202	عربية بسيطة (اعلامية)
32.48	100	319	53.60	171	24.76	79	21.64	69	أجنبية مترجمة
13.15	100	129	53.48	69	28.68	37	17.84	23	أجنبية
5.60	100	55	-	-	-	-	100	55	عربية دارجة
100	100	982	43.78	430	20.68	203	35.54	349	المجموع

شكل رقم (9) يبين فئة اللغة المستخدمة:



عرض وتفسير بيانات الجدول رقم (13) والذي يبين فئة اللغة المستعملة :

من خلال الجدول رقم 13 يتبين لنا أنّ بياناته الرّقمية متعلّقة بالإجابة عن التّساؤل: ما نوع

اللغة المستخدمة في البرامج الثقافية ؟

ومن أجل الوصول إلى نتيجة دقيقة وواضحة قامت الطالبة بعد تكرارات كل لغة حسب وحدة التّسجيل المبينة سابقاً وهي "الفكرة" ومن ثمّ حساب نسبتها المئويّة مقارنة باللغات المستخدمة الأخرى وحسب البيانات الرّقمية نجد أنّ أعلى نسبة بلغت 48.77 % والتي تعبر عن اللغة العربية

البيسطة (الإعلامية) بـ 479 تكراراً، أمّا أدنى نسبة فقد قُدرت بـ 5.60 % بمجموع تكرارات قدره 55 تكراراً وهي العربية الدارجة، وقد عادت المرتبة الثانية إلى اللغة الأجنبية المترجمة بمجموع تكرارات قُدر بـ 319 تكراراً ونسبة 32.48 %، وكمركز ثالث حصلت اللغة الأجنبية على نسبة 13.15 % ومجموع تكرارات وصل إلى 129 تكراراً.

أمّا توزيع نسبة كل لغة في البرامج الثلاثة كان كالتالي:

- 1 - فيما يخص اللغة العربية البسيطة (الإعلامية) كان المركز الأول من نصيب برنامج "ثقافة" بنسبة 42.17 % يليه برنامج "فن العيش" بنسبة 39.67 % وأخيراً برنامج "موضة" بنسبة 18.16 %.
- 2 - أمّا اللغة الأجنبية المترجمة فقد تصدر برنامج "فن العيش" قائمة البرامج بنسبة قُدرت بـ 53.60 % يليه برنامج "موضة" بنسبة 24.76 %، ثمّ برنامج "ثقافة" بنسبة قُدرت بـ 21.64 %.
- 3 - حصل برنامج "فن العيش" مرّة أخرى على المركز الأول عندما بلغت اللغة الأجنبية في هذا البرنامج نسبة 53.48 %، وفي المرتبة الثانية جاء برنامج "موضة" وقد حصل على نسبة 28.68 %، وأخيراً بنسبة 17.84 % جاء برنامج "ثقافة".
- 4 - اللغة العربية الدارجة: حصلت على النسبة الكاملة 100% وقد كان برنامج "ثقافة" الوحيد الذي استعان بهذه اللغة.

نستنتج أنّ هناك تنوع في استخدام مستويات التعبير اللغوي في البرامج الثقافية التي تقدّمها القناة.

ولكن كيف نفسّر ما يلي؟

- 1 - حصول برنامج فن العيش على المركز الأول باستخدامه اللغة الأجنبية.
- 2 - حصول اللغة العربية المبسّطة والأجنبية المترجمة على المركزين الأولين.

"بما أنّ اللغة هي تعبير عن القيم، وتصوير لمثل قومية أو هي توضيح وتأكيد لتقاليد شعب بأكمله"¹ فمن البديهي أن يحتل برنامج "فن العيش" المرتبة الأولى باستخدامه اللغة الأجنبية باعتباره

¹ سهير جاد، سامية أحمد علي، مرجع سابق، ص 205.

ينقل شتى فنون على الطريقة الفرنسية، محاولةً منه تسليط الضوء على الثقافة الفرنسية ونشرها وقد برزت اللغة الأجنبية في جميع أعداد البرنامج متمثلة في أسماء الأماكن والمدن الفرنسية والفنادق والمطاعم... إلخ بالإضافة إلى أسماء المختصين والمصممين وكل الشخصيات البارزة التي يدور حولها الموضوع والتي لا يمكن بأي حال من الأحوال ترجمتها إلى العربية، كذلك وفي أحيان قليلة جداً وردت بعض الكلمات الأجنبية لم تتم ترجمتها مثلما ظهر في عدد 16 أكتوبر من البرنامج والذي دار موضوعه حول قطاف العنب وتذوق النبيذ في أجواء إحتفالية، أين قام بعض المشاركين في جمع العنب بتبادل المزاح واللعب والصراخ.

وبالرغم من أنّ حصّتين من مجموع الحصص تقدّم مواضيعاً أجنبيّة "فن العيش" و "موضة" غير أنّ اللغة الفصحى الإعلاميّة المبسّطة كان لها أعلى نسبة وذلك يعود إلى أنّ البرامج موجهة إلى الوطن العربي، فلا بدّ من مخاطبة القوم بلغتهم فكانت اللّغة العربيّة المبسّطة، حيث أنّه وفي عملية الاتّصال بالجمهور لا بد من استخدام لغة قابلة للفهم والاستيعاب، وبما أنّ اللغة العربية هي وعاء العقل العربي فهي اللغة الإعلاميّة التلفزيونية المؤثّرة حقاً¹، كما أنّها أصبحت ميزة تنافسيّة في مجال الإعلام، خاصّة بالنسبة للجمهور التي لا تعرف بطبيعة الحال معظم اللّغات الأجنبيّة² لذا برزت الأجنبيّة المترجمة إلى العربية الفصحى الإعلاميّة كنسبة معتبرة من بين اللّغات المستخدمة، وقد شملت الترجمة أقوال المختصين والجمهور والمسؤولين الأجانب الذين مثّلوا مصادر البرامج الثقافية وذلك في تقديمهم للمعلومات والمعطيات والشروحات والتفاسير اللازمة للمواضيع المطروحة.

- أمّا استخدام العربيّة الدارجة برز أثناء محاولة التقرب من الجمهور العامّة استطلاعاً لرأيها لمعرفة مدى أهميّة الأعمال والعروض الثقافية التي قدّمت لها، كذلك معرفة رأي الفنّانين في العروض الثقافيّة التي شاركوا فيها، واللهجة العامية تُضفي للإعلام المسموع والمتلفز وضوحاً وحميمية وفعالية تحقّق الأهداف المرجوة للإعلام الجماهيري.³

¹ عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام ، ط2، دار الكتاب المصري، دار الكتاب اللبناني، القاهرة، بيروت، 1989 ص499.

² أميرة الحسيني: فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2005، ص 20.

³ المنصف العياري: البعد الإبداعي في النص الإذاعي والتلفزيوني (مجلة الإذاعات العربية، ع2)، مرجع سابق، 2003، ص 69.

نجد مثلا في عدد 25 أوت 2010 من برنامج "ثقافة": استطلاع رأي بعض الفنانين المشاركين في المهرجان الإنشادي للطوارق بالجزائر.

- عدد 5 نوفمبر: في عرض مسرحي لفرقة مصرية نمساوية حول حياة الفرعون "توت عنخ أمون" تم أخذ رأي ممثل وراقصة مصرية حول هذه التجربة المسرحية الجديدة بمساعدة الأجنبي.
- عرض 29 نوفمبر: فنانون سوريين يشاركون بمجموعاتهم في معرض للفن التشكيلي.
وفي بعض الأحيان تتم استضافة بعض الفنانين والمختصين لإجراء حوارات معهم حول الأعمال التي قدموها ومعرفة جديدهم الفني:

- نجد مثلا في عدد 1 أوت 2010 حوار مع الفنان "راغب علامة".
- عدد 13 سبتمبر 2010، حوار مع موسيقي سوري "سميح شقير".
- عدد 26 سبتمبر 2010، حوار مع فنان كوميدي مغربي "حسن الفد".
- عدد 21 نوفمبر 2010، حوار مع مخرج سينمائي مغربي "عبد القادر لقطع".
- عدد 13 نوفمبر 2010، حوار مع كاتب وروائي مغربي "عبد الله طابع".

أما عن ورود الأجنبية في برنامج ثقافة فكانت عبارة عن عرض بعض المقاطع لبعض العروض المسرحية والسينمائية لجعل المشاهد يعيش التجربة الفنية كما هي.

- نجد في عدد 17 أوت مقاطع لفيلمين سينمائيين عرضا في مهرجان "دوربان" السينمائي في دورته الواحدة والثلاثين 31 أين ظهرت اللهجة الجنوب إفريقية والإنجليزية.
- عدد 25 أوت 2010: مقطع لفيلم سينمائي من "بوليوود" يعرض اللهجة الهندية والإنجليزية.
- عدد 10 سبتمبر 2010: فيلم سينمائي في مهرجان البندقية يعرض قصة الصراع الفلسطيني اليهودي باللهجة الإنجليزية.
- عدد 12 أكتوبر 2010: مقاطع من فيلم "غناء تحت المطر" أُعيدت طبعته باللهجة الإنجليزية.
في نفس العدد مسرحية أرجنتينية قدمت باللهجة البلد
- عدد 20 أكتوبر 2010: مسرحية تروي أحداث الحريق الذي شب في ضواحي باريس عام 2005 باللهجة الفرنسية.

- عدد 28 أكتوبر 2010: عرض مسرحيتين، الأولى يابانية والثانية إنجليزية.
- عدد 5 نوفمبر 2010 : مسرحية تروي قصة الفرعون توت عنخ أمون بالإنجليزية.
- عدد 21 نوفمبر 2010: مقاطع من فيلم سينمائي "غاني" حصده العديد من الجوائز بالإنجليزية..
- أخيراً عدد 29 نوفمبر 2010: مقاطع من رقص الفلامينكو مع تقديم شرح للمتدربين بالإسبانية.

في الأخير نقدم تذكيراً بأهم النسب للغات المستعملة:



3 - فئة الفواصل الموسيقية و المؤثرات الصوتية:

تعدُّ هذه الفئة عاملاً مكملاً للصورة، إذ يُمكنُ التأكيد على أن الصوت والصورة لا يمثلان شيئين متجانسين، بل منفصلين لكنهما يتكاملان في تجسيد فكرة واحدة للتعبير عن الدلالات والرموز الفكرية المرتبطة بالفكر.¹

أ- المؤثرات الصوتية: تستخدم كخلفية صوتية تخلق جواً معيناً وهي إما طبيعية حقيقية تنتج عن الصورة في حد ذاتها، أو صناعية مضافة تنتج جواً خاصاً، فهي تستطيع:

- ✓ خلق الواقع وتجسيده بأمانة.
- ✓ إضافة ما قد نراه في الصورة وتزيد من مقدرتها على خلق إحساس معين.
- ✓ التعبير عن فكرة مجردة.

ب- الموسيقى: تستخدم في أغلب الأحيان لتأكيد الجو النفسي.²

وقد اعتمدت قناة France24 في برامجها الثقافية على أنواع مختلفة من الموسيقى والمؤثرات الصوتية حيث استخدمت الموسيقى كافتتاحية أو خاتمة للبرامج وهو ما يعرف "بالجينيريك"، كما استخدمت كحلقة انتقال بين الفقرات والمواضيع خاصة في برنامج ثقافة، أو مصاحبة للصور لدعم الإحساس لدى المشاهد، بينما استخدمت الفواصل الموسيقية المصاحبة للكلام طيلة مدة عرض المادة الثقافية.

بالإضافة إلى هذه الأنواع هناك أيضاً الأغاني والكلام الذي تصحبه أغنية، وبعض المؤثرات الصوتية كالتصفيق والتصفير، وأصوات أخرى صاحبت المواضيع الثقافية كل صوت يعبر عن الموضوع حسب طبيعته.

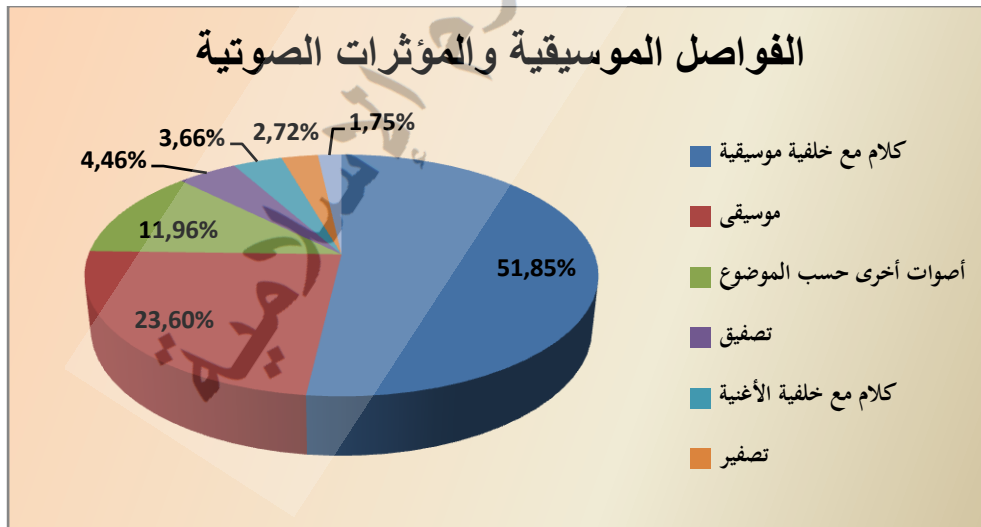
¹ نسمة البطريق: الدلالة في السينما والتلفزيون في عصر العولمة، (د.ط)، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2003 ص 256.

² نفس المرجع، ص 256.

جدول رقم (14) يبين الفواصل الموسيقية والمؤثرات الصوتية :

متوسط النسب	%	المجموع	فن العيش		موضة		ثقافة		البرامج الفواصل الموسيقية والمؤثرات الصوتية
			%	ك	%	ك	%	ك	
51.85	100	325	57.85	188	26.77	87	15.38	50	كلام مع خلفية موسيقية
23.60	100	148	39.18	58	24.32	36	36.48	54	موسيقى
11.96	100	75	14.67	11	14.67	11	70.66	53	أصوات أخرى حسب الموضوع
4.46	100	28	-	-	21.42	6	78.58	22	تصفيق
3.66	100	23	17.39	4	13.04	3	69.57	16	كلام مع خلفية أغنية
2.72	100	17	-	-	17.65	3	82.35	14	تصفير
1.75	100	11	-	-	9.09	1	90.91	10	أغنية
100	100	627	41.63	261	23.44	147	34.93	219	المجموع

شكل رقم (10) يبين الفواصل الموسيقية والمؤثرات الصوتية



عرض وتفسير بيانات الجدول رقم (14) والذي يبين فئة الفواصل الموسيقية والمؤثرات الصوتية:

عند القراءة الأولية للجدول تشير بياناته الرقمية أنّ أعلى نسبة كانت 51.85 % ووهي المعبرة عن نسبة "الكلام مع الخلفية الموسيقية" أين بلغ مجموع تكرارات هذه الفئة 325 تكرارا، أما أدنى نسبة فقد بلغت 1.75 % وهي المعبرة عن "الأغنية" والتي لم يتعدّ مجموع تكراراتها 11 تكرارا.

جاءت في المركز الثاني فئة "الموسيقى" بنسبة 23.60 % وبمعدّل تكرارات قُدّر بـ 148 تكرارا.

أما المرتبة الثالثة فقد حصلت عليها "أصوات أخرى حسب الموضوع" بمجموع تكرارات وصل إلى 75 تكرارا ونسبة قُدّرت بـ 11.96 %، يليها في المرتبة الرابعة "التصفيق" بنسبة 4.46 % و بـ 28 تكرارا، أما المرتبة الخامسة فقد حصلت عليها فئة "كلام مع خلفية أغنية" بنسبة قدرت بـ 3.66 % وبمجموع تكرارات وصل إلى 23 تكرارا، وبنسبة قدرها 2.72 % والمعبرة عن "التصغير" احتلّ هذا الأخير المرتبة ما قبل الأخيرة وقد تكرر ظهوره في المواضيع الثقافية 17 مرّة.

أما عن توزيع نسب نوع الفواصل الموسيقية والمؤثرات الصوتية والفرق بين استخدام كل نوع وآخر في البرنامج الواحد فقد جاء كما يلي :

- 1 - الكلام مع الخلفية الموسيقية : باعتباره في المركز الأول حصل برنامج "فن العيش" على المرتبة الأولى بنسبة قُدّرت بـ 57.85 % يليه برنامج "موضة" بنسبة 26.77 % ، أما برنامج "ثقافة" فقد كان أقلّ استخداما لهذا النوع فجاء في مؤخرّة الترتيب بنسبة قدرت بـ 15.38 %.
- 2 - حصل برنامج "فن العيش" مرّة أخرى على المركز الأول باستخدامه للموسيقى بنسبة وصلت إلى 39.18 % تلاه برنامج "ثقافة" في المرتبة الثانية وبنسبة قدرت بـ 36.48 % وهي قريبة نوعاً ما من النسبة الأولى، وأخيرا جاء برنامج "موضة" بنسبة 24.32 %.
- 3 - فيما يخصّ أصوات أخرى حسب الموضوع: احتلّ برنامج "ثقافة" صدارة البرامج الأخرى بحصوله على نسبة 70.66 % تلاه وفي نفس المرتبة وبنسبة قدرت بـ 14.67 % برنامجي "موضة" و"فن العيش".
- 4 - بالنسبة لفئة التصفيق: حصل برنامج "ثقافة" على المركز الأول وبنسبة 78.58 % تلاه برنامج "موضة" بنسبة 21.42 % وهي قليلة مقارنة مع النسبة الأولى.

الملفت للانتباه هو انعدام التصنيف في برنامج "فن العيش"، وهذا راجع إلى طبيعة المواضيع التي يتطرق إليها البرنامج والتي لا يظهر فيها التصنيف، فبرنامج "فن العيش" في مواضيع التصميم والصناعة الغذائية والطبخ والآثار وحتى الرياضة دائماً يُسلط الضوء على شخص مميّز ومبدع في مجال من المجالات المذكورة ويعرض ما قام به من أعمال إبداعية تستحق الذكر، لذا من البديهي أن لا يظهر التصنيف في هذا البرنامج.

5 - فيما يتعلق بفئة الكلام مع خلفية أغنية: بقي برنامج "ثقافة" في الصدارة بحصوله على نسبة 69.57 %، بعده جاء في المرتبة الثانية برنامج "فن العيش" بنسبة قُدرت بـ 17.39 % ثم في المركز الثالث برنامج "موضة" مع نسبة قُدرت بـ 13.04 %.

6 - بالنسبة للتصنيف كمؤثر صوتي: حصد برنامج "ثقافة" المرتبة الأولى بنسبة قُدرها 82.35 % وهي نسبة مرتفعة إذا ما قارناها بنسبة 17.65 % والتي حصل عليها برنامج "موضة" ليحتل بذلك المركز الثاني والأخير.

الملاحظ أيضاً أنّ هذه الفئة لم تظهر في برنامج "فن العيش" كما هو الحال في "التصنيف" وهذا راجع إلى طبيعة المواضيع التي يعرضها البرنامج والتي لا تحتاج إلى هذا النوع من المؤثرات الصوتية.

7 - أمّا فيما يخص الأغنية: فقد رجع المركز الأول هذه المرة أيضاً لبرنامج "ثقافة" بنسبة وصلت إلى 90.91 % وهي نسبة مرتفعة جداً إذا ما قارناها بالنسبة التي حصل عليها برنامج "موضة" والمقدّرة بـ 9.09 %، ما يدلّ على قلة الإهتمام بهذا النوع في هذا البرنامج، نلاحظ أيضاً انعدام الأغاني في برنامج "فن العيش" الذي لا يهتمّ هو الآخر بهذه الفئة.

نستنتج ممّا سبق أنّ البرامج الثقافية تركز على استخدام الفواصل الموسيقية والمؤثرات الصوتية وتحرص على التنوع فيها ممّا أضفى بُعداً فنياً وجمالياً مميّزاً على مواضيعها، ولكن كيف نفسّر ما سبق ذكره وبالأخص ما يلي :

1 - حصول فئة الكلام مع خلفية موسيقية على المركز الأول مقارنةً بباقي المؤثرات الصوتية.

2 - حصول برنامج "ثقافة" على المرتبة الأخيرة باستخدامه للكلام مع خلفية موسيقية مقارنةً بالبرامج الأخرى، وباقي المؤثرات الصوتية الأخرى التي احتلّ فيها البرنامج الصدارة.

« والأذن تَعشق قبل العين أحياناً » تلك الحكمة الشعرية العربية القديمة أصبحت حقيقة تؤكد

أهمية الصوت المسموع¹، وعندما نتحدث عن الصوت وفي التلفزيون بالذات فإننا نقصد كل الأصوات المصاحبة للصّور أو التي تنتج عنها، فقد تكون أصواتاً بشرية أو مؤثرات صوتية أو موسيقى²، وبما أنّ الأصوات لها دور في عملية التّنبه فإنّ قيمتها تزداد من الناحية الدراميّة خاصّة إذا ما تمّ دمجها مع بعضها³، والمذيع في البرامج الثقافيّة التي تعرضها قناة France 24 لم يكن صوته منفرداً بل كان مصحوباً وفي أحيانٍ كثيرة بخلفية موسيقيّة، فإذا ما استخدمت الموسيقى كخلفية مصاحبة للمادّة الكلاميّة فإنّها تمنحها عمقاً وطاقة كما تزيد القدرة على الإحساس بها⁴، ولعلّ هذا ما يفسّر حصول فئة الكلام مع خلفية موسيقيّة على أعلى نسبة مقارنة بالمؤثرات الأخرى.

إنّ حصول برنامج " ثقافة " على أدنى نسبة في فئة الكلام مع خلفية موسيقيّة يعود إلى الطابع الإخباري الذي يميز البرنامج، فهو عبارة عن نشرة ثقافية تهتم بتقديم أخبار ثقافية موضوعية بحتة، لذا كان لابد من أن يكون صوت مقدّم النشرة منفرداً، أما المؤثرات الأخرى التي ظهرت في البرنامج فقد كانت كلّها ناتجة عن الصّور المصاحبة للمواضيع الثقافيّة المتنوّعة.

بالإضافة إلى احتواء التلفزيون على الكلمة ومقوماتها في التأثير أظهر حركيّة في مزجها مع المؤثرات الصوتية والموسيقى التصويريّة، هذا المزيج المركب أظهر قدرة عالية في التأثير على المستمع والمشاهد معاً⁵.

وبالإضافة إلى استخدام الموسيقى كخلفية مصاحبة للمادّة الكلاميّة تمّ استخدامها في أشكال متعدّدة حيث استخدمت كلحن مميّز لكلّ برنامج ثقافي، وهو ما يُعرف بـ " الجينيريك "، هذا الأخير يُعتبر بمثابة شعار يخبر المستمع بقدوم موعد برنامجه⁶.

¹ نسمة أحمد البطريق : الكتابة للإذاعة والتلفزيون، مرجع سابق، ص 97.

² كرم شلي: الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج، مكتبة التراث الإسلامي، القاهرة، (د.ط)، (د.ت)، ص 207.

³ سامية محمد جابر، مرجع سابق، ص 136.

⁴ السيد حسن: الإذاعة وبلاغة الموسيقى، (مجلة الفن الإذاعي، ع144)، مرجع سابق، ص 126.

⁵ نسمة أحمد البطريق: الكتابة للإذاعة والتلفزيون، مرجع سابق، ص 135.

⁶ السيد حسن، مرجع سابق، ص 126.

- أُستُخِدِمَت كذلك كفاصل بين الفقرات في برنامجي " ثقافة " و " فن العيش " وهذا للفصل بين المواضيع المقدّمة في البرنامج الواحد و "التسيير الانتقال من حالة نفسيّة إلى أخرى مختلفة"¹.
- وفي أحيانٍ قليلة جداً تُقدّم موسيقى خالصة، فمثلاً في برنامج " موضة " برزت مرّتين:
- في عدد 27 أوت 2010 : أُستُعِمِلت موسيقى خالصة أثناء عرض الحفائب النسائيّة.
 - وفي عدد 8 أكتوبر 2010: أُستُعِمِلت أثناء عرض الأزياء.
- أمّا في برنامج " ثقافة " برزت الموسيقى أربعة مرّات :
- عدد 9 أوت 2010: في مهرجان للرّقص الإفريقي ظهرت موسيقى شرقيّة من الفلكلور المصري.
 - وفي عدد 10 سبتمبر 2010: أثناء عرض عمل أدبي لفتاة فرنسيّة، برز مقطع موسيقي وهو عزف على آلة " الفُلُوت ".
 - وفي عدد 20 أكتوبر 2010: عزف موسيقي بواسطة " الحُضَار " من قبل فرقة نمساويّة.
 - وكذلك عدد 29 نوفمبر 2010: عزف موسيقي على آلة " القيثارة " من التّراث الإسباني.
- وقد أُستُخِدِمَت الموسيقى كوسيلة تأثيريّة خدّمة للصّور المصاحبة لها عبر إيقاعات أحياناً سريعة وأحياناً أخرى هادئة.

أما بالنسبة للأصوات الأخرى والتي تنوعت بتنوع المواضيع، فقد كانت ناتجة عن الصور التي رأيناها وقد برز نوعان من الأصوات:

- أ- طبيعية: كصوت ضجيج الشارع الذي برز في عدّة مواضيع.
- ب- صناعية: تحدث يدويا أو آليا مثل صوت أدوات المطبخ الذي برز واضحا في مواضيع الطبخ، وصوت أدوات النحت الذي برز في موضوع النحت على الرمال في البرتغال، وكذلك صوت إيقاعات الأحذية في مواضيع الرقص، إلخ...

بالنسبة للتصفيق والتصفير فقد كان ظهرا أثناء العروض والمهرجانات من قِبَل الحاضرين تعبيرا عن إعجابهم بالعروض المقدمة، كبعض عروض الأزياء في برنامج موضة، ومهرجانات الرقص ومهرجانات السينما، والعروض المسرحية والموسيقية التي قدمت في برنامج ثقافة.

¹ السيد حسن، المرجع السابق، ص 126.

بالنسبة لفئة الكلام مع خلفية الأغنية فقد برزت أكثر في برنامج ثقافة خاصة في تغطيته لمواضيع المسرح والسينما أين برزت بعض اللقطات التي تحتوي على مقاطع غنائية مصحوبة بصوت المقدم .

أما في برنامج "موضة" فقد برزت في عدد 1 أكتوبر 2010 في المهرجان العالمي لعروض الأزياء .

وعدد 19 نوفمبر: أين برزت هذه الفئة في نهاية التقرير والذي كان موضوعه عن التصوير السينمائي والفوتوغرافي أين تم تصوير فتاة وهي ترقص على أنغام أغنية .

وعدد 26 نوفمبر: الذي كان موضوعه يدور حول تصميم الملابس والمعاطف والأحذية، هذا التصميم الذي استوحى من فيلم قدّم لمخرج فرنسي معروف، وقد تمّ عرض مقطع غنائي من الفيلم مصحوبا بصوت المقدمة .

بالنسبة لبرنامج فن العيش: فقد ظهر كلام المقدم مع خلفية الأغنية في عدد 23 أكتوبر: الذي يتحدث عن فن تذوق الطعام على الطريقة الأمريكية، في مطعم باريسى صُمم على ذات الطريقة، وقد كانت الأغنية المصاحبة لصوت المقدم أمريكية حتى تُعطي إحساسا بأن الشخص الذي يزور المطعم في الو.م.أ رغم أنه في قلب باريس .

أما عدد 12 أكتوبر: فقد برزت الأغنية كخلفية عند الحديث على ديكور المطاعم، وتصميم الأجواء .

وفي عدد 20 نوفمبر: برزت هذه الفئة عند الحديث عن الطعام المعلّب .

تعدّ الأغنية من أكثر المواد المذاعة التي لها قدرة على التأثير في المتلقي فهي تجمع بين الشعر والموسيقى والأداء الصوتي¹، واستخدامها إلى جانب صوت المقدم يُضفي قوة ومعنى للعروض الثقافية المقدمة ممّا يزيد من عنصر التشويق لمشاهدة تلك العروض .

¹ السيد حسن، مرجع سابق، ص 127.

وفي النهاية كان ظهور الأغنية في برنامج ثقافة ناتجا عن الصور المصاحبة للمواضيع الثقافية المختلفة، أين برزت بعض المقاطع الغنائية ضمن العروض الثقافية المتنوعة.

مثلا عدد 2 سبتمبر: برزت الأغنية في عرض لأول مسرحية غنائية في الجزائر.

عدد 18 سبتمبر: تمّ عرض مقاطع من أغنيتين لموسيقي سوري.

عدد 25 أوت: عرض مقطع من أغنية في فيلم هندي.

عدد 12 أكتوبر: في مهرجان سينمائي بمدينة ليون الفرنسية عُرض فيلم "غناء تحت المطر"

أين تم عرض مقاطع من أغنية الفيلم.

عدد 5 نوفمبر: فرقة مصرية نمساوية تُقدّم عرضا مسرحيا حول حياة الفرعون "توت عنخ

أمون" وقد كان العرض تمثيلا غنائيا راقصا.

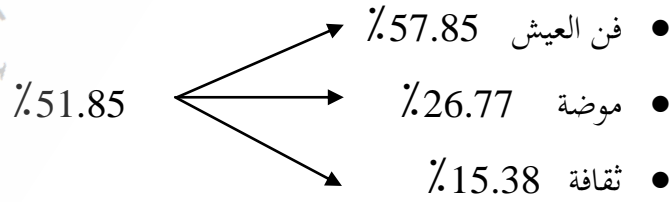
بالنسبة لبرنامج موضة فقد كان ظهور الأغنية الوحيد في عدد 26 نوفمبر أين عرض مقطع

من أغنية لفيلم فرنسي قديم.

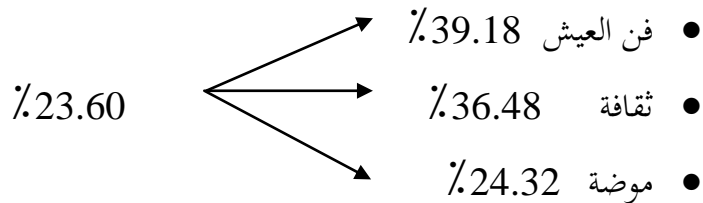
وفي الأخير هذا تذكير بأهم النسب التي تعبّر عن الفواصل الموسيقية والمؤثرات الصوتية التي

برزت واستخدمت في البرامج الثقافية الثلاث:

1 - كلام مع خلفية موسيقية:



2 - الموسيقى:



3 - أصوات أخرى حسب الموضوع:

- ثقافة %70.66
 - موضحة %14.67
 - فن العيش %14.67
- %11.96

4 - التصفيق:

- ثقافة %78.58
 - موضحة %21.42
 - فن العيش 0
- %4.46

5 - كلام مع خلفية الأغنية:

- ثقافة %69.57
 - فن العيش %17.39
 - موضحة %13.04
- %3.66

6 - التصفير:

- ثقافة %82.35
 - موضحة %17.65
 - فن العيش 0
- %2.72

7 - الأغنية:

- ثقافة %90.91
 - موضحة %09.09
 - فن العيش 0
- %1.75

8 - فئة الزمن:

تقيس هذه الفئة الوقت المخصص لعرض مضمون معين في الراديو أو التلفزيون أو السينما، إذ يشير عنصر الوقت إلى مدى الاهتمام بعرض المادة أو الموضوع المقدم، فكلما زاد وقت العرض كان ذلك دليلاً على زيادة الاهتمام والعكس.¹

وفي هذه الدراسة قامت الطالبة بقياس زمن البرامج الثقافية من جانبين:

- الجانب الأول: قامت بحساب المدة الخاصة بكل موضوع من المواضيع الثقافية المعروضة في كل برنامج من البرامج محل الدراسة والتي تم عرضها خلال الفترة الزمنية الممتدة من شهر أوت 2010 إلى شهر نوفمبر من نفس السنة.
- الجانب الثاني: قامت الطالبة بحساب حجم البرامج الثقافية ضمن الشبكة البرمجية الكلية للبرامج التي تبثها القناة.

¹ سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، ط2، مرجع سابق، ص 270.

الجدول رقم (15) يبين فئة زمن المواضيع الثقافية :

التصميم				%	الزمن	الفن التشكيلي			%	الزمن	الفن التعبيري				%	الزمن	الأدب	
عطور ومجوهرات	ألبيسة وعروض أزياء	زخرفة وديكور	هندسة خارجية وعمارة			تصوير	نحت	رسم			سينما	مسرح	غناء	رقص			موسيقى	رواية
-	-	-	-	10.87	د 12 ثا 41 =	د 2 ثا 49 =	د 2 ثا 59 =	د 6 ثا 53 =	68.88	1 سا 20 د 22 ثا 4822 =	د 15 ثا 52 =	د 9 ثا 45 =	د 8 ثا 42 =	د 13 ثا 30 =	9.18	د 10 ثا 43 =	د 9 ثا 19 =	د 1 ثا 24 =
د 5 ثا 301 =	د 35 ثا 2134 =	د 1 ثا 116 =	-	13.65	د 6 ثا 43 =	د 6 ثا 43 =	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
د 2 ثا 175 =	د 8 ثا 516 =	د 15 ثا 950 =	د 11 ثا 680 =	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
د 7 ثا 476 =	د 44 ثا 2650 =	د 17 ثا 1066 =	د 11 ثا 680 =	7.35	د 19 ثا 1164 =	د 9 ثا 572 =	د 2 ثا 179 =	د 6 ثا 413 =	30.46	1 سا 20 د 22 ثا 4822 =	د 15 ثا 952 =	د 9 ثا 585 =	د 8 ثا 522 =	د 13 ثا 810 =	4.06	د 10 ثا 643 =	د 9 ثا 959 =	د 1 ثا 84 =

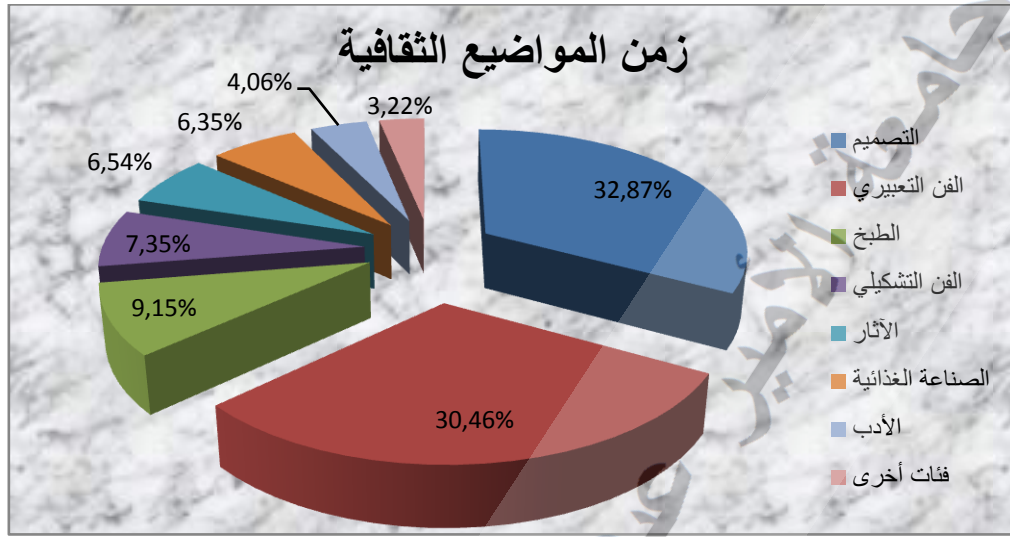
ثا	ثا	ثا	ثا	ثا	ثا	ثا	ثا	ثا	ثا	ثا	ثا	ثا	ثا	ثا	ثا	ثا	ثا	ثا	ثا	ثا
----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

يتبع

بقية الجدول:

%	مج (الأزمنة)	%	فئات أخرى (رياضة)	%	الأثر	%	الطبخ	%	الزمن	الصناعة الغذائية			الفئات الرئيسية
										تربية النحل وصناعة العسل	صناعة الخبز	صناعة الخمر	الفئات الفرعية
100	1 سا 56 د 41 ثا = 7001 ثا	-	-	7.38	د 8 ثا 36 = 516 ثا	3.69	د 4 ثا 19 = 259 ثا	-	-	-	-	-	ثقافة
100	49 د 14 ثا = 2954 ثا	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	موضة
100	1 سا 37 د 54 ثا = 5874 ثا	8.68	د 8 ثا 30 = 510 ثا	8.82	د 8 ثا 38 = 518 ثا	20.25	د 19 ثا 49 = 1189 ثا	17.09	د 16 ثا 44 = 1004 ثا	د 2 ثا 39 = 159 ثا	د 5 ثا 30 = 330 ثا	د 8 ثا 35 = 515 ثا	فن العيش
100	4 سا 23 د 49 ثا = 15829 ثا	3.22	د 8 ثا 30 = 510 ثا	6.54	د 17 ثا 14 = 1034 ثا	9.15	د 24 ثا 8 = 1448 ثا	6.35	د 16 ثا 44 = 1004 ثا	د 2 ثا 39 = 159 ثا	د 5 ثا 30 = 330 ثا	د 8 ثا 35 = 515 ثا	مج

شكل رقم (11) يبين زمن المواضيع الثقافية :



عرض وتفسير بيانات الجدول رقم (15) والذي يبين فئة زمن الموضوعات :

يتضح لنا من خلال عنوان الجدول أن بياناته الرقمية متعلقة بتوضيح درجة الأولوية التي تمنحها البرامج الثقافية لمواضيع دون أخرى.

نتيّن لنا القراءة الأولية للجدول الفروقات الزمنية بين المواضيع المختلفة حيث كانت أعلى نسبة 32.87% وهي المعبرة عن مواضيع التصميم، أما أدنى نسبة فقد كانت 3.22%.

جاءت في المرتبة الثانية فئة الفن التعبيري، وبمتوسط نسبة بلغ 30.46% ثم جاءت في المركز الثالث فئة الطبخ بنسبة 9.15% وفي المركز الرابع وبنسبة قدرت بـ 7.35% جاءت مواضيع الفن التشكيلي، وما نلاحظه أن مدة عرضها كانت أقل من الطبخ، ثم في المرتبة الخامسة جاءت الآثار بنسبة عرض قدرّت بـ 6.54% تلتها مواضيع الصناعة الغذائية التي جاءت في المركز السادس حيث قدرّت نسبة عرضها بـ 6.35% .

احتل الأدب المرتبة السابعة بنسبة 4.06% وهي نسبة ضئيلة مقارنة بنسبة الحجم الزمني الممنوح للبرامج الثقافية الأخرى.

أما عن توزيع نسبة عرض الموضوعات الثقافية في كل برنامج نجده كالتالي:

فيما يخص مواضيع التصميم باعتبارها أكثر الموضوعات التي عرضها مما جعلها تحتل مساحة زمنية معتبرة ضمن البرامج الثقافية، نجد أن برنامج "فن العيش" كان أكثر البرامج عرضاً لهذه الفئة حيث بلغت مدة عرضها 44د و13ثا لكن وبحكم طبيعة البرنامج التي لا تهتم فقط بعرض مواضيع التصميم بل أيضاً بمواضيع أخرى كالصناعة الغذائية والطبخ والآثار وفئات أخرى نجد نسبتها في البرنامج أقل من نسبة برنامج "موضة" حيث بلغت 45.16% أما برنامج "موضة" فقد بلغت مدة عرض مواضيع التصميم فيه 42د و31ثا ما يعادل 86.35% وهذا لكونه يهتم أساساً بعروض الأزياء وكواليس المصممين ومجال العطور.

أما الفن التعبيري كما ذكرنا سابقاً فقد كان برنامج "ثقافة" الوحيد من عرض مواضيع هذا الفن وقد بلغت نسبته 68.88% وبمدة زمنية وصلت إلى 1 سا و20د و22ثا.

احتل الطبخ مساحة زمنية أكبر من الفن التشكيلي وقد بلغت مدة بثه في برنامج "فن العيش" قرابة العشرين دقيقة وبنسبة 20.25% ما جعله يحتل المرتبة الأولى يليه برنامج "ثقافة"، أين كانت نسبة الطبخ فيه 3.69% ما يعادل قرابة الخمس دقائق.

بالنسبة للفن التشكيلي كان برنامج "ثقافة" أكثر اهتماماً بعرض هذا الفن إذ بلغت مدة بثه أكثر من 12د لكن نسبته لم تتجاوز 10.87% وهذا لوجود فئات أخرى، يليه برنامج "موضة" الذي قام بعرض موضوع التصوير الفوتوغرافي ثلاث مرات لم تتجاوز المدة فيها 6د و43ثا محققاً بذلك نسبة 13.65% من إجمالي الحجم الزمني المخصص للبرنامج.

أما الآثار فقد كانت مدة عرضها في برنامج "فن العيش" هي تقريبا نفس المدة في برنامج "ثقافة" ويبقى الفارق الزمني ثواني معدودة حيث بلغت في الأول 8د و38ثا وبنسبة 8.82% أما الثاني بلغت مدة عرضها فيه 8د و36ثا وبنسبة 7.38% .

بالنسبة لمواضيع الصناعة الغذائية فلم تظهر إلا في برنامج "فن العيش" الذي خصص لها 16د و49ثا من حجمه الزمني لتحقيق بذلك نسبة 17.09% من الوقت الإجمالي للبرنامج.

أما الأدب فقد انعدم ظهور هذه الفئة في برنامجي "موضة" و "فن العيش" لأن طبيعتهما البرمجية لا تهتم هكذا بمواضيع ثقافية، أما برنامج "ثقافة" فلم يول اهتماماً كبيراً بالمواضيع الأدبية حيث لم تتجاوز مدتها الزمنية 10د و43ثا من إجمالي الوقت المخصص للبرنامج.

وأخيرا في الفئات الأخرى نجد أن برنامج "فن العيش" هو الوحيد الذي قام بعرض هذه الفئة والتي ضمت موضوعا واحدا وهو الرياضة هذا الأخير تم عرضه 3 مرات في مدة زمنية لم تتجاوز 8 و30 ثا أي بنسبة 8.68%.

نستنتج من الحجم الزمني المخصص لكل موضوع من المواضيع التي عرضت في البرامج الثقافية أن هناك اهتماما أكثر بالموضوعات المعاصرة أكثر من الأدب والتراث، فكيف نفسر النتائج السابقة؟

بالنسبة لمواضيع التصميم، فما جعلها تحتل مدة زمنية أكثر من غيرها هو اهتمامها بفئة الملابس وعروض الأزياء، إذ نجد أن برنامج موضة لوحده قدّم 24 عرضا للأزياء في 5 أعداد* وفي كل عرض يقوم مُصمّموا الملابس المشاركين فيه بتقديم تفاصيل وشروحات أكثر عن الأزياء التي شاركوا بها من حيث نوعية القماش أو طريقة التفصيل والخياطة، كذلك الحال بالنسبة لمواضيع الزخرفة والديكور ومواضيع الهندسة والعمارة، أين أعطى برنامج فن العيش المجال للمصمّمين لتقديم أفكارهم وعرض إبداعاتهم وإيصال نظرهم للمتلقّين، وهذا بطبيعة الحال يدخل أيضا في إطار الدعاية وهذا ما جعل مواضيع التصميم تحتل حيزا زمنيا أكثر من غيرها من المواضيع الأخرى. أما الفن التعبيري فقد شغل هو الآخر حيزًا زمنيًا معتبرا وهذا نتيجة الزمن الذي خُصّص للسينما والمسرح* المواضيع السينمائية لوحدها بلغت مدة عرضها أكثر من نصف ساعة، أما المسرح وصلت مدة المواضيع التي تناولت هذا الفن ربع ساعة أين قُدّمت مقاطع من بعض العروض المسرحية والمشاهد السينمائية، كما أجريت حوارات مع أهم الشخصيات التي كان لها دور بارز فيها (ممثلين، كذلك مخرجين) وفي بعض الأحيان الجمهور، واهتمام القناة بعرض مواضيع الفن الدرامي

* - شملت: عدد 3 سبتمبر ب: 5 عروض أزياء.

عدد 24 سبتمبر ب: عرضين للملابس الداخلية.

عدد 4 أكتوبر: المهرجان العالمي لعروض الأزياء قدم لنا: 8 عروض.

عدد 8 أكتوبر: 4 عروض أزياء.

عدد 29 أكتوبر: قدم 5 عروض.

* - بالإمكان الرجوع إلى الأمثلة التي قُدّمت في التحليل الخاص بفئة المواضيع الثقافية (الجدول الأول).

(سينما، مسرح) يعود إلى الأهمية الكبيرة التي يكتسبها هذا الفن، كما بينت الدراسات التحليلية أن الدراما تشغل نسبة كبيرة من ساعات الإرسال في الإذاعة والتلفزيون، كما أنها تحظى بمعدلات استماع ومشاهدة عاليين¹.

كذلك احتلت الموسيقى حيزًا زمنيًا معتبرًا (قاربة ربع ساعة)، فالمواد الموسيقية من أهم فقرات البرامج في الإذاعة والتلفزيون، وبفضل هذه الأجهزة الإذاعية أصبحت على صلة بالملايين من الأشخاص².

بالنسبة للطبخ نجد بأن هذه الفئة شكلت فارقًا زمنيًا لا بأس به مقارنة بالمواضيع الأخرى فبالرغم من أن مواضيع الفن التشكيلي كانت أكثر من مواضيع الطبخ إلا أن هذا الأخير كانت مدة عرضه أطول بكثير منها، إذ وصلت إلى 24د أي قرابة نصف ساعة بينما استغرق عرض الفن التشكيلي 12د أي نصف المدة السابقة، ويعود ذلك إلى الطريقة التي عرضت بها مواضيع الطبخ حيث كانت شبيهة بالعرض الاستعراضى المشوّق، ففي كل مرة تنقلنا عدسة الكاميرا إلى مطابخ أفخم المطاعم أين يُرئنا رئيس الطهاة في عرض مثير كيفية تحضير أشهى وأشهر الأطباق، وكيف يتعاون الطباخون لإنجاز عملهم في وقت قياسي خدمة وإرضاء للزبائن، مع تقديم بعض الشروحات عن الأطباق وعن طريقة العمل خاصة.

أمّا الأدب فقد كانت مدة عرضه هي الأضعف من بين المواضيع الثقافية الأخرى أين سلّط الضوء على ثلاثة كُتّاب: فتاتان فرنسيتان لا تتجاوزان السادسة عشر إحداهما برزت في مجال القصة والأخرى في مجال الرواية، وشاب مغربي برز في مجال الرواية، وكل ذلك كان في مدة لا تتجاوز 10د ربّما يعود بسبب ذلك لطبيعة الأدب في حدّ ذاته، إذ يستلزم العقل واللفظ وبذل الجهد حتى يصل إلى الروح³، وهذا ما لا يتناسب مع طبيعة التلفزيون القائمة على الترفيه

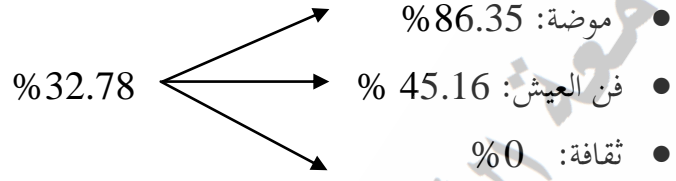
¹ سامية أحمد علي، عبد العزيز شرف: الدراما في الإذاعة والتلفزيون، عرض: رباب مصطفى (مجلة الفن الإذاعي، ع 159)، مرجع سابق، 2000، ص41.

² عمرو عبده دياب: في مجال فن الموسيقى ودور الموسيقى في الإذاعة المصرية (مجلة الفن الإذاعي، ع158)، مرجع سابق، 1999، ص 153.

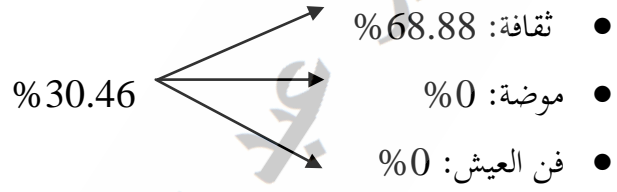
³ نفس المرجع، ص153.

وفي الأخير هذا تذكير بأهم ما جاء من نسب:

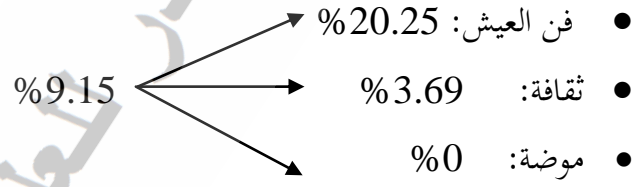
1- التصميم:



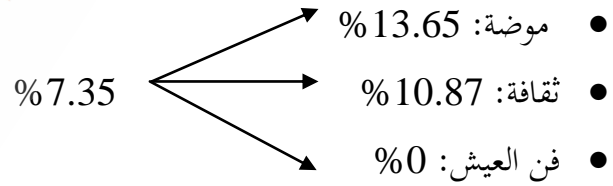
2- الفن التعبيري:



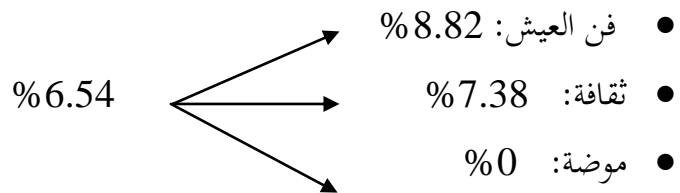
3- الطبخ:



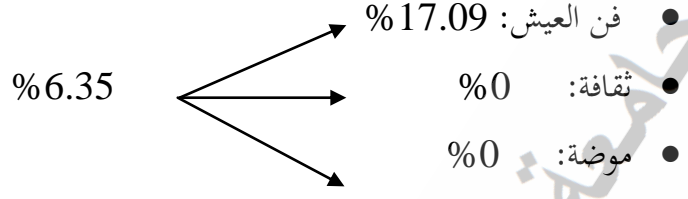
4- الفن التشكيلي:



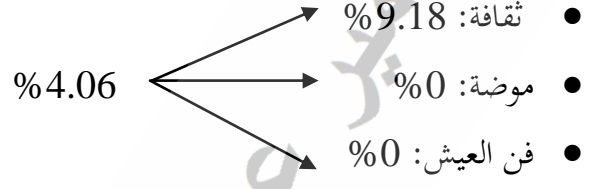
5- الآثار:



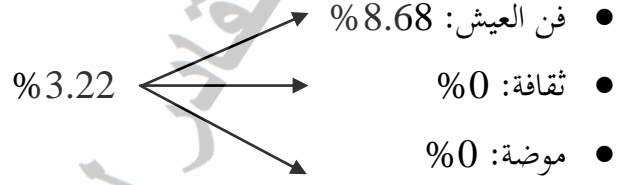
6- الصناعة الغذائية:



7- الأدب:



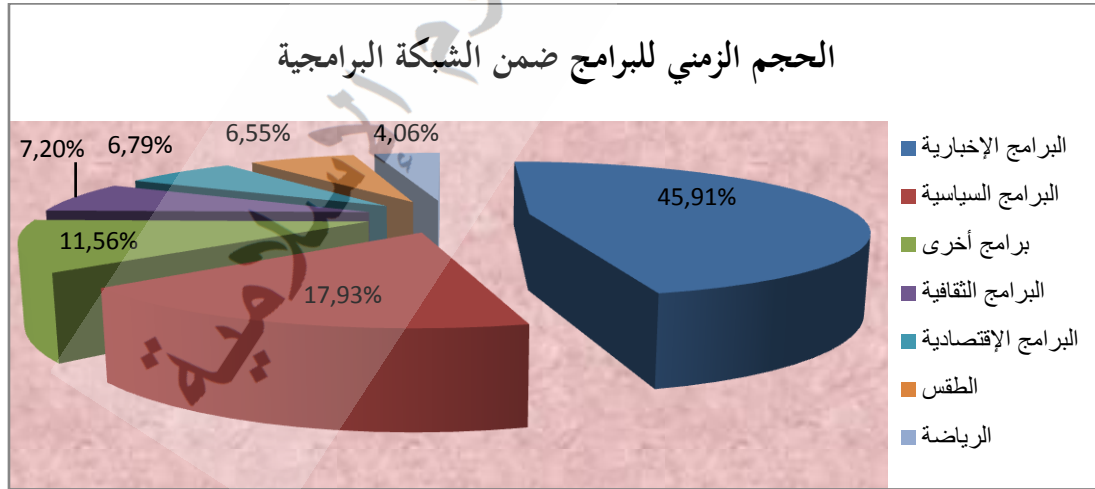
8- فئات أخرى:



جدول رقم (16) يبين الحجم الزمني¹ المخصص للبرامج الثقافية ضمن الشبكة البرمجية:

نوع البرامج	الحجم الزمني بالدقيقة	النسبة المئوية
البرامج الإخبارية	4630	45.91%
البرامج السياسية	1809	17.93%
برامج أخرى	1166	11.56%
البرامج الثقافية	726	7.20%
البرامج الاقتصادية	685	6.79%
الطقس	658	6.55%
الرياضة	410	4.06%
المجموع	10084	100%

الشكل البياني رقم (12) يبين حجم البرامج الثقافية:



¹ تم الحصول على هذه النسب بعد متابعة القناة 24 ساعة مدّة أسبوع كامل، بمساعدة مجموعة من الأصدقاء أين تناوبنا على مشاهدتها، وبعد تصنيف البرامج حسب طبيعتها كما وردت في القناة تمّ حساب الوقت الزمني المخصص لكل برنامج مع الأخذ في الحسبان أوقات إعادة البث باعتبار أن هذه الأخيرة تحتل حيزًا زمنيًا معتبرًا.

عرض وتفسير بيانات الجدول رقم (16) والذي يبين الحجم الزمني المخصص للبرامج

ضمن الشبكة البرمجية:

إن الغرض من الجدول الخاص بفئة زمن البرامج الكلية، هو معرفة الحجم الزمني الذي تُخصّصه قناة france24 للبرامج الثقافية محل الدراسة من الحجم الزمني الإجمالي للبث الإذاعي الأسبوعي، وذلك بغرض الإجابة عن التساؤل: ما درجة الأولوية التي تقدّمها القناة لبرامج الثقافة ضمن الشبكة البرمجية الكلية؟

الهدف من ذلك هو الوقوف على مدى اهتمام القناة بهذا النوع من البرامج ضمن سياستها الإعلامية، هذا إذا انطلقنا من فكرة أن الحجم الزمني يدل على درجة الاهتمام بمعنى أنه كلما زاد الحجم الزمني لبرنامج ما زادت درجة أهميته والاهتمام به، والعكس كلما قلّ الحجم الزمني لبرنامج ما قلّت درجة أهميته والاهتمام به.

يتبيّن لنا من خلال احصاءات الجدول أن الحجم الزمني المخصّص للبرامج الإخبارية والمقدّر ب: 4630 دقيقة في الأسبوع ما يُعادل نسبة 45.91% حوّها لإحتلال المرتبة الأولى ضمن الشبكة البرمجية الكلية، تليها البرامج السياسية بمعدّل 1809 دقيقة أي بنسبة 17.93% ، ثم في المرتبة الثالثة نجد برامج أخرى بمجموع دقائق وصل إلى 1166 دقيقة وبنسبة 11.56% ، ثم في المركز الرابع تأتي البرامج الثقافية بنسبة 7.20% وبمجموع دقائق قدرّ ب: 726 دقيقة، أما المركز الخامس فقد كان من نصيب البرامج الإقتصادية حيث بلغت نسبتها 6.79% وبمجموع دقائق قدرّ ب: 685 دقيقة، وقد جاءت أحوال الطقس في المرتبة السادسة لما بلغت نسبتها 6.55% أي ما يعادل 658 دقيقة وفي المركز السابع تأتي البرامج الرياضية بنسبة 4.06% وبمجموع دقائق وصل إلى 410 دقيقة.

إن اهتمام القناة بالوظيفة الإخبارية بالدرجة الأولى له ما يبرّره، باعتبارها أهم الوظائف الإعلامية ولأن الوظيفة الإخبارية هي جوهر المادة الإعلامية * فالقناة تقوم بعرض نشرة إخبارية كل نصف ساعة بالإضافة إلى المواجيز الإخبارية، وحسب ما صرّحت به مديرة تحرير القناة "ناهدة نكد" لجريدة الأحداث الجزائرية فاستراتيجية القناة تكمن في تقديمها للأخبار فهي قناة إخبارية بالدرجة الأولى تهدف إلى تقديم الخبر من وجهة نظر فرنسية وبشكل مغاير عن القنوات الأخرى¹.

¹ موقع جريدة الأحداث، مرجع سابق.

* بالإمكان الرجوع إلى أهمية الوظيفة الإخبارية في التحليل الخاص بفئة وظائف البرامج الثقافية.

أما بالنسبة للبرامج السياسية فالقناة تعطي أهمية لتأثير السياسات على الحياة، ولا ننسى أن ما يجري على الساحة الدولية عامة والعربية خاصة من تطورات سياسية حاصلة يجعل القناة تهتم بهذا النوع من البرامج في محاولة منها لإسماع صوت فرنسا، وهذا ما يبرر وجود عدد معتبر من البرامج السياسية والمقدّر بـ 15 برنامجاً مثل: باريس مباشر- تساؤلات حول النموذج الفرنسي- الطريق إلى الإيليزيه- منتدى الصحافة- آراء- قراءة في الصحافة العالمية- قراءة في الصحافة الإسرائيلية والفلسطينية- كلمة امرأة- النقاش- حوار france24- أسبوع في المغرب العربي- أسبوع في الشرق الأوسط- أسبوع في أوروبا- أسبوع في أمريكا- في عمق الحدث.

بالنسبة للبرامج الأخرى فهي تضم مجموعة من البرامج المتنوعة تعالج مواضيع مختلفة وذلك لتغطي القناة مختلف النشاطات ومن هذه البرامج نجد: على النت- أصوات الشبكة- مراسلون- مراقبون- ضيف ومسيرة- صحة- بيئة- ريبورتاج.

بالنسبة للبرامج الثقافية وبالرغم من قلّتها بحيث تبث القناة ثلاث برامج فقط هي: ثقافة- موضة- فن العيش، إلا أن القناة أولت اهتماماً بها، فبرنامج ثقافة مثلاً نجد بأنه برنامج يومي ويعاد بثه في اليوم الواحد حوالي 6 ستة مرات، كذلك نجد برنامج فن العيش يبث مرتين في الأسبوع وكذلك يعاد بثّ مواضيعه كل يوم أربعة أو خمسة مرات، أما برنامج موضة فهو برنامج أسبوعي ويعاد بثّه ثلاث أو أربع مرات في الأسبوع.

وتقول "ناهدة نكد" في حوارها مع جريدة الأحداث الجزائرية أن القناة تود أن تُعزّز البرامج الثقافية في الدول العربية من خلال تغطية الأنشطة الثقافية وإنجاز ريبورتاجات عن الثقافة والفن.¹

وما يؤكد هذا هو إعلان القناة عن نية إضافة برامج ثقافية جديدة ضمن الشبكة البرمجية مثل برنامج رحلة موسيقية، وربما سيكون هناك المزيد.

¹ موقع جريدة الأحداث، مرجع سابق.

« ليست هي القنابل، وليس هو الخبز الذي يغيّر فكر
البشر ويبدّل تصرّفاتهم، بل بالرّسوم والصّور والعبارات
والأغنيات، يمكن الوصول إلى هذه الغاية»

"هارولد لازويل"

الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة السيميولوجية

1- التقطيع التقني

2- المستوى التعيني

3- المستوى التضميني

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

يعد التحليل السيميولوجي أداة مهمة تساعدنا على تحليل الصورة وفهمها، وفي هذا الفصل سأعرض نتائج الدراسة السيميولوجية من خلال مستويين: التعييني والتضميني اعتماداً على التقطيع التقني.

يقول المثل الصيني: « أربي صورة واحدة ولا تسمعي ألف كلمة ».

هذه القدسية التي أعطاها الصينيون للصورة ما تزال سائدة، بل ازدادت خاصة بعد التطورات التقنية الهائلة التي حصلت في مجال الإعلام، فبعد أن كان المتلقي يذهب إلى الصورة بحثاً عن المعرفة أصبحت هي من تأتي إليه دون أن يستطيع مقاومة حضورها، فهي المفتاح السحري للنظام الثقافي الجديد¹، وهي من العناصر الاتصالية غير اللغوية، قد تكون تمثيلاً أو رسماً أو تصويراً فوتوغرافياً تساهم في تقديم معلومة عن شخص ما أو منتج أو حدث، "وهي من أهم الاكتشافات التي جعلت الأجيال تتواصل فيما بينها"².

➤ ومن خصائصها³:

- 1- كسر الحواجز الزمنية: ويظهر ذلك جلياً من خلال الرسومات الأولى التي رسمها الإنسان والتي بقيت بمثابة نافذة للأجيال الحالية على الماضي، كما مكّنت علماء عصرنا من دراسة الحضارات القديمة.
- 2- عمومية المعرفة: فهي تستطيع مخاطبة الجميع بغض النظر عن مستواهم التعليمي أو الثقافي.
- 3- عالمية المعرفة: فالصورة يمكن لأي شخص في العالم أن يشاهدها ويفهمها بما يتلاءم مع مستواه، لأنها تسقط وتزيل حواجز وعوائق اللغة بين بني البشر.
- 4- القدرة على تحقيق الرابطة الإنسانية: إذ تقرب المسافات بين البشر وتقوي العلاقات والروابط فيما بينهم.

¹ مي العبد الله: استخدام الصورة في تغطية العدوان الإسرائيلي على لبنان، في مجموعة من الباحثين: ثقافة الصورة في الإعلام والاتصال، مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر، ط1، منشورات جامعة فيلادلفيا، 2008، ص ص 173، 174.

² عمار عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 25.

³ عبد الله ثاني قدور: سيميائية الصورة، مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية، ط1، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن،

➤ قيم الصورة:

أيًا كانت الصورة فهي تحمل مجموعة من القيم هي:

- 1- القيمة التعويضية: فالصورة تسعى بشكل أو بآخر إلى مخاطبة المشاعر ونقل قيم جديدة للمشاهد، خصوصاً فيما يتعلق بالجانب الثقافي والعاطفي، الذي يمكن من تكوين رأي عام
- 2- القيمة الذاتية: تحوي الصورة عنصر الذاتية الذي يُضفيه المصور على صورته، من خلال تفننه في اختيار زوايا التصوير، اللقطات، وحركات الكاميرا...
- 3- القيمة البنيوية: أين يتم التركيز في الصورة على عنصر ما، وإهمال باقي العناصر الأخرى وهذا حسب المساحة والفضاء المشغول من طرف كل عنصر، وهو ما يسمى في عالم التصوير ب: "مركز التأثير البصري".¹

في هذا الفصل من البحث عمدت الطالبة إلى تحليل عينة من البرامج الثقافية موضوع الدراسة من الناحية السيميولوجية، وذلك بالاستعانة بالتقطيع التقني أين قامت بتقطيع جميع اللقطات التي ظهرت في المواضيع التي تم اختيارها وفقاً لمعايير حُدِّدت مسبقاً، ثم قامت بوصفها كما ظهرت وهذا في "المستوى التعييني" أما في "المستوى التضميني" قامت باستخراج القيم والمعاني الكامنة التي تهدف إليها الصورة.

¹ عمار عبد الرحمن، مرجع سابق، ص ص 34-35.

أولاً: تحليل برنامج ثقافة: موضوع الموسيقى: عدد 20 أكتوبر 2010

1 1 1 التقطيع التقني للموضوع :

شريط الصوت			شريط الصورة					
التعليق	المؤثرات المصاحبة	الموسيقى الموظفة	مضمون الصورة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	نوع اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
لا يوجد تعليق	لا توجد	لا توجد	فرقة موسيقية تعزف على الخضار فوق خشبة المسرح	ثابتة	عادية	لقطة الجزء الصغير plan petit ensemble	2.30 ثا	1
أصوات ملائكية تصدر عن آلات متواضعة مصنوعة من الخضار	لا يوجد	لا توجد	ثلاثة من أفراد الفرقة يقومون بالعزف ، واحد على الفلفل والآخر ينقر بواسطة عود على ثلاث جزرات مجففة وآخر ينفخ في حبة فجل طويلة	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر plan rapproché	3.45 ثا	2
أنغام عذبة	صوت المروحة الموصولة بالفلفل	لا توجد	أحد أفراد الفرقة يمسك بمروحة صغيرة جدا موصولة بمكبّر صوت ملتصق بحبة فلفل وآخر يمسك بقارورة ماء صغيرة	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	2.75 ثا	3
تأتي من الفلفل الحلو والذرة والجزر	لا يوجد	لا توجد	شخص ينفخ على حبة جزر موصولة مع حبة فلفل حمراء	ثابتة	عادية	لقطة قريبة	4.90	4

والكرات ومن كل شيء يمكن أن ينمو في الأرض			لتشكل مزمارا أونايا			Gros-plan	ثا	
لا يوجد تعليق	أصوات النفخ والنقر على الخضار	موسيقى هادئة صادرة عن الخضار	صورة أخرى للفرقة على خشبة المسرح ولكن من زاوية أخرى	ثابتة	تصاعدية Contre plongée	لقطة الجزء الصغير	2.98 ثا	5
لا يوجد تعليق	أصوات النفخ والنقر على الخضار	موسيقى هادئة صادرة عن الخضار	صورة أخرى للفرقة على خشبة المسرح ولكن من زاوية أخرى	ثابتة	غطسية plongée	لقطة الجزء الصغير	2.86 ثا	6
وهكذا تنحضر أوركسترا الخضار بواسطة سكاكين المطبخ	أصوات أدوات المطبخ	لا توجد	أعضاء الفرقة منهمكون بالتحضير للحفلة وذلك بتحويل الخضراوات الى آلات موسيقية صالحة للعزف على طاولة عمل كبيرة.	ثابتة	غطسية plongée	لقطة أمريكية plan américain	3.35 ثا	7
أحد أعضاء الفرقة يتحدث باللهجة النمساوية	صوت آلة الثقب	لا توجد	أحد أعضاء الفرقة يقوم بثقب جزرة كبيرة لإحداث تجويف فيها وذلك بواسطة آلة الثقب.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا très gros-plan	3.43 ثا	8
الدُّورَةُ أساسية فإذا كانت النغمة منخفضة.	صوت آلة الثقب	لا توجد	أعضاء الفرقة منهمكون بالتحضير: امرأة تنقر على جزرة مجوفة لتتأكد من أنها تصدر الصوت المطلوب ورجلان	ثابتة	تصاعدية	لقطة أمريكية	1.62 ثا	9

			يقومان بثقب الجزر بواسطة آلة الثقب.					
10	3.26 ثا	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	تظهر في الصورة أصابع أحد أعضاء الفرقة وهو يعزف على حبة خيار.	موسيقى هادئة صادرة عن حبة خيار	صوت آلة الثقب	يمكن تصحيحها بتجديب الخضار.
11	3.22 ثا	لقطة مقربة حتى الخصر Plan demi rapproché	تصاعدية	ثابتة	على يمين الصورة يظهر شخص يعزف على حبة خيار ملتصقة بحبة فلفل صفراء كبيرة وعلى يسار الصورة يظهر شخص يحمل بيده جزرتين.	صوت موسيقى صادر عن حبة الخيار	صوت آلة الثقب	وإذا كانت مرتفعة يجب البحث عن قطعة خضار أكبر
12	2.21 ثا	لقطة أمريكية	عادية	ثابتة	رجل يقوم بقص الجزء العلوي لحبة الفلفل بواسطة سكين كما يظهر جزء من الطاولة وعليها كمية من الخضراوات المختلفة.	لا توجد	صوت آلة الثقب	لا يوجد
13	1.86 ثا	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	أحدهم يقوم بقص حبة فلفل صفراء اللون بواسطة سكين.	لا توجد	صوت النفخ على الخضار	لا يوجد
14	3.98 ثا	لقطة قريبة	عادية	ثابتة	يظهر وجه امرأة، كما تظهر يدها وهي تحمل جزرة مخوفة ملتصقة بقمها وتقوم بالنفخ فيها وخلفها رجل يحمل الكراث	لا توجد	لا توجد	الطول والعرض أمران مهمان
15	8.26 ثا	لقطة مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	عازفة في الفرقة تشرح كيفية اختيار الخضروات وخلفها أعضاء الفرقة منهمكون بتحويل الخضار، امرأة منهم تقوم	لا توجد	لا توجد	والملمس مهم أيضا، يجب أن تكون الخضروات طازجة وقاسية، فلا يمكن

أن يكون الجزر ذابلاً مثلاً.			يقطع يقطينة كبيرة ورجل يثقب الجزر.					
هل نتعامل مع نباتيين حمقى؟	صوت آلة الثقب	لا توجد	أحدهم يقوم بإدخال أنبوب رقيق في حبة خيار ويقوم بتدويره ليحدث ثقباً ، كما يظهر شخص جالس منهمك في العمل.	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	3.48 ثا	16
بالتأكيد لا، هؤلاء موسيقيون جديون ومحترفون.	صوت آلة الثقب	لا توجد	يُخرج الرجل الأنبوب الذي أدخله في حبة الخيار ثم ينفخ فيها ليتخلص من اللب الموجود بالداخل كما تظهر امرأة بيدها آلة ثقب ويمشي خلفها رجل يحمل حبة قرنييط كما يظهر جزء من الطاولة عليها خضار.	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الخصر	3.48 ثا	17
منذ اثني عشر عاماً، منذ أن خطرت لهم الفكرة.	صوت آلة الثقب	لا توجد	أحد أعضاء الفرقة يفرغ لب الخيار في صحن وآخر يقوم بتقطيع الجزر وامرأة تقوم بقص مقدمة البصل كل هذا على طاولة مليئة بالخضار وأدوات المطبخ	ثابتة	غطسية	لقطة مقربة حتى الخصر	3.48 ثا	18
حين كانوا في بلدهم النمسا.	صوت آلة الثقب	لا توجد	صورة جماعية لأعضاء الفرقة أمام طاولة عمل مملوءة بأنواع الخضار وأدوات المطبخ وآلات الثقب، ثلاثة منهم واقفون	ثابتة	عادية	لقطة أمريكية	3.48	19

مدرسة نمساوية			يقومون بتقطيع الجزر وتعديله بواسطة السكاكين ، وواحدة تمسك بحبة خيار صغيرة واثنان جالسان، رجل ينفخ في حبة فجل كبيرة وامرأة تحدث ثقباً صغيراً في حبة جزر بواسطة آلة الثقب.				ثا	
جديدة في الموسيقى حريصة على إيجاد نكهتها.	صوت آلة الثقب	لا توجد	امرأة تمسك بنصف جزرة وتقلبها بين يديها لتختبر صلاحيتها والى جانبها رجل ينفخ في جزرة مجوفة وبجانب الرجل شخص آخر منكب على وجهه ومنهمك في العمل.	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الخصر	3.11 ثا	20
المميزة	أصوات النفخ والنقر	لا توجد	امرأة تمسك بثلاث جزرات مجوفة وتقوم بالنقر عليها و إلى جانبها رجل ينفخ في جزرة مغروسة في حبة قربيطة مجففة ومجوفة هي الأخرى.	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	4.63 ثا	21
الآلة التي لدي، أكن لها مودة خاصة لأنه يمكنك أن تصنعها من الخضار فقط، وتتطلب الكثير من الدقة لإنتاج صوت من الفراغ وأصوات الغرغرة.	لا يوجد	لا توجد	امرأة من أعضاء الفرقة تقوم بغمس حبة كوسة في الماء ثم تدخلها في حبة قربيطة مجففة ومجوفة وحلفها يوجد درج وكروسي.	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الخصر	12.84 ثا	22
والآن ضربت	صوت من الفراغ ناتج عن حبة الكوسة	لا توجد	تقترب اللكاميرا أكثر من حبة القربيطة التي تحملها المرأة، أين تقوم بإدخال وإخراج حبة الكوسة فيها مرات عديدة	ثابتة	عادية	لقطة قريبة	1.87 ثا	23

	والقرنبيط							
24	3.86 ثا	لقطة مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	امرأة تقوم بالنقر على ثلاث جزرات مجوفة بالقرب من الميكرفون.	موسيقى هادئة صادرة عن الجزر	صوت النقر	الصوت خلف الكواليس شيء وعلى المسرح شيء آخر.
25	1.87 ثا	لقطة قريبة	عادية	ثابتة	تصور الكاميرا وجه المرأة وهي تنظر الى الجزرات بانسجام وتركيز كبيرين ثم تدير وجهها ناحية زملائها.	موسيقى هادئة صادرة عن الجزر	صوت النقر	لا يوجد تعليق
26	3.94 ثا	لقطة الجزء الصغير	عادية	ثابتة	في عرض حي على المسرح تقوم فرقة الخضار بالعزف أمام الجمهور باستخدام الميكروفونات ومكبرات الصوت.	موسيقى صادرة عن الخضار	تصفيق وتصفير وهتاف الجمهور	حتى الطاولة المتحركة مصنوعة بأسلوب فني من الفاصوليا المجففة.
27	3.65 ثا	لقطة مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	أحد أعضاء الفرقة يقوم بالضرب على يقطينة كبيرة ومجففة وتبدوا ملامح جدية.	موسيقى صادرة عن الخضار	تصفيق وتصفير وهتاف الجمهور	لا يوجد
28	3.78 ثا	لقطة مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	عازف آخر يقوم بإدخال جزرة في حبة خيار وبطريقة سريعة ودقيقة وهو يبتسم، كما يظهر على ملامح وجهه أنه منسجم ومتأثر بالنغمات الصادرة عن الخضار.	موسيقى صادرة عن الخضار	تصفيق وتصفير وهتاف الجمهور	لا يوجد

لا يوجد	تصفيق وتصفير وهتاف الجمهور	موسيقى صادرة عن الخضار	عازف آخر من الفرقة يضرب نصفي حبة باذنجان ببعضهما وكأنه يصفق بهيما.	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الخصر	3.48 ثا	29
لا يوجد	تصفيق وتصفير وهتاف الجمهور	موسيقى صادرة عن الخضار	عضو آخر من الفرقة يفرّك حبي كراث ببعضهما وكأنه يعزف على آلة الكمان.	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	2.52 ثا	30
لا يوجد	تصفيق وهتاف من قبل الجمهور	موسيقى صادرة عن التطيل	حبة قرنبيط مجففة ومجوفة موضوعة بين فحذي أحد العازفين وهو يضرب عليها بيديه وكأنها طبل أو دربوكة.	ثابتة	غطسية	لقطة قريبة	2.00 ثا	31
لا يوجد	تصفيق وتصفير وهتاف الجمهور	موسيقى صادرة عن الخضار خاصة صوت التطيل	تظهر أصابع أحد العازفين وهي تمسك بفاصوليا مجففة يلتصق بها مكبر الصوت لتلامس حافة الفاصوليا أسطوانة كبيرة	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا		32
الخضراوات تُصدر أصواتا ونغمات لم يسمعها أحد بهذه الطريقة من قبل، وبسبب العزف والنفخ والامتصاص تفسد أدواتنا وتعود كما كانت مجرد خضراوات	لا توجد	لا توجد	أحد العازفين يجلس خلف الكواليس حاملا بيده جزرة طويلة جدا، يقدّم توضيحات عن الخضار المستعملة في العزف	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الخصر	20.23 ثا	33

34	6.10	ثا	لقطة متوسطة	عادية	زوم الى الخلف	أربعة من أعضاء الفرقة من بينهم امرأة يقومون بتحطيم وإتلاف الخضراوات. مع تصاعد دخان خفيف خلفهم	لا توجد	لا توجد	لا توجد	وإذا كانت الخضراوات لا تفسد بسرعة كافية، فإن الموسيقيين يقومون بالمهمة.
35	22.84	ثا	لقطة متوسطة	تصاعدية	ثابتة	يتواصل التحطيم والاتلاف بطريقة هستيرية	لا توجد	هتاف الجمهور	كما يفعل عازفو الروك آند رول بقيثاراتهم الكهربائية، وإن كان هناك من حاجة إلى دليل على أن الخضار تمنح الطاقة.	
36	5.28	ثا	لقطة متوسطة	تصاعدية	تكون ثابتة في البداية ثم تصبح بانوراما أفقي	أعضاء الفرقة بعد تحطيمهم للخضار يتوقفون وعلامات التعب بادية على وجوههم	صوت موسيقى يدل على نهاية العزف	تصفيق وتصفير وهتاف الجمهور	فهذه الأوركسترا تقدم البرهان	
37	2.41		لقطة الجزء الصغير	عادية	ثابتة	صورة يظهر فيها جمهور المسرح وهو يصفق ويهتف	لا توجد		لا يوجد	

	تصفيق وتصفير وهتاف الجمهور		ويضحك فرحا بالعرض الذي شاهده				ثا	
--	-------------------------------	--	------------------------------	--	--	--	----	--

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

2-1-1- تحليل الموضوع حسب مقارنة رولان بارث ROLAND BARTHES

يقود تحليل الموضوع حسب مقارنة "رولان بارث" إلى الحديث عن القراءة التعيينية كمستوى أول في عملية التحليل، ثم القراءة التضمينية كمستوى ثاني.

أ - القراءة التعيينية:

يبدأ الموضوع بلقطة تظهر فيها خشبة المسرح وعليها فرقة موسيقية تعزف على الخضار، ثم تقترب الكاميرا نوعاً ما نحو أعضاء الفرقة، أين يظهر ثلاثة من أفرادها وكل واحد منهم يمسك بقطعة خضار مختلفة، فواحد بيده حبة فلفل والآخر ينقر بواسطة عود خشبي على ثلاث جزرات مجوفة والثالث ينفخ في حبة فجل طويلة، بعدها تركز الكاميرا عدستها على أحد العازفين وهو يمسك بمروحة صغيرة جداً موصولة بمكبر صوت ملتصق بحبة فلفل صفراء لتنتقل بعدها الصورة إلى عازف آخر وفي يده مزمار مصنوع من جزرة طويلة موصولة مع حبة فلفل حمراء، تظهر بعدها الفرقة فوق خشبة المسرح ولكن هذه المرة من زاوية أخرى وهي الزاوية التصاعدية، بعدها تنقلنا الكاميرا إلى صورة الفرقة مجتمعمة على طاولة عمل كبيرة، وبزاوية غطسية تُبرز لنا أعضاء الفرقة منهمكين بالتحضير للحفلة وذلك بتحويل الخضار إلى آلات موسيقية صالحة للعزف بواسطة سكاكين المطبخ وآلات الثقب، يظهر بعدها وبلقطة قريبة جداً أحد العازفين وهو يثقب جزرة كبيرة بواسطة آلة الثقب لينقلنا المخرج بعد ذلك إلى صورة أعضاء الفرقة وهم يُجهِّزون الخضراوات، فنجد امرأة تنقر على ثلاثة جزرات مجوفة لتتأكد من أنها تصدر الصوت المطلوب ورجلان يثقبان الجزر، ولكن هذه المرة باستخدام الزاوية التصاعدية.

وبلقطة قريبة جداً تظهر أصابع أحد أعضاء الفرقة وهو يعزف على حبة خيار فتصدر منها موسيقى هادئة وآخر يعزف على حبة خيار كذلك ولكنها ملتصقة بحبة فلفل كبيرة، تبرز الصورة من زاوية تصاعدية، وهكذا تتوالى اللقطات، كل لقطة تُبرز عضواً من أعضاء الفرقة وبيده نوعاً من أنواع الخضار يقوم بقصه أو ثقبه.

بعد ذلك وبلقطة مقربة حتى الصدر تظهر إحدى العازفات في أوركسترا الخضار وهي تتحدث عن المواصفات الواجب توفرها في الخضار لتصبح صالحة للعزف.

وتتوالى اللقطات التي يظهر فيها أعضاء الفرقة إما مجتمعين أو منفردين وهم منهمكون في العمل إما بتجهيز الخضار أو تجريبها لاختبار الأصوات التي تصدر عنها إن كانت ملائمة أو لا. تنتقل بنا عدسة الكاميرا الى صورة إحدى العازفات وهي تقوم بغمس حبة كوسة في الماء، ثم تدخلها في حبة قرنييط مجففة ومجوّفة بقدر فُطر حبة الكوسة، ثم تقترب الكاميرا أكثر من حبة القرنييط التي تحملها العازفة، التي تقوم بإدخال وإخراج حبة الكوسة فيها مرات عديدة وبسرعة كبيرة. وبعد الجهد والعمل المتفاني، تظهر الأوركسترا أمام الجمهور وعلى المسرح لتطريه بنغمات موسيقية عذبة ما كان ليُصدّق أحد أنها تصدر عن أدوات عزف عبارة عن خضار.

ثم تظهر مجموعة من اللقطات تبرز كل عازف على حدى وهو يعزف على آله المفضلة فامرأة تنقر على ثلاثة جزرات مجوفة، ورجل يقوم بالضرب على يقطينة كبيرة ومجففة وآخر يدخل جزرة في حبة خيار ثم يخرجها ويعيد الكرة بطريقة سريعة، كما تظهر على ملامح وجهه أنه منسجم ومتأثر بالنغمات، وثالث يضرب نصفي حبة باذنجان ببعضهما وكأنه يُصفق، وعضو آخر يُفرك حبي كرات ببعضهما وكأنه يعزف على آلة كمان، تظهر صورة أخرى بزواوية غطسية، تبرز أحد العازفين وهو يُطبل على حبة قرنييط مجففة ومجوفة موضوعة بين فخذيه، وبلقطة قريبة جدا تظهر لنا أصابع أحد الفنانين ممسكة بفاصولياء مجففة تلامس حافتها أسطوانة كبيرة.

وبعد الانتهاء من العزف يقوم أعضاء الفرقة بتحطيم الخضار بطريقة هستيرية، طبعاً لأنها لن تعود صالحة للاستعمال بفعل النفخ والامتصاص لذا يُتلفونها بسرعة، وفي الأخير تأتي لقطة الجزء الصغير لتصور لنا جمهور المسرح وهو يصفق ويضحك فرحاً وإعجاباً بالعرض الذي شاهده.

ب - القراءة التضمينية:

بداية عند مشاهدة الصورة لأول وهلة، قد يجد أي شخص صعوبة في فهم ما يحدث أمامه فهو يعرف أن المكان خشبة المسرح، وأن الفاعلين أو الشخصيات المحركة للموضوع هم أعضاء فرقة موسيقية يقومون بالعزف، أما أدوات العزف لا تشبه أية آلة موسيقية عهدها من قبل، فلا أثر للكمان أو القيتار أو المزمار ولا أثر لآلة البيانو أو الدربوكة، فتظهر علامة استفهام كبيرة تلوح فوق رأسه عن سر هذه الأدوات، والصورة لا يصاحبها أي تعليق، فالسكوت المفاجئ قد يدل أيضا على

فكرة أو معنى يحيط بالصورة ومضمونها¹ وكأن الصورة تقول لمشاهدها حَمْنُ أية أدوات هذه؟ لتأتي الإجابة المباشر في اللقطة الموالية أين تركز عدسة الكاميرا على ثلاثة أشخاص من أفراد الفرقة، فيظهر واحد يعزف على حبة فلفل وآخر ينقر بواسطة عود على ثلاث جزرات مجففة، وثالث ينفخ في حبة فجل، ثم تتوالى اللقطات أين يظهر في كل لقطة عضو من أعضاء الفرقة وهو يعزف على آلة معينة (أو حبة خضار معينة إن صح التعبير) ثم تظهر صورة للفرقة من زاوية تصاعدية وهي على خشبة المسرح تعزف على الخضار، وأمام كل عازف ميكروفون حتى يصل الصوت الصادر عن الخضار بشكل واضح وجيد للجمهور، وما يبرز في الصورة أيضا هي طريقة الإضاءة إذ يبرز الضوء الملون بالأخضر بقوة، هذا الأخير طالما عبر عن الطبيعة، وبما أن أدوات العزف من الطبيعة فليس أفضل من هذا اللون ليستخدم في الإضاءة، وهو يرمز إلى كل ماهو هادئ ومريح، يعبر عن النمو والأمل كما يساعد على تخفيف التوتر ويبعث على الراحة² يوحى بالخصب والخير والسلام³.

واستخدام الزاوية التصاعدية لم يكن لتأطير المكان بصورة اعتباطية وإنما لتأطير العازفين الذين يجعلون من الخضار أدوات عزف تصدر عنها أنغام عذبة والدلالات كلها تصب في السمو والعلو ومعنى الترفع والتصاعد.

بعدها نقلنا الصورة إلى مكان آخر وديكور آخر، فمن خشبة المسرح إلى غرفة بها طاولة عمل كبيرة تحتوي على مجموعة متنوعة من الخضار: الكراث والجزر والفجل والفلفل الحلو والخيار مع أدوات المطبخ من سكاكين وألواح القطع، إلخ...

وبلقطة أمريكية تُبرزُ الفعل والحركة تصور لنا عدسة الكاميرا العازفين وبزاوية غطسية، لترينا انهماكهم وانكبابهم على العمل من أجل التحضير للظهور أمام الجمهور وذلك بتحويل الخضار إلى آلات موسيقية صالحة للعرض بواسطة آلات الثقب وسكاكين المطبخ، ومن الزاوية الغطسية، تتحول زاوية التصوير إلى تصاعدية لترينا وبلقطة أمريكية ثلاثة من أعضاء الفرقة منهمكين بتجهيز الخضروات: فامرأة تنقر على ثلاثة جزرات مجففة لتؤكد من أنها تصدر الصوت المطلوب، ورجلان

¹ - نسمة البطريق: الدلالة في السينما والتلفزيون في عصر العولمة، مرجع سابق، ص256.

² - عمار عبد الرحمان: مرجع سابق، ص66.

³ - هيام المعمري: سيميائية الصورة العالمية، في: مجموعة من الباحثين: ثقافة الصورة في الإعلام والاتصال، مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر، مرجع سابق، ص139.

أحزان يثقبان الجزر بواسطة آلة ثقب صغيرة، واستخدام الزاوية التصاعدية كان لوضعهم في مرتبة الرفعة والعلو، حتى يستقر في ذهن المشاهد أن العمل الذي يقومون به هو الإبداع والابتكار بعينه، وأن حبهم لعملهم جعلهم يتقنونه ويتفانون فيه حتى أصبح بالإمكان الحصول على نغمات جميلة تصدر عن الخضار، واللقطة الموالية تؤكد هذا، إذ جاءت قريبة جدا تصور لنا أصابع أحد العازفين وهي تعزف على حبة خيار كبيرة، بعدها تتوالى اللقطات التي تصور لنا أعضاء الفرقة إما مجتمعين أو منفردين وهم يقومون بتجهيز الخضار، إما بقصها أو ثقبها وتجذيبها وكذلك تجريب العزف عليها وقد كانت كلها مقربة حتى يرى المشاهد بعينه أنها فعلا حضروات، وكيف يتعب أعضاء الفرقة ويبدلون جهدهم لتحويلها إلى أدوات صالحة للعزف، تظهر فيما بعد إحدى العازفات في أوركسترا الخضار وهي تتحدث عن المواصفات الواجب توفرها في الخضار حتى تصبح صالحة للعزف من بينها أن تكون طازجة وقاسية وغير ذابلة، وحديث كهذا يبدو صعب الفهم بالنسبة للمواطن العربي الذي ما زال يعيش في مجتمعات تعاني الفقر والجوع، مع ما يلاحظه من التهاّب في الأسعار.

إن صورا كهذه تغرب جماهير المشاهدين عما يرونه على المستوى الثقافي والطبقي إذ يتلقاها المشاهد العربي كما لو كان يشاهد عالما غريبا عنه يكرّس مبدأ دولة الرفاه، عالم تسوده قيم وأخلاق جديدة تبدو وكأنها غريبة وبعيدة وشاذة عن أصولنا وفضاءنا الاجتماعي والثقافي.

وبعد الجهد المبذول لتحويل الخضار إلى آلات موسيقية، تظهر الأوركسترا أمام الجمهور وعلى المسرح لتطربه بنغمات موسيقية عذبة ما كان لأحد أن يصدق أنها صادرة عن خضار، هذه الفرقة النمساوية حريصة على إيجاد نكهتها المميزة في مجال الفن والموسيقى، ومع أن فكرتها فيها كثير من الإبداع والابتكار والتميز إلا أنها محاولة لتطبيق مبدأ "بافلوف" ومنطقة الشرطي، وذلك بربط الأكل مع الموسيقى، فالإنسان يسعى إلى تلبية حاجاته الفيزيولوجية (مأكل، مشرب) أولا ثم يلي حاجاته النفسية، وهنا كلما يتذكر الفرد الخضر أو (الطعام) يتذكر الفن والموسيقى فهي حسب النظرة التي يريدون ترويجهها مهمة في حياتنا بقدر أهمية الطعام فهي ضرورة من ضرورات الحياة.

ومن الطبيعي أن تصبح الخضار غير صالحة للاستعمال بفعل عمليات النفخ والنقر والامتصاص، لذا يقوم أعضاء الفرقة بتحطيم وإتلاف الخضروات بطريقة هستيرية جنونية، ويأتي في التعليق ما يلي: "وإن كان هناك من حاجة إلى دليل على أن الخضار تمنح الطاقة فهذه الأوركسترا تقدم البرهان".

الغريب في الأمر هو الصورة المزيفة والمشوهة التي تحاول القناة ترويجها للعالم العربي، وللعلم قامت الطالبة بالبحث في هذا الموضوع عبر صفحات الويب فوجدت أن هذه الفرقة وبعد كل حفلة تُهيئها أمام الجمهور تقوم بتقديم حساء الخضار إلى الجمهور الحاضر على أساس أن الخضار تمنح الطاقة والنشاط، ولكننا لا نجد هذه الصورة في التقرير الذي أمامنا بل وجدنا صورة تكرر قيمًا تُروَّج لما بعد الحداثة أين تسود الحرية من دون قيود، أين تنتشر العبثية والفوضى واللاعقلانية أين يُركَّز على الإنسان الاستهلاكي الذي يستهلك دون حدود وكل هذا يتنافى وطبيعة مجتمعنا العربي والمسلم.

كذلك فالتررويج لمبدأ الاستهلاك يليق بالمجتمعات الغربية هذه الأخيرة تقوم على فكرة العيش من أجل الاستهلاك، فالغرض الرئيسي من المواد التي تم انتاجها هو استهلاكها لكي تشتري غيرها وهكذا لا تتوقف عجلة الانتاج.

ظاهريا هنالك تشابه بين مجتمعاتنا العربية ومثيلائها الغربية من حيث الميل إلى مبدأ الاستهلاك، لكن الفارق الجوهرى يكمن في أن تلك المجتمعات بالرغم من نزعتها الاستهلاكية هي مجتمعات منتجة تنتج السلع ونحن لا ننتجها.

الإسلامية للعلوم

جامعة الأميرة
عبد القادر للعطوم الإسلامية

تحليل برنامج ثقافة موضوع الفن التشكيلي: عدد 29 نوفمبر 2010
1-2-1- التقطيع التقني للموضوع:

شريط الصوت			شريط الصورة					
التعليق	المؤثرات المصاحبة	الموسيقى الموظفة	مضمون الصورة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	نوع اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
- إنها لوحة رائعة ! أترى هذا؟ - مدير متحف اللوفر لا يخفي رغبته في رؤية لوحة الفاتنات الثلاث التي تعود الى عصر النهضة الألمانية.	لا توجد	لا توجد	يظهر مدير متحف اللوفر وهو ينظر إلى صورة تشكيلية موضوعة على مكتبه وهي عبارة عن رسم لثلاثة سيدات عاريات تمام ا (السيدة التي على اليمين رسمت بطريقة جانبية والتي على اليسار رسمت من الخلف أما الموجودة في الوسط فقد رسمت من الأمام) تظهر كذلك مجموعة كبيرة من الكتب موضوعة بشكل مبعثر على المكتب كما يبرز جزء من ديكور المكتب (تلفاز، علاقة معاطف، مكتبة تحتوي على كتب).	تكون الكاميرا ثابتة في البداية ثم تقوم بحركة زوم أمامي	عادية	لقطة مقربة حتى الخصر	10.18 ثا	1
لرسم "كارناك" في إحدى قاعات المتحف اللوحة يمتلكها هواة الفن	لا توجد	لا توجد	صورة قريبة من لوحة الفاتنات الثلاث.	زوم خلفي	عادية	لقطة قريبة جدا	7.13 ثا	2

الأثرىاء.								
إنه فنان نادر لم يسبق لي أن رأيت أعمالا كهذه في الأسواق لذا يجب علينا أخذها بعين الاعتبار.	لا توجد	لا توجد	مدير المتحف يقف أمام مكتبة ويضع يده خلف ظهره يتحدث عن اللوحة وهو ينظر إليها	ثابتة	عادية	لقطة أمريكية	8.17 ثا	3
بصرف النظر عن ندرة هذا العمل ما الذي يجعله استثنائيا؟	لا توجد	لا توجد	يظهر رأس المدير منحنيا أو منكبا على اللوحة ينظر إليها بتمعن وهو يضع أصبعه على صدر السيدة التي رسمت على اليمين	ثابتة	عادية	لقطة قريبة	4.10 ثا	4
هو عمل يعبر عن براعة صانعه وهذا نجده في كل أعمال هذا الفنان الحساس	لا توجد	لا توجد	تقف امرأة وسط المتحف وخلفها تمثال لأحد الفرسان الذي تنعكس صورته على المرأة التي خلفه فيبدو أن كاهما اثنان، كما يظهر باب مغلق كبير ومنقوش بطريقة جميلة.	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	5.10 ثا	5
"كارناك" خاصة في طريقة رسمه المرأة وهي عارية، ثم إنه عمل غير معروف للجمهور، فمنذ	لا توجد	لا توجد	تظهر لوحة الفاتنات الثلاث قريبة جدا	حركة بانورمية عمودية من أعلى إلى أسفل	عادية	لقطة قريبة جدا	6.50 ثا	6
رسم اللوحة عام 1531 لم تقدّم للجمهور، لذا فهي فرصة فريدة للحصول عليها، خاصة أن أصحابها الحاليين قرروا بيعها.	لا توجد	لا توجد	تواصل المديرية المساعدة لمتحف اللوفر حديثها مع نفس الديكور	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	9.40 ثا	7

للحصول على هذه اللوحة يجب دفع حوالي 4 ملايين يورو	لا يوجد	لا توجد	صورة قريبة للوحة	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	5.13 ثا	8
وحتى لا نفوت هذه الفرصة الفريدة المتحف	لا يوجد	لا توجد	تصور الكاميرا جمعا من الزوار والصحفيين وهم ينتقلون في المتحف وهي تتبعهم كما يظهر الرّواق الكبير، وعلى جوانبه مجموعة من التحف والأثریات أو التماثيل المعروضة.	تنقل مصاحب	عادية	لقطة الجزء الصغير	3.20 ثا	9
قرر الاعتماد على تبرعات المانحين	لا يوجد	لا توجد	يظهر موقع الجميلات الثلاثة بالفرنسية كما تظهر الصورة كبيرة و لكن حتى الصدر فقط، بالإضافة الى الكتابة المرفقة للصورة	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	2.59 ثا	10
من خلال موقع على شبكة	لا يوجد	لا توجد	صورة قريبة جدا من صفحة الموقع بالفرنسية تبين طرق الدفع إما عن طريق الشاك أو عن طريق التحويل البنكي	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	2.02 ثا	11
الانترنت، يمكن	لا يوجد	لا توجد	تبرز صورة لإحدى السيدات اللواتي رُسمن على اللوحة ولكن تظهر فقط رقبتها ووجهها	بانوراما عمودية من أسفل الى أعلى	عادية	لقطة قريبة جدا	1.31 ثا	12
لأي شخص أن يسهم	لا يوجد	لا توجد	تظهر يد إحدى السيدات وهي موضوعة على خصرها	زوم أمامي	عادية	لقطة قريبة جدا	1.70 ثا	13

14	1.24 ثا	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	يظهر جزء من وجهي السيدتين (اللتين رسمتا على اليمين وفي الوسط)	لا توجد	لا يوجد	في دفع الثمن
15	6.05 ثا	لقطة مقرية حتى الصدر	عادية	ثابتة	تقف إحدى السيدات أما م لوحة معلقة على الجدار لامرأة عارية تماما	لا توجد	لا يوجد	هذا أمر عظيم، إنه تراثنا، لكن بالنسبة لي لا يمكن ذلك فأنا من متوسطي الحال
16	5.66 ثا	لقطة مقرية حتى الصدر	عادية	ثابتة	تظهر صورة رجل يقف وسط قاعة كبيرة بما مجموعة من المقاعد تستخدم للجلوس أما الجدار فملؤه اللوحات والرسومات ذات الحجم الكبير بما رسومات لنساء عاريات وبعض المناظر الطبيعية	لا توجد	لا يوجد	لا يمكنني إعطاء 300 يورو لرسام غير معروف لأساعده على العمل
17	5 ثا	لقطة مقرية حتى الصدر	عادية	ثابتة	تظهر صورة الرسام يرتدي أسودا وبلحية بيضاء ثم تظهر الى جانبه صورته المشهورة -الجميلات الثلاثة- لتختفي بعد ذلك صورة الرسام وتبقى لوحته	لا توجد	لا يوجد	إلا أن اعتماد المتحف على كرم عشاق الفن عرف نجاحا
18	14.17 ثا	لقطة مقرية حتى الصدر	عادية	ثابتة	يظهر المدير المكلف بالمناخين في المتحف يتحدث عن التبرعات من أجل اللوحة	لا توجد	لا يوجد	دُهشنا في البداية لأننا كنا في عطلة نهاية الأسبوع، رغم ذلك لدينا أكثر من 300 جهة مانحة، التبرعات الفردية تتراوح بين 20 يورو و

1000 يورو، جمعنا حتى الآن ما يقارب 40 ألف يورو								
على متحف اللوفر جمع بقية المبلغ حتى نهاية شهر يناير المقبل	لا يوجد	لا توجد	تظهر صورة الفاتات قريبة جدا	بانوراما عمودية من أعلى الى أسفل	عادية	لقطة قريبة جدا	5.75 ثا	19
لتصبح رائعة	لا يوجد	لا توجد	تظهر صورة مرسوم عليها رجل يرتدي قبعة وله لحية وعيناه ذابلتان وكأنه نكته أو حزين	ثابتة	عادية	لقطة قريبة	1.55 ثا	20
الفلنطت الثلاثة لكارناك	لا يوجد	لا توجد	تظهر اللوحة معلقة على الجدار وفيها صورة الرجل مرسوم حتى الصدر فقط	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	1.70 ثا	21
في قاعته	لا يوجد	لا توجد	تظهر لوحة بما صورة فتاة صغيرة	ثابتة	عادية	لقطة قريبة	2.45 ثا	22

1-2-2- تحليل الموضوع حسب مقاربة رولان بارث ROLAND BARTHES

وحسب رولان بارث فإن الصورة تحلل عبر مستويين من القراءة، القراءة التعيينية السطحية كمستوى أول، وقراءة تضمينية تهتم بالدلالات والإيحاءات المخفية.

أ - القراءة التعيينية:

يبدأ الموضوع بلقطة مقربة حتى الخصر يظهر فيها مدير متحف اللوفر في مكتبه وأمام المكتب المليء بالكتب والمجلات المبعثرة، وهو ينظر الى لوحة فنية مرسوم عليها ثلاثة سيدات عاريات تماما يرتدين عقودا ذهبية وهو يضع أصبعه على صدر إحداهن (المرسومة على اليمين) مبتسما ومبديا إعجابه بهذه اللوحة - هنا تقترب الكاميرا نحو اللوحة بحركة زوم - بعد ذلك وبلقطة قريبة جدا تظهر صورة السيدات الثلاثة قريبة من مكان العورة لتنتقل الكاميرا الى الخلف بحركة زوم خلفية، فتظهر مجددا الصورة كاملة، تصور لنا الكاميرا مرة أخرى مدير المتحف وهو يضع يديه خلف ظهره ناظرا الى اللوحة مواصلا حديثه عن الفنان الذي رسمها، وبلقطة قريبة يظهر رأس المدير منحنيا ومنكبا على اللوحة، واضعا أصبعه على صدر إحدى السيدات - التي رسمت على اليمين - وبعد ذلك ينتقل بنا المخرج الى صورة سيدة، وهي المديرية المساعدة للمتحف تقف وخلفها تمثال صغير لأحد الفرسان تتحدث عن ميزة هذا العمل الفني، لتظهر صورة الفاتنات الثلاثة للرسام "كارناك" وبلقطة قريبة جدا تُبرِّز الصورة من أعلى الى أسفل بمساعدة حركة الكاميرا البانورامية، تعاود صورة المديرية بالظهور مواصلة حديثها عن اللوحة، هذه الأخيرة تظهر مجددا وبلقطة قريبة جدا.

بعد ذلك نلاحظ جمعا من الزوار والصحفيين يتنقلون في رواق المتحف الكبير وهم ينظرون ويصورون التماثيل المعروضة واللوحات المعلقة، والكاميرا تتبعهم من الخلف بتنقل مصاحب لتنقلهم، ثم يظهر لنا في الصورة موقع الجميلات الثلاثة بالفرنسية، أين تظهر صورة الجميلات الثلاثة ولكن تظهر فقط السيدتان المرسومتان في الوسط وعلى اليسار وبلقطة مقربة حتى الصدر، كما تظهر الكتابة المرفقة وهي: Louvre على اليمين، و: Les Trois Graces de Lucas Carnach على اليسار.

تقترب الكاميرا أكثر من الكتابة الموحودة على الموقع ولكن هذه المرة من دون صورة أين نجد شرحا مفصلا عن طرق التبرع بالنقود للمتحف، ليتمكن هذا الأخير من شراء هذه اللوحة إما عن

طريق الشاك *par chèque* أو عن طريق التحويل البنكي *par virement bancaire* أو عن طريق الموقع مباشرة *Faire un don sur www.louvre.fr*

ثم بعد ذلك تظهر مجموعة من اللقطات القريبة جدا وبحركات مختلفة تقوم بها الكاميرا لتصوير الجميلات الثلاثة، فمرة تظهر رقبة ووجه المرأة المرسومة على اليمين بحركة عمودية من أسفل الى أعلى ومرة أخرى وبحركة زوم أمامي تظهر يد المرأة التي رسمت في الوسط وهي موضوعة على خصرها، ثم تثبت عدسة الكاميرا على جزء من وجهي السيدتين المرسومتين على اليمين وفي الوسط.

تنتقل بنا الكاميرا الى صورة إحدى السيدات والتي تبدو في العقد الخامس من عمرها، أنيقة وجميلة تقف أمام لوحة معلقة على الجدار رسمت عليها امرأة عارية تماما ترتدي عقدا وخلفها مجموعة من الأشجار الخضراء، تتحدث السيدة عن لوحة الفاتنات الثلاثة التي تعتبرها شيئا عظيما ومن التراث، لتنتقل بنا الكاميرا إلى صورة رجل آخر يتحدث وهو يقف وسط قاعة كبيرة معلق على جدارها الخلفي مجموعة من اللوحات الكبيرة الحجم.

بعد ذلك تظهر لنا صورة الرسام "كارناك" بلحيته البيضاء وهو يرتدي الأسود ثم تظهر بجانبها لوحته المشهورة - الجميلات الثلاثة- لتختفي بعد ذلك صورة الرسام وتبقى لوحته، تصور لنا الكاميرا بعد ذلك المدير المكلف بالمأخزين في المتحف يتحدث عن الجهات المانحة التي ساهمت بتبرعاتها للمتحف من أجل حصوله على لوحة الرسام "كارناك".

تعود صورة الفاتنات الثلاثة للظهور مجددا وبلقطة قريبة جدا تصورها بحركة عمودية من أعلى إلى أسفل وفي الأخير تظهر لوحتان مرسوم على الأولى رجل بلحية يرتدي قبعة، تبدو عيناه ذابلتين وكأنه تائه أو حزين أما الثانية فرسمت عليها صورة فتاة صغيرة.

ب- القراءة التضمينية:

لطالما كان الرسم من بين الفنون التشكيلية التي تلقى استحسانا لدى الكثيرين من هواة هذا الفن، وفي هذا الموضوع نجد لوحة تشكيلية للرسام "كزناك" * كان يمتلكها هواة الفن ثم قرروا بيعها لمتحف اللوفر، وقد بدأت الصورة بلقطة مقربة حتى الخصر، يظهر فيها مدير متحف اللوفر وهو

* - "Lucas Carnach" لويس كزناك رسام ألماني من مواليد 4 أكتوبر 1472م

ينظر إلى صورة الجميلات الثلاثة الموضوعة على مكتبه بكل إعجاب وانبهار قائلاً: "إنها لوحة رائعة أترى هذا؟" نجد أن المضمون اللغوي كإرسالية مرافقة للصورة هو تدعيم لها، كما أن الصورة يجب أن توحى باللفظ وتستدعيه¹ وإذا تمعنا مع اللفظ يتبادر إلى الذهن أكثر من سؤال: ما الشيء الرائع في الصورة؟ هل هي صورة النساء العاريات؟ أم أن الاتقان الموجود في الصورة يدل على براعة صانعها؟ فإذا ذكرنا السؤال الأول نجده أكثر قرباً خاصة وأنه يتماشى مع إيجاءات الصورة ودلالاتها التعبيرية فلهفة المدير وبريق عينيه لا يُخفيان رغبته في رؤية لوحة الفاتنات الثلاثة، وانكبابه على وجهه موجهها نظره إليها، ووضع أصبعه على صدر إحدى السيدات العاريات متحسّساً إياه بالرغم من أنه مجرد رسم على ورقة لا غير، يجعلنا نعتقد بأن صورة المرأة تحضر عبر جُزئيات جسدها بكامل طاقاته التعبيرية: شكل العينين والصدر، امتداد الذراعين والساقين، الشعر...، لتعيش في ذاكرة أي فرد على شكل موضوع جنسي لا حدود له، كلذة قصوى أو كإغراء في شكله الكلي.

وإذا ذكرنا السؤال الثاني نجده يتعلق بالثقافة الغربية، حيث أن معظم الثقافات تميل إلى التسامح مع العري في الفنون التشكيلية وبالذات في النحت والرسم حتى أصبح العري نزعة فنية قائمة بذاتها في الفنون التشكيلية لتصوير الأفراد دون ثياب لأغراض تتعلق بالفن الجمالي².

ومن بين أنواع العري* نجد العري التعبيري أين يستخدم كأداة عما يجول في فكر وعاطفة وشعور الفنان³. وهذا ما أكدته المديرية المساعدة لمتحف اللوفر وهي تقف وسط المتحف وتحدث عن براعة الفنان التي تتجسد في رسوماته، خاصة في طريقة رسمه المرأة وهي عارية وهنا تظهر الصورة قريبة جداً مع حركة الكاميرا البانورامية من أعلى إلى أسفل التي تساعد على إضفاء عنصر التشويق والإثارة، والغريب في الأمر هو الرسالة اللفظية التي صاحبت الصور، فاللوحة ومنذ رسمها عام 1531 لم تُقدم للجمهور، فقد كان يمتلكها هواة الفن الأثرياء، والآن قَرَّرُوا بيعها لمتحف اللوفر بأربعة

¹ سعيد بنكراد: سيميائيات الصورة الإشهارية، الأشهار والتمثيلات الثقافية، أفريقيا الشرق، الدار البيضاء المغرب، 2006، (د.ط)، ص68.

² محمد حسام الدين اسماعيل: الصورة والجسد، دراسات نقدية في الإعلام المعاصر، ط 2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2010، ص ص 213، 214.

* - هناك أيضا العري المثالي: نابع من التقاليد الإغريقية التي ترى أن الجمال قيمة عالمية وأحياناً سماوية ، والعري الملاحظ: يهدف إلى التقاط ما يعبر عن شخصية المرسوم.

³ - محمد حسام الدين اسماعيل: مرجع سابق، ص 214.

ملايين يورو ليظهر المتحف بلقطة الجزء الصغير، ومع تنقل الكاميرا المصاحب تساعدنا هذه الحركة على اكتشاف المكان أين تصور لنا جمعا من الزوار والصحفيين وهم يتنقلون في المتحف وهي تتبعهم. كما يظهر الرواق الكبير وعلى جوانبه مجموعة من التحف والأثرية والتماثيل المعروضة، ونحن جميعا نعرف متحف اللوفر بمكانته وشهرته، وحتى تكون البداية ناجحة عليها أن تكون قوية لذا اختيار اللوفر كبداية تصل اللوحة بالجمهور، ولكن هل فعلا يستحق العري أربعة ملايين يورو؟ وهل فعلا هذه فرصة فريدة لا يجب أن يُضيّعها المتحف الذي لا يكف الزوار عن زيارته؟

لطالما اعتبر العري ذروة ازدهار الحداثة الغربية التي حطمت التقاليد الرجعية من خلال اطلاقها للقوى الغربية التي ساهمت في تشكيل ثقافة الجسد، لذا جاء العري الفني في الرسم والتصوير كتعبير عن العري الحضاري الغربي¹ وللعلم هناك عدة دراسات ألمانية أوضحت التأثيرات النفسية السلبية لكراهية النفس المؤسسة على كراهي الجسد، لذا تمت الدعوة إلى حركة العري الغربي الحديث كنزعة تبرز جمال الجسد وطهره، وكثقافة توضح أن للعري فوائد ترتقي بالجسد الإنساني بعيدا عن تعقيدات الملابس².

وبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية استمتع الناس في الألمانييتين (الشرقية والغربية) بحرية العري لتنتقل بعدها النزعة إلى بريطانيا وبعدها الولايات المتحدة الأمريكية³ والحال اليوم هو نفسه في كامل الدول الغربية.

وتتواصل الصور في ابرازها لجزيئيات الجسد العاري، حيث تتوالى اللقطات قريبة جدا من بعض أجزاء أجساد السيدات العاريات، وبحركات مختلفة للكاميرا لشد الانتباه وزيادة التشويق والإغراء من خلال الوصف التدريجي، بعدها تظهر سيدة من زوار المتحف واقفة أمام لوحة معلقة على الجدار مرسوم عليها امرأة عارية تماما تقف أمام مجموعة من الأشجار الخضراء وهذه الصورة بالذات تحاول ابراز أن جمال جسد المرأة العاري على طبيعته يحاكي جمال الطبيعة بزرق السماء واخضرار الأشجار

¹ - محمد حسام الدين اسماعيل: مرجع سابق، ص 214.

² - نفس المرجع، ص 212.

³ نفس المرجع، ص ص 212-213

كما أن الجدار الذي علقت عليه اللوحة لونه أخضر والذي يرمز إلى الحياة وكل ما هو طبيعي، إلى الراحة، الهدوء، القيادة والسلطة¹.

ثم تتحدث المرأة عن لوحة الجميلات الثلاثة قائلة: "هذا أمر عظيم، إنه تراثنا" فالعري بالنسبة للغرب جزء من تراثهم وحضارتهم التي رجعت إلى جذورها اليونانية الرومانية، وكل هذا يتنافى وطبيعة المجتمعات العربية المسلمة، وبعيد كل البعد عن قيم ديننا وثقافتنا وأخلاقنا، فالسلام كرم المرأة وصانها وحفظها وجعل قيمتها وجمالها يزيدان بسترها وارتقاءها عن كل ما يسيء إليها، خاصة المفاهيم التي يروج لها الغرب والتي تدعو إلى تحرير جسد المرأة وتخليصه من تعقيدات الثياب.

بعدها تظهر صورة الرسام "Carnach Lucas" وهو رجل كبير بلحية بيضاء تدل على الوقار والسكينة كما يرتدي لباساً أسوداً حيث يدل على الرزانة والهدوء والاتزان².

وقد ظهرت صورة الفنان مع خلفية رمادية حيث أن اللون الرمادي يستعمل دوماً في الخلفيات ليساعد إبراز الشخصيات والأبطال الحقيقيين³.

فالرسام في نظرهم شخص بارع ماهر فنان ومبدع خاصة في طريقة رسمه المرأة وهي عارية لتظهر صورة الفاتنات الثلاثة التي اشتهر بها بالقرب من صورته ثم تختفي صورة الرسام لتبقى لوحته، وإذا تمعنا في اللوحة نجد ثلاثة سيدات عاريات تماماً رسمت كل واحدة على جانب من جسمها فالسيدة التي في الوسط رسمت من الجهة الأمامية، والسيدة التي على اليمين رسمت من الجانب أما السيدة التي على اليسار فرسمت من الخلف، والمتمعن للصورة يجد أن كل سيدة تمسك بطرف من مجموعة خيوط رفيعة جدا تشبه خيوط العنكبوت، وكأن الرسام يحاول أن يفهمنا أن المرأة بكل تفاصيل جسدها سواء من الأمام أو الخلف أو بجانبها تبقى مثيرة وجذابة تُلقى بشباكها على ناظرها من الرجال فتأسرهم، لا يهم إن كانت الجميلات الثلاثة لكرنك سيدات أو آنسات المهم أنهن فاتنات مثيرات ورائعات ظهرن في صورة "المرأة-المرأة" هذه الصورة تنطلق من فكرة غريزة حب الجمال والغريزة الجنسية التي اعتبرها الباحث النفساني "فرويد" مصدر أساسي لجميع تصرفات الناس.

¹ - عمار عبد الرحمن: مرجع سابق، ص 64.

² - نفس المرجع، ص 65.

³ - نفس المرجع، ص 65.

أما الخلفية السوداء ساعدت في بروز الصورة التي ملأت كامل اللوحة وجعلتها تبدو فخمة،
ولكننا أيضا إذا ما بقينا ننظر إلى السواد فقد يأخذنا التفكير إلى المجهول أو ربما الضياع أو الأسر
(الوقوع في أسر وشباك الجميلات الثلاث).

أما وقوفهن حافيات على الأرض ربما هي محاولة لربط صلة معها بقوتها وعمقها وعطائها
وسخائها ...

الأمير عبد القادر للعطوم الإسلامية

ثانيا: تحليل برنامج فن العيش: موضوع تصميم المجوهرات: عدد 01 أوت 2010

2-1-1- التقطيع التقني للموضوع:

شريط الصوت			شريط الصورة					
التعليق	المؤثرات المصاحبة	الموسيقى الموظفة	مضمون الصورة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	نوع اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
يقال دائما إن المجوهرات تعكس شخصية أصحابها	لا توجد	موسيقى هادئة	خاتم من ذهب مرصع بالجواهر البراقة في يد رجل تبدو الصورة غير واضحة في البداية إذ يظهر بريق فقط ثم تتضح الصورة فيما بعد	زوم خلفي	عادية	لقطة قريبة جدا	4.75 ثا	1
ولكن ماذا لو كانت المجوهرات	لا توجد	موسيقى هادئة	يد رجل تحمل قلما ملونا بالأبيض وترسم قرطا على ورقة سوداء مرسوم عليها وجه امرأة	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	2.19 ثا	2
مصنعة حسب الطلب؟ "كريستوف لوران"	لا توجد	موسيقى هادئة	عقد من الكريستال موضوع في كادر تكون الصورة غير واضحة في البداية حيث يظهر بريق فقط ثم تتضح الصورة بعد ذلك.	زوم خلفي	عادية	لقطة قريبة جدا	2.82 ثا	3
علي رغبات زبائنه	لا توجد	موسيقى هادئة	يظهر وجه الصائغ وهو يرتدي نظارة من نوع خاص ويبدو مركزا تماما.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة	1.74 ثا	4

منذ عشرين عاما ومجوهراته استثنائية	لا توجد	موسيقى هادئة	تظهر صورة لامرأة موضوعة في كادر على طاولة بما مجموعة من الأدوات، والصورة هي بوتري لامرأة يظهر شق صدرها، ترتدي عقدا أنيقا	زوم أمامي	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	3.27 ثا	5
أنا أصنع فقط قطع فريدة	لا توجد	موسيقى هادئة	ورقة سوداء مرسوم عليها فرط باللون الأبيض و إلى يسار الرسم نفس القرط المرسوم ولكنه حقيقي	زوم أمامي	عادية	لقطة قريبة جدا	4.96 ثا	6
قضي ساعات في التصميم الذي نعرضه بعد ذلك على الشخص ثم نجرب القطع على اليد، أنا أعمل كثيرا انطلاقا من شكل الأيدي	لا توجد	لا توجد	يظهر أولا خاتم مرسوم على ورقة بيضاء ومع حركة الكاميرا الى الخلف يظهر الصائغ جالسا وهو يرتدي معزرا أبيض ونظارة من نوع خاص جدا، كذلك تظهر على الطاولة التي يعمل فوقها وبها أدوات رسم مختلفة وكادر يحمل أربعة صور لامرأة واحدة مستديرة بظهرها لكن وجهها الى الخلف ويبرز جزء من كتفها وظهرها من دون ثياب وخلف الصائغ توجد طاولة أخرى مملوءة بالخواتم المتنوعة التي صنعها من قبل، والصائغ يتحدث ويحرك يده، وهو يشرح طريقة عمله.	زوم خلفي	عادية	لقطة مقربة حتى الخصر	9.7 ثا	7
ونرسم شكلا مريحا	لا يوجد	لا توجد	يظهر مجددا الخاتم المرسوم على الورقة وأصابع الصائغ تحمل ريشة رسم	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	1.60 ثا	8
ينسجم مع اليد	لا توجد	لا توجد	نفس اللقطة السابقة أين يظهر الصائغ والطاولة الخلفية والأمامية	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الخصر	3.68	9

10	2.36 ثا	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	تظهر أصابع الصائغ تحمل ريشة أين يقوم بإكمال رسم الخاتم.	موسيقى هادئة	لا يوجد	رسومات كريستوف قد تستغرق أشهرها
11	1.15 ثا	لقطة أمريكية	عادية	زوم أمامي	يظهر الصائغ وهو جالس وأمامه طاولة عمل كبيرة عليها مجموعة من العلب وأدوات النحت والنشر وكذلك كادر لامرأة يبرز شق صدرها وهي ترتدي عقدا، تبرز أيضا في اللقطة أرضية الغرفة والنافذة و إلى جانبها على اليمين توجد طاولة أخرى صغيرة ، يحمل الصائغ في يده قطعة شمع حمراء	موسيقى هادئة	لا يوجد	لا يوجد
12	1.46 ثا	لقطة قريبة	عادية	ثابتة	تظهر يدي الفنان وهو يقوم بنحت قطعة الشمع بواسطة آلة خاصة كما يظهر المصباح الذي يساعد الصائغ على رؤية القطع والمكان المراد نحته يظهر كذلك جزء من علبه وكادر موجودين على الطاولة وعلى الجدار كادر معلق به نفس صورة المرأة الموجودة على الطاولة.	موسيقى هادئة	لا يوجد	ثم ينحت القالب بالشمع
13	2.8 ثا	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	تظهر أصابع الفنان وهي تحمل قطعة الشمع الحمراء وآلة النحت الصغيرة، أين يقوم الصائغ بنحت القطعة وهو يديرها بين أصابعه	موسيقى هادئة	لا يوجد	لا يوجد
14	1.62 ثا	لقطة متوسطة	عادية	ثابتة	يظهر الصائغ وهو جالس أمام طاولة العمل كما تظهر إلى جانب الطاولة مرآة كبيرة ملتصقة بالجدار أبن	لا توجد	لا يوجد	أنا يمكن أن أقضي

			علقة عليه ثلاث كادرات كبيرة لنساء مختلفات يرتدين عقودا مختلفة					
سنة سنتين	لا يوجد	لا توجد	أصابع الصائغ تحمل قطعة الشمع التي يقوم بقطعها بواسطة آلة صغيرة رأسها يشبه المنشار لكنه دائري الشكل	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	1.21 ثا	15
ثلاث سنوات	لا يوجد	لا توجد	تظهر يدا الصائغ تحملان آلة صغيرة وقطعة الشمع التي لا تظهر جيدا	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	1.72 ثا	16
أربع سنوات	لا يوجد	لا توجد	أصابع الصائغ تحمل خاتما من الشمع الأحمر أين يقوم الصائغ بصقله بواسطة الآلة السابقة ولكن هذه المرة رأسها مختلف فهو قطعة حديدية تشبه المسمار ولكنها حادة ورقيقة جدا.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	1.86 ثا 1.21 ثا	17
ومن هنا...	لا يوجد	لا توجد	أصابع الفنان تحمل الخاتم الذي أصبح في شكله النهائي ولكن من الشمع الأحمر	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	1.21 ثا	18
فهي شخصية وفريدة	لا يوجد	لا توجد	الصائغ جالس أمام طاولة عمل مليئة بالأدوات المختلفة، وهو يقوم بنحت قطعة شمع أخرى بواسطة آلة صغيرة مخصصة لهذا الغرض	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	3.90 ثا	19
آخر مرحلة قبل التصنيع	لا يوجد	موسيقى هادئة	تظهر يد الصائغ وهي تحمل حجرا أيضا يقوم بتدوير الحجر بيده، ل يظهر حجر كريم أحمر ملتصق بالحجرة	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	2.94 ثا	20

			البيضاء					
اختيار الأحجار النفسية	لا توجد	موسيقى هادئة	يد الصائغ تبرز حاملة حجرا آخر رمادي اللون ويلتصق به حجر كريم صغير أخضر اللون	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	1.27 ثا	21
الزيائن تختار	لا توجد	موسيقى هادئة	تظهر يد الصائغ أين يشير بإصبعه الى ثلاث علب بأحجام مختلفة موضوعة على طاولة كل علبه تحتوي على أحجار كريمة بألوان وأحجام وأشكال مختلفة، هذه الألوان هي الأخضر والأزرق والوردي، والى جانب العلب خاتم من الذهب الأصفر به حجر كريم أزرق.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	1.48 ثا	22
الشكل "كريستوف" ينحت بنفسه	لا توجد	موسيقى هادئة	تظهر مجموعة من الأحجار الكريمة المتألئة بألوان وأحجام مختلفة موضوعة بشكل عمودي ومرتب ة من أصغر حجم الى أكبر حجم.	بانوراما عمودية من أعلى إلى أسفل	عادية	لقطة قريبة جدا	2.46 ثا	23
كل حجر ثمين ولكن	لا توجد	موسيقى هادئة	تظهر مجموعة أخرى من الأحجار الكريمة المتألئة بأحجام مختلفة لونها أزرق ، موضوعة في علبه بشكل عمودي	بانوراما عمودية من أسفل إلى أعلى	عادية	لقطة قريبة جدا	2.14 ثا	24
ما هو رائع حاليا، هو استبدال الأحجار الثمينة	لا توجد	موسيقى هادئة	امراتان تقفان أمام الباب تفتحه إحداها فيدخل رجل، ثم يقفون مع بعض برهة وهم يتسمون في بهو البيت أين يبرز بعض الأثاث ولوحة معلقة على	ثابتة	عادية	لقطة أمريكية	2.74 ثا	25

			الجدار، ومجموعة من المطاريات					
بأشياء	لا يوجد	موسيقى هادئة	الثلاثة يدخلون الى الصالة أين يظهر جزء من الصالة.	ثابتة	عادية	لقطة متوسطة	0.73 ثا	26
أكثر غرابة دعني أرى هذه التحفة	لا يوجد	موسيقى هادئة	الرجل والمرأتان في الصالون أين يظهر الديكور والأثاث ثم يجلس ثلاثتهم على الأريكة وهنا تنتقل الكاميرا جانبيا من الأريكة إلى الطاولة	تنقل جانبي	عادية	لقطة الجزء الصغير	3.60 ثا	27
هذه هي	لا يوجد	موسيقى هادئة	يخرج الرجل من حقيبته علبة صغيرة بما خاتم فريد فتقترب الكاميرا أكثر من العلبة أين يخرج الصائغ الخاتم منها.	زوم أمامي	عادية	لقطة متوسط	3.10 ثا	28
كلا أنتم لا تحلمون	لا يوجد	موسيقى هادئة	تبدأ الصورة بتركيز الكاميرا على الخاتم ثم تبتعد شيئا فشيئا ليظهر الرجل والمرأتان جالسين على الأريكة تنظر المرأتان الى الخاتم باستغراب وإعجاب كبيرين، يظهر كذلك جزء من الأثاث.	زوم خلفي	عادية	لقطة متوسط	3.45 ثا	29
إنها فعلا نبتة	لا يوجد	لا توجد	يد الصائغ تمسك بالخاتم النباتي	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	2.41 ثا	30
فبعد عامين من الأبحاث "فلوران" طور	لا يوجد	لا توجد	صورة جد قريبة من الخاتم وهو بيد الصائغ.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	2.91 ثا	31
أول خاتم نباتي في العالم	لا يوجد	لا توجد	صورة للخاتم النباتي وهو موضوع فوق أوراق نبتة حقيقية.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	3.28 ثا	32

33	5.9 ثا	لقطة أمريكية	عادية	زوم خلفي	تركز الكاميرا على الخاتم على يد المرأة أولاً ثم تتعد شيئا فشيئا حتى تظهر المرأتان جالستين، كما تبرز يد الرجل مشيرة الى الخاتم ويظهر كذلك جزء من الأثاث في الصالة.	لا توجد	لا يوجد	- لقد صنعت لي (المرأة) - لقد صُتمت من أجلك تحتوي على 33 جوهرة (الصائع)
34	2.36 ثا	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	صورة الخاتم وهو في يد المرأة.	لا توجد	لا يوجد	مرصعة على الذهب الأصفر
35	13.87 ثا	لقطة متوسطة	عادية	ثابتة	الثلاثة جالسون على الأريكة والرجل يتحدث عن الخاتم النباتي الذي صنعه وعن قيمته الحقيقية.	لا توجد	لا يوجد	كما اتفقنا. نسى بسهولة أن الذهب والألماس يأتي من الأرض حتى لو كانت له قيمة، أعتقد أن الأرض لها قيمة كبيرة أيضا، هنا الجزء الأكثر قيمة هو النبات والطبيعة.
36	8.91 ثا	لقطة أمريكية	عادية	زوم خلفي	تركز الكاميرا على الخاتم في يد الصائع ثم تتعد شيئا فشيئا ليظهر الصائع والمرأة جالستين على الأريكة والكاميرا من خلفها، كما تبرز الطاولة وبعض الأثاث.	موسيقى هادئة	لا توجد	إنها نبتة حية، تكمل نموها الطبيعي في المستوعب الصغير، ونقطتا ماء تكفيان لريها كل يومين.
37	8.55 ثا	لقطة متوسطة	عادية	ثابتة	الصائع والمرأة جالسان على الأريكة والمرأة تتحدث وهي مبتسمة وواثقة وتحرك يدها وهي مرتدية الخاتم في يدها اليمنى، يبرز كذلك الأثاث من الخلف.	لا توجد	لا يوجد	من الجيد الشعور أننا نملك شيئا لا يملكه الآخرون إنه كالرغبة بالحصول على ثوب لم تلبسه امرأة أخرى.

38	2.72	ثا	لقطة متوسطة	عادية	تنقل جانبي	تتحرك الكاميرا من اليسار الى اليمين إذ يظهر في الصورة الجدار أولا، ومع حركة الكاميرا تظهر الغرفة أين توجد طاولة عمل كبيرة ثم يأتي الصائغ ويضع شيئا على الطاولة.	موسيقى هادئة	لا توجد	والقطعة الفريدة لا حدود للإبداع فيها
39	2.38	ثا	لقطة قريبة	عادية	زوم أمامي	في كادر يظهر وجه امرأة ترتدي في أذنها قرطا شكله غريب نوعا ما ولكنه يبدو أنيقا. ثم تقترب الكاميرا فيبدو القرط واضحا أكثر.	لا توجد	لا توجد	هذه مثلا ليست أقرطا عادية
40	6.18	ثا	لقطة مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	الصائغ يجلس على كرسي ويشير ب أصبعه الى ورقة سوداء على طاولة عمل مرسوم عليها وجه امرأة ترتدي قرطا ملونا بالأصفر على الطاولة كذلك توجد مزهرية بها أزهار طويلة، كما تظهر أدوات الرسم وكادر به 04 صور لامرأة مستديرة لكن وجهها بارز، كما يوجد مجسم صغير يجسد رقبة وكتف وصدر امرأة.	لا توجد	لا توجد	إنها تريد عطرا في جوهرتها يقطر خلال المساء على الرقبة
41	3.22	ثا	لقطة قريبة جدا	عادية	زوم أمامي	تبرز يد الصائغ وهي تحمل ورقة كبيرة بما صورة لخداء أنيق.	موسيقى هادئة	لا توجد	والخلاقون يتنافسون بابتكاراتهم.
42	9.54	ثا	لقطة أمريكية	عادية	ثابتة	يظهر الصائغ واقفا يرتدي معزرا ونظرات أمامه طاولة صغيرة مغطاة بقماش أحمر اللون عليه خداء أنيق مصنوع من المجوهرات المتألفة وهو نفس الخداء المصور في الورقة تظهر كذلك الغرفة وبها أثاث قليل ومجموعة	لا توجد	لا توجد	امرأة طلبت مني شيئا غير عادي تماما، خداء من المجوهرات هو طلب تقدمت به منذ عدة سنوات.

			من الصور المختلفة الأحجام معلقة على الجدار.					
أكثر من 300 ماسة	لا يوجد	موسيقى هادئة	يظهر أصبع الصائغ وهو يشير إلى الوصلة الموجودة في آخر الحذاء من الخلف	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	2.25 ثا	43
في كل فردة. تحف يخلدها "كريستوف" في كتاب يتعاون فيه مع	لا يوجد	لا توجد	صورة للحذاء من كل جانب في حركة دائرية	بانوراما دائرية	عادية	لقطة قريبة جدا	5.27 ثا	44
المصور "بيتر ليمبرغ"	لا يوجد	لا توجد	تظهر صورة فوتوغرافية فيها أيادي لنساء عميدات تبرز أظافرهن ملونة بالأحمر و إلى اليسار يظهر خاتم من الذهب الأصفر مرصع بجمهرة حمراء ثمينة	بانوراما أفقية من اليمين الى اليسار	عادية	لقطة قريبة جدا	3.17 ثا	45
المجوهرات هي حلمي الذي أعيشه الآن، إنه أسلوب الحياة.	لا يوجد	لا توجد	يظهر وجه الصائغ وهو يرتدي نظارة كما يظهر بريق في عينيه وهو يحكي	ثابتة	عادية	لقطة قريبة	5.74 ثا	46

2-1-2 تحليل الموضوع حسب مقارنة رولان بارث Roland Barthes

تتمثل عملية التحليل حسب مقارنة رولان بارث في مستويين، الأول يتمثل في القراءة التعيينية السطحية، والقراءة الثانية تضمينية معمقة.

أ - القراءة التعيينية:

اللقطه التي بدأ بها موضوع الجواهرات كانت مناسبة، حيث صورت لنا عدسة الكاميرا خاتما من ذهب مرصعا بالجواهر البراقة، في البداية لم يظهر الخاتم جيدا بل ظهر بريق فقط لأن اللقطه كانت قريبة جدا ومع حركة الكاميرا الى الخلف اتضحت الصورة وبدا الخاتم جليا، تظهر بعد ذلك يد الرجل تقوم برسم قرط على أذن امرأة مرسومة على ورقة سوداء بواسطة قلم تلوين أبيض ليظهر بعدها عقد من الكريستال موضوع في كادر ولكننا في بادئ الأمر نرى بريقا مع بداية اللقطه ليتضح العقد بعد حركة الكاميرا الى الخلف، وبلقطه قريبة يظهر وجه الصائغ الذي صنع هذه الجواهرات وهو يرتدي نظارة عمل من نوع خاص جدا، يبدو مركزا تماما في عمله، تظهر بعد ذلك صورة بورترى لامرأة موضوعة في كادر على طاولة ترتدي عقدا من الألماس، كما يظهر شق صدرها هذا الأخير يبدو عاريا، ثم تقترب الكاميرا شيئا فشيئا من الصورة بحركة زوم أمامية، تنتقل بنا الصورة بعدها الى ورقة سوداء مرسوم عليها قرط باللون الأبيض والى يسار الرسم وُضع نفس القرط المرسوم ولكنه حقيقي، وب نفس الحركة السابقة تقترب بنا الكاميرا نحو القرط ليبدو واضحا أكثر.

يظهر الصائغ مجددا وهو يرسم خاتما بواسطة ريشة رسم، يرتدي نظارته الخاصة ومغزرا أبيضضا تظهر خلفه طاولة مملوءة بالخواتم التي صنعها من قبل، أما الطاولة التي يعمل عليها فيبرز منها جزء من نبات للزينة وكادر به أربعة صور لسيدة واحدة مستديرة بظهرها بينما تلتفت بوجهها كما يبدو كتفها وجزء من ظهرها عارين، يواصل الصائغ رسم الخاتم وهو يشرح طريقة عمله وتعامله مع الزبائن.

تنتقل بنا الصورة الى غرفة أخرى أين يجلس الصائغ أمام طاولة عمل كبيرة عليها مجموعة من اللعب وأدوات النحت والنشر، يمسك بيده قطعة شمع حمراء مجوفة وأمامه صورة بورترى لامرأة ترتدي عقدا من الألماس ويبرز شق صدرها.

تقترب الكاميرا أكثر فأكثر من قطعة الشمع التي بيد الصائغ أين يقوم بتحديد المكان المراد قطعه بواسطة آلة صغيرة، وبعد تحديد المكان يقوم بقطع قطعة الشمع بواسطة آلة أخرى صغيرة رأسها يشبه المنشار ولكنه دائري الشكل.

بعدها وبلقطة قريبة جدا تظهر يد الصائغ وهي تحمل قطعة الشمع الحمراء في شكلها النهائي إنه خاتم، هذا الأخير يقوم بصقله باستعمال آلة خاصة بذلك.

بعد إنهاء شكل الخاتم يختار الصائغ الأحجار الكريمة ويختار منها الحجر المناسب الذي يعجب الزبائن، وهنا تظهر في الصورة يد الصائغ وهي تحمل حجرا أبيضاً، وبلقطة قريبة جدا يقوم بتدوير الحجر ليظهر حجر كريم أحمر ملتصق بالحجرة البيضاء.

صورة أخرى تُظهر لنا يد الرجل تحمل حجرا رماديا تلتصق به حجرة نفيسة خضراء، بعدا تتوالى مجموعة من اللقطات القريبة جدا وبمركات مختلفة تبرز لنا الأحجار النفيسة بعدما تم تشكيلها وصقلها بشكل نهائي بألوان وأحجام وأشكال مختلفة، ليختار منا الزبائن ما يتلاءم وأذواقهم.

تنقلنا الكاميرا بعدها إلى جو آخر وديكور آخر حيث تبدأ الصورة بلقطة أمريكية، أين تفتح سيدة الباب وبجانبها صديقتها، ليدخل رجل فيلقي عليهما التحية والثلاثة مبتسمين، ثم ينتقلون من بهو المنزل إلى الصالة، أين يجلس ثلاثتهم على الأريكة، تقوم الكاميرا بتنقل جانبي من الأريكة إلى الطاولة وبمركبة زوم أمامية يخرج الرجل من حقيبته علبة صغيرة بها خاتم فريد، تقترب الكاميرا أكثر من العلبة أين يخرج الصائغ الخاتم منها، إنه خاتم نباتي، قد يبدو هذا حلما ولكنها الحقيقة، تركز الكاميرا عدستها على الخاتم النباتي ثم تتعد شيئا فشيئا بمركبة زوم خلفية، يظهر الخاتم بعد ذلك وبلقطة قريبة جدا فوق نبتة خضراء حقيقية ليظهر في اللقطة الموالية وهو في أصبع المرأة، أين يقوم الصائغ في تلك اللحظة بالتحدث عن الخاتم الذي صنعه وعن قيمته الحقيقية، ثم يظهر الخاتم مرة أخرى في يد الصائغ ثم في يد المرأة مجددا حيث ترتديه في أصبع يدها اليمنى التي تقوم بتحريكها وهي مبتسمة وواثقة من نفسها، بعد هذه اللقطة تعيدنا عدسة الكاميرا وحبكة المونتاج الى المكان الأول والديكور السابق أين تظهر الغرفة التي يعمل فيها الصائغ، ثم يظهر الصائغ ويضع شيئا على الطاولة.

بعد ذلك يظهر كادر به صورة لامرأة يظهر وجهها فقط، وهي ترتدي قرطا من الذهب شكله غريب ولكنه أنيق، وبمركبة زوم أمامية يبدو القرط واضحا أكثر، يظهر بعدها الصائغ وهو جالس

أمام طاولة رسم ويشير بأصبعه إلى ورقة سوداء مرسوم عليها باللون الأبيض وجه امرأة ترتدي قرطا ملونا بالأصفر وشكله مختلف عن الأول، وهنا يتحدث الصائغ عن خاصية هذا القرط غير العادي. حيث أن صاحبه أرادت به عطرا يقطر على رقبتها خلال المساء، بعد القرط تظهر ورقة بها صورة حذاء أنيق جدا ليظهر الصائغ بعدها مرتديا نظارات عادية ومئزرا وأمامه طاولة صغيرة مغطاة بقماش أحمر عليه حذاء أنيق مصنوع من المجوهرات المتألثة وهو نفس الحذاء المصور في الورقة، بعدها وبحركة بانورامية دائرية يظهر لنا الحذاء من كل جانب.

ثم تظهر لنا صورة فوتوغرافية كبيرة فيها أيادي لנסاء عديدات تبرز أظافرهن ملونة بالأحمر وإلى اليسار يظهر خاتم من الذهب الأصفر مرصع بجوهرة حمراء ثمينة أخيرا يظهر الصائغ مرتديا نظارته وهو يتحدث عن شغفه وحبه للمجوهرات، كما يظهر بريق في عينه وهو يحكي.

ب - القراءة التضمينية:

يبدأ الموضوع بلقطة قريبة جدا لم تكن واضحة في البداية فقد ظهر بريق فقط، الأمر الذي يؤدي إلى تقوية الرغبة لدى المشاهد ودفعه إلى البحث عما وراء الصورة، ومع حركة زوم الخلفية تتضح الصورة تدريجيا ويخف البريق شيئا فشيئا، إنه خاتم ذهبي مرصع بالمجوهرات البيضاء وفي وسطه حجر ثمين أزرق، ومعروف عن اللون الأزرق أنه يمتاز بتخفيف التوتر والعصبية كما يبعث على الهدوء والتفأول¹.

بعدها تظهر يد رجل تمسك بقلم ملون أبيض وتقوم برسم قرط على أذن امرأة تم رسمها من قَبْل على ورقة سوداء، وهذه اللقطة القريبة تحرك فينا عنصر التشويق لمعرفة الشخص الذي يرسم ويصنع هذه المجوهرات، ثم يظهر بريق من نوع خاص، ومع حركة الزوم الخلفية يظهر لنا عقد من الكريستال موضوع في كادر فخم يليق بفخامة هذا النوع من الاحجار الكريمة، لتأتي الإجابة المنتظرة في لقطة قريبة أين يظهر وجه الصائغ "كريستوف لوران" وهو يضع نظارة مستطيلة الشكل من نوع خاص، وباقتراب العدسة من ملامح الشخصية المحورية نُختزل المسافات وتبدو الشخصية أكثر قربا

¹ -عمار عبد الرحمن: مرجع سابق، ص70.

وتأثيرا وتعبيرا، وهنا يبدو الصائغ من خلال ملامحه وقسماته أكثر هدوءا وتركيزا وانسجاما في عمله الذي بين يديه.

ثم تظهر لنا بعد ذلك طاولة عمل بها مجموعة من الأدوات التي تستخدم في النحت، مع مجموعة من العلب وكادر به صورة امرأة على شكل بورتري باللون الأبيض والأسود (أي غير ملونة) يظهر صدر المرأة عاريا ومن دون ملابس كما يبرز شق صدرها ترتدي عقدا من المجوهرات الثمينة، وفي هذا يحاكي جمال العقد جمال المرأة الطبيعي، فهي على بساطتها وشفافيتها جميلة لن تحتاج إلى ماكياج أو أي شيء آخر، سوى عقد كهذا ليزيد جمالها جمالا وبهاء، تقترب الكاميرا أكثر من الكادر بحركة زوم أمامية وهنا نرى بأن الجسد العارض هو الممر الأساسي الذي يأتي من خلاله المعروف إلى المتلقي، ليبقى الجسد الأنثوي محصورا بين الوظيفة والإغراء: عارضا ومغريا في آن، وهنا قد تتغير زاوية النظر لتصبح حاملة العقد هي الهدف وهي الأهم وليس العقد.

بعد صورة العقد تنقلنا الكاميرا إلى صور قرط مرسوم على ورقة وإلى جانبه قرط حقيقي يشبه القرط المرسوم وهذا دليل على براعة الصائغ ودقة عمله وكذا ابداعه وتميزه، ويعلق الصائغ بمصاحبة الصورة قائلا: " أنا أصنع فقط قطعا فريدة" ليظهر بعدها جالسا أمام طاولة رسم عليها كادر به أربعة صور لامرأة مستديرة ولكن يظهر وجهها، كذلك يبرز كتفها عاريا مع جزء من ظهرها، كما يوجد تمثال مصغر يجسد الجزء العلوي من جسم المرأة (الرقبة والصدر) حتى يجرب عليه العقود التي يصنعها، يتحدث بعدها الصائغ عن طريقة عمله وتعامله مع الزبائن حيث أنه يرسم أولا القطعة المراد صنعها والتي يجب ان تكون مريحة ومناسبة تماما للشخص الذي ستصنع له فيما بعد ، وهذا دليل آخر على أن العمل الذي يقوم به الصائغ ليس مجرد وحي أو هواية وإبداع بل هو عمل منظم ومدروس بشكل جيد، وهذا ما يمنحه قيمة أكبر، بعدها تظهر لقطة قريبة جدا ليد الصائغ وهو يرسم بواسطة ريشة خاتما على أصبع امرأة، ثم يأتي في التعليق ما يلي: " رسومات كريستوف قد تستغرق أشهرا ثم ينحت القالب بالشمع".

وهنا نجد أن الصورة باقترانها مع الصوت تفسح عن تفاصيل أكثر تعبيرا ودلالة¹، فإذا كانت مرحلة الرسم تتطلب شهورا فكم تتطلب مرحلة الصنع والانجاز إذا؟

¹ - طاهر عبد مسلم: مرجع سابق، ص99.

يظهر الصائغ بعدها حاملا لقطعة من الشمع الأحمر ثم يقوم بقطعها وصلقلها ونحتها إلى أن تظهر في شكلها النهائي ألا وهو خاتم، يواصل حديثه قائلاً: "أنا يمكن أن أقضي سنة، سنتين، ثلاثة سنوات، أربع سنوات لصنع قطعة واحدة ومن هنا فهي شخصية وفريدة" وهذا إن دل على شيء إنما يدل على إتقان ودقة الصائغ وتفانيه في عمله وتميزه كذلك، نلاحظ أيضا ارتدائه لمئزر أبيض ما يعكس انضباطه وتقيده بضوابط العمل المنظم والمتفاني، والبياض يرمز لقوة الصفاء والنقاء والوضوح¹ بعدها تظهر صورتان لحجرين كريمين بلونين مختلفين الأحمر والأخضر كل واحد منهما يلتصق بحجر آخر طبيعي، وهذا يدل على أنها أحجار كريمة خام حقيقية غير مزيفة في شكلها الأول، بعدها تظهر مجموعة من الأحجار النفيسة المصقولة بأشكال وأحجام مختلفة.

بعدها نقلنا عدسة الكاميرا إلى مكان آخر، فبعد ورشة العمل بأدواتها ووسائلها ندخل بيت إحدى الزبونات، وأمام مدخل البيت وبلقطة أمريكية تبرز الفعل والحركة تصور لنا الكاميرا امرأة ومعها صديقتها تقوم بفتح الباب ليدخل رجل يحمل معه حقيبة، ثم ينتقل ثلاثتهم إلى الصالة هذه المرة مع لقطعة متوسطة تبرز ديكور المكان، وهذا ما يضع المشاهد في علاقة حميمة مع الأشخاص الموجودين في الصورة فيحس كأنه موجود معهم، بعدها يُخرج الصائغ علبة من حقيبته بها خاتم من ذهب وهنا تقع المفاجأة أو الصدمة إن صح القول، فبدلاً من أن نجد حجراً ثميناً يزين الخاتم نجد نبتة خضراء حقيقية تكمل نموها في المستوعب الصغير الموجود في الخاتم، هذا الأخير يظهر بلقطة قريبة جداً في يد الصائغ، ثم بلقطة مماثلة وهو فوق نبتة خضراء حقيقية، "الصائغ فلوران" طور أول خاتم نباتي في العالم بعد عامين من الأبحاث، وهذا دليل عمل متقن وجدي عمل مبتكر ومبدع ومتميز في نفس الوقت، بعدها تركز الكاميرا على الخاتم وهو في أصبع المرأة ثم تتعد شيئاً فشيئاً لتظهر المرأتان بلقطة أمريكية تبرز الفعل والحركة، تحرك المرأة يدها وهي تبتسم بكل ثقة وتقول "لقد صنعت لي" يرد عليها الصائغ قائلاً: "لقد صممت من أجلك"، ربما هذا هو الشيء الذي يحمل معاني أكثر إحاطة ودلالة، يقول بارث BARTHES: "... كل استعمال يتحول إلى دلالة تغطي على الوظيفة وتلغيها"²، وهذا معناه أن المنتج المراد انتقاؤه واستعماله لن يقوم بوظيفة معينة بل يحيل على قيمة

¹ - عمار عبد الرحمن: مرجع سابق، ص72.

² - سعيد بنكراد: مرجع سابق، ص58.

وبالتالي على أسلوب معين في الحياة وتفكير معين ونمط عيش معين، لذا جاء هذا الموضوع ضمن برنامج "فن العيش".

إن الفرد وبقيامه لعملية الاستهلاك اليومي البديهية لا يدرك أنه يقوم بإرضاء حاجات ثقافية معينة لا علاقة لها بالمردودية الفعلية للمنتوج الذي ينتقيه، فهو يحيط نفسه بسلسلة من الدلالات تجعله يتوهم أنه سيد نفسه وسيد حاجاته وأنه منفصل عن الأشياء¹.

تقول المرأة أو الزبونة أو المستهلكة إن صح التعبير: "من الجيد الشعور أننا نملك شيئاً لا يملكه الآخرون".

وبما أن الغاية من وجود اللفظ هو تدعيم الصورة فإن الصّور التالية تؤكد ما قالته السيدة حيث تعيدنا عدسة الكاميرا إلى المكان الأول أين تظهر ورشة العمل الصغيرة التي يعمل فيها الصائغ "كريستوف" بعدها يظهر كادر به صورة لامرأة جميلة جدا، ترتدي قرطا من الذهب الأصفر شكله غريب ولكنه أنيق، ثم تقترب الكاميرا أكثر بحركة زوم أمامية لتثبيت الصورة في ذهن المشاهد حتى يتمكن من ربط علاقة بين جمال المرأة والقرط، فامرأة جميلة وفاتنة كهذه لا يليق بها إلا قرط جميل ومتقن بدقة كهذا الذي ترتديه، فالصائغ "كريستوف" يصنع فقط أشياء فريدة وجميلة، يظهر بعدها الصائغ وهو يتحدث عن قرط آخر مرسوم على ورقة طلبته إحدى السيدات وكان طلبها غير عادي، فهي تريد عطرا في جوهرتها يقطر خلال المساء!

صورة أخرى يظهر فيها حذاء أنيق مصنوع من الجواهرات المتألثة، وكان هذا طلب إحدى السيدات والذي تقدمت به منذ سنوات، وبحركة بانورامية دائرية تساعد على الوصف يظهر لنا الحذاء من كل جانب وهو موضوع على طاولة أنيقة مغطاة بالقماش الأحمر، هذا اللون له دلالات عديدة فهو يرمز حسب "والتر مازغلي" إلى الدم والحرارة، يدعو إلى الديناميكية والحيوية مثير يعبر عن عزة النفس والرغبة، ويرمز إلى الفرح والحياة والحب².

¹ - سعيد بنكراد: مرجع سابق، ص 59.

² - عمار عبد الرحمن: مرجع سابق، ص 66.

إذا قرأنا الموضوع من زاوية أخرى بعيدا عن الإبداع والإبتكار والجمال والتميز، بعيدا عن الإيقان والدقة، وإذا نظرنا إلى هذه المنتجات غير العادية يتبادر إلى الذهن مفهوم ثقافة ما بعد الحداثة حيث الانتقال من حالة الإشباع المادي إلى حالة الإشباع المعنوي¹ أين نجد إنسان ما بعد الحداثة منشغلا بتحقيق متعته الشخصية، فعالم الغرب الذي عرف تطورا وازدهارا في مجال الصناعة والإنتاج وصل إلى درجة من التشبع، دفع بتيار ما بعد الحداثة إلى الانصراف عن نمط الحياة الإقتصادية الصناعية، فالمجتمعات الغربية تجاوزت مرحلة الإنتاج من أجل الإنتاج ودخلت مرحلة جديدة هي مرحلة الاستهلاك لتحقيق وإشباع حاجات ورغبة معنوية.

تظهر كذلك صورة فوتوغرافية كبيرة الشق الأيمن منها يُصوّر لنا مجموعة من الأيدي لنساء عديدات تبرز أظافرهن بظلاء أحمر جذاب، بعدها تتحرك الكاميرا بطريقة بانورامية أفقية من اليمين إلى الشمال، وهذا يُساعد على تقوية التشويق وشد انتباه المشاهد وإثارة قلقه ما يدفعه إلى البحث ما وراء الصورة، وهنا يبرز لنا خاتم من الذهب الأصفر مرصّع بجمهرة حمراء كبيرة وثمينة، وكأن تلك الأيدي النسائية الجميلة تتهافت وتتشابك وتتسابق للحصول على الخاتم والظفر به ليزين أصبع أحدها.

أخيرا ينتهي الموضوع بلقطة قريبة يظهر فيها الصائغ "كريستوف" وهو يتحدث وعينه تلمعان ثم تظهر الدموع في عينيه ويقول: "المجوهرات هي حلمي الذي أعيشه الآن، إنه أسلوب حياة". وهذا يعكس قيمة عظيمة وهي حب العمل واحترامه والتفاني فيه والإخلاص له.

¹ - محمود فتحي عبد العال أبو دوح: ما بعد الحداثة إشكالية المفهوم، أنظر الرابط:

جامعة الأميرة
عبد القادر للعطوم الإسلامية

تحليل برنامج فن العيش: موضوع تصميم الألبسة: عدد 01 أوت 2010

2-2-1- التقطيع التقني للموضوع:

شريط الصوت			شريط الصورة					
التعليق	المؤثرات المصاحبة	الموسيقى الموظفة	مضمون الصورة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	نوع اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
Garance Doré أو Betty Caroline Daily هن نجمات عالم المدونات واليوم أصبحن يجددن أجواء الموضة، نفوذهن وصل الى حد باتت فيه كبرى الماركات.	لا توجد	موسيقى هادئة	صورة قريبة جدا من صفحة الانترنت وهي تشير الى أهم المدونات التي تبحث في الأزياء والموضة ، ومع صعود الصفحة في الانترنت تظهر صور عديدة ومتنوعة لنساء يرتدين آخر ما ظهر في مجال الموضة من ألبسة داخلية وخارجية وأحذية وحقائب يد بالإضافة إلى الكتابة المرفقة للصور وهي بالأجنبية (فرنسية) ثم تتغير الصفحة الى مدونة بالانجليزية.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	13 ثا	1
تلجأ الى خدماتهن	لا توجد	موسيقى هادئة	تظهر كاميرا للتصوير وخلفها يقف رجل، يظهر فقط الجزء السفلي من جسمه وبجركة الكاميرا الدائرية تظهر الكاميرا بجوانبها المختلفة كما يظهر الديكور وهو قاعة للتصوير به مجموعة من الأشخاص منهم الجالس ومنهم الواقف.	بانوراما دائرية	عادية	لقطة قريبة	1.14 ثا	2

مثل	لا توجد	موسيقى هادئة	تظهر قاعة التصوير بمعداتها وتقف في الوسط امرأة بدينة يقوم أحدهم بتعديل شعرها ثم يمر أمامهم رجل يحمل مروحة من الحجم الكبير، وأمامه رجل واقف مستدير بظهره ثم يذهبون ويتكونها لوحدها لأخذ صورها.	ثابتة	عادية	لقطة متوسطة	0.49 ثا	3
ستيفاني	لا توجد	موسيقى هادئة	تظهر المرأة السابقة بملابس مغايرة صدرها مكشوف، تستعد للتقاط صورة وهي تبتسم.	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	0.57 ثا	4
التي يطلق عليها اسم	لا توجد	موسيقى هادئة	المرأة ذاتها ترتدي ثيابا جديدة تضع شريطة على رأسها كما تضع يدها على رأسها	زوم أمامي	عادية	لقطة أمريكية	1.14 ثا	5
Big Beauty	لا توجد	موسيقى هادئة	ترتدي المرأة ثيابا برتقالية صدرها ويدها مكشوفان كما يبرز شق صدرها تستعد للتصوير وهي تبتسم بكل ثقة.	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الخصر	1.48 ثا	6
كنت دوما أنادي أنني أرغب في تصميم مجموعة ألبسة تشبهي لذا قاموا بالاتصال بي، وطلبوا مني أن أصمم مجموعة جديدة.	لا توجد	لا توجد	المرأة أو المصممة تقف في غرفة أمام الأريكة التي وضعت عليها مجموعة من الثياب وهي تتحدث عن كيفية دخولها في هذا المجال.	ثابتة	عادية	لقطة أمريكية	9.60 ثا	7
من قام بالاتصال هي إحدى أشهر ماركات البيع عن بعد	لا توجد	موسيقى هادئة	تقف المصممة في آخر قاعة التصوير ترتدي ثيابا جديدة خلفها على الأرض زهور متناثرة تستعد للتصوير وهي تقوم بحركات مثيرة ومبتذلة والى جانبها مصباح الإضاءة المستعمل في التصوير.	ثابتة	عادية	لقطة متوسطة	3.77 ثا	8

9	1.30	ثا	لقطة قريبة	عادية	ثابتة	يبرز في الصورة كلب بفرو أشقر وخلفه امرأة شبه جالسة تمسك بأذنيه وتحركه مائمين وشمالا.	موسيقى هادئة	لا يوجد	في فرنسا، ستيفاني
10	1	ثا	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	تظهر علامة على ما يبدو ماركة البيع التي تتعامل مع المصممة ولكن برزت الحروف الأولى فقط.	موسيقى هادئة	لا يوجد	ابتكرت عشرات
11	0.89	ثا	لقطة متوسطة	عادية	ثابتة	تظهر المرأة ترتدي لباسا أبيض فوق سجادة مليئة بالأزهار وأمامها رجل يقوم بتعديل مكياجها.	موسيقى هادئة	لا يوجد	القطع
12	1.40	ثا	لقطة قريبة	عادية	ثابتة	يظهر وجه المصممة على غلاف وتحت الصورة كتب الاسم الذي يطلق عليها وهو: Big Beauty.	موسيقى هادئة	لا يوجد	ثم قام المصممون
13	1.24	ثا	لقطة مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	تظهر المرأة وهي ترتدي لباسا أبيض وعلى يسارها مصباح الضوء، والنافذة وتمسك بيدها قطعة قماش سوداء.	موسيقى هادئة	لا يوجد	بإضافة اللمسات
14	1.24	ثا	لقطة مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	ترتدي المصممة ثوب آخر صدره مكشوف تكون بجانبها الأيسر ثم تستدير الى الأمام وتغمز بعينها وتفتح فمها، كذلك يبرز شق صدرها.	موسيقى هادئة	لا يوجد	الأخيرة عليها
15	10.36	ثا	لقطة أمريكية	عادية	تكون الكاميرا ثابتة ثم تصبح	تقف المصممة وسط الصالون بجانب الأريكة هذه الأخيرة عليها مجموعة كبيرة من الثياب، ثم تقوم بعرض	لا توجد	لا يوجد	هناك ثوب طويل جدا وآخر على شكل تشارت رغم أنه ملتصق

بالجسد يتميز بأكامه غير المتساوية.			بعض الثياب التي قامت بتصميمها.	بانوراما عمودية من أعلى الى أسفل				
مجموعة كاملة على صورة ما تدافع	لا يتوحد	موسيقى هادئة	تجلس المصممة خلف مكتبها وهي تعمل على الحاسوب.	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	2.4 ثا	16
عنه هذه	لا يتوحد	موسيقى هادئة	تظهر يد المصممة وهي تحرك فأرة الحاسوب.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	0.78 ثا	17
السيدة على موقعها أي الموضة للنساء الممتلكات.	لا يتوحد	موسيقى هادئة	يظهر الحاسوب مفتوح على موقع المصممة أين تبرز صورتها وهي ترتدي قميص أزرق كُتْمه الأيسر منخفض يُبرزُ كتفها وجزءا من صدرها.	زوم أمامي	عادية	لقطة قريبة	3.46 ثا	18
لدي نظرة مختلفة	لا يتوحد	موسيقى هادئة	تظهر في الصورة وبلقطة قريبة جدا عينا المصممة.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	1.36 ثا	19
عن النساء الممتلكات فأنا أبرز أجزاء الجسد أكثر مما أخفيها إنه تفكير الجايي.	لا يتوحد	لا توجد	يظهر موقع السيدة ثم تصعد صفحة الموقع تدريجيا فتظهر صورة المصممة وهي ترتدي ملابس عديدة تقوم بإبراز أجزاء من جسدها.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	6.43 ثا	20
فلنا أستلهم من الموضة البريطانية مثلا	لا يتوحد	لا توجد	تظهر أصابع المصممة وهي تتحرك فوق لوحة المفاتيح.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	3.23 ثا	21

22	4.53 ثا	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	يظهر موقع المصممة على الصورة به صورتها وهي ترتدي ثيابا صيفية أمام الميناء كما تظهر صورة أخرى وهي ترتدي نظارة.	لا توجد	لا يتوحد	تصاميم أكثر جرأة وحيوية من التصاميم التي قد نجدها في فرنسا
23	2.85 ثا	لقطة متوسطة	غطسية	زوم أمامي	تظهر أيضا المصممة بلباس جديد تقف مستعدة للتصوير وتقوم بحركات مبتذلة.	لا توجد	لا توجد	نظرة جديدة وتلقائية تحقق اليوم.
24	1.70 ثا	لقطة قريبة	عادية	ثابتة	تبرز في الصورة يد رجل أمامه جهاز كومبيوتر يقوم بمعالجة الصور التي التقطت للمصممة ويحولها إلى أحجام مختلفة.	لا توجد	لا يتوحد	نجاح هؤلاء المدونات
25	12.69 ثا	لقطة مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	تظهر المصممة جالسة على مكتبها وأمامها الحاسوب مفتوح على موقعها يظهر جزء من ديكور البيت والساعة معلقة على الحائط.	لا توجد	لا يتوحد	هن فتيات يشبهن العامة يمكن أن نلتقي بهن في الشارع أعتقد أن النجاح نابع منهن، يمكن أن نرى أنفسنا في هذه الشخصيات التي تبدو أقرب إلينا من فتيات المجالات مثلا.
26	4 ثا	لقطة قريبة	عادية	ثابتة	تظهر مجموعة من الصنادل أمام الكاميرا بألوان مختلفة وفي الخلف تظهر على يمين وشمال القاعة مجموعة من الرفوف تحتوي على مجموعة من الأحذية بألوان وأشكال وأحجام مختلفة.	موسيقى هادئة	لا يتوحد	مُصنَّع أحذية مشهور في فرنسا راهن بدوره على
27	2.74 ثا	لقطة مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	تظهر فتاة أمام مجموعة من الرفوف تأخذ من أحدها زوجان من الصنادل.	موسيقى هادئة	لا يتوحد	سقتمدونات وأعطاهن مطلق

الحرية لتصميم حذاء من ضمن المجموعة الجديدة	لا يتوحد	موسيقى هادئة	تظهر في الصورة فتاتان أمامهما مجموعة من الرفوف تأخذ إحداهما مجموعة من الأحذية وترجيها للكاميرا.	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الخصر	3.74 ثا	28
نظرة المدونات استهلاكية	لا يتوحد	لا توجد	على طاولة توجد مجموعة من الأحذية الشتوية والصيفية.	بانوراما أفقية من اليسار إلى اليمين	غطسية	لقطة قريبة	2.80 ثا	29
وقريبة من رغبات الناس هذه المقاربة هي التي أثارت إعجابنا.	لا يتوحد	لا توجد	في محل واجهته زجاجية تقف المرأة وهي مسؤولة تسويق خلف طاولة عرضت عليها مجموعة من الأحذية وحلقتها مجموعة رفوف مملوءة بالأحذية المتنوعة.	ثابتة	عادية	لقطة أمريكية	6.72 ثا	30
سيسيل هي التي اقترحت المشروع	لا يتوحد	موسيقى هادئة	تمسك الفتاة بمجموعة من الصنادل وتنزلها من الرف والكاميرا تتبع حركة النزول.	بانوراما عمودية من أعلى الى أسفل	عادية	لقطة قريبة	3.97 ثا	31
وفكرة التعاون مع الماركة	لا يتوحد	موسيقى هادئة	تقوم المصممة بوضع الصنادل على الطاولة	ثابتة	غطسية	لقطة قريبة	2.81 ثا	32
هذا ليس ابتكارا بالمعنى الحقيقي، إنه مجرد عملية دمج وتنسيق للقطع التي تثير اعجابنا للوصول في النهاية الى تصميم فريد	لا يتوحد	لا توجد	تقوم المصممة بشرح فكرة التصميم وحلقتها مجموعة من الأحذية والصنادل موضوعة على الطاولة و على الرفوف المعلقة على الجدار.	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الخصر	11.37 ثا	33
كل تصميم يحمل اسم مصممه	لا يتوحد	موسيقى هادئة	يظهر صندل بني بين يدي المصممة تقوم بفتح أحزمته ثم تنزله الى الأرض وترتديها في قدمها.	بانوراما عمودية من أعلى الى أسفل	عادية	لقطة قريبة جدا	2.80 ثا	34
هذا تصميم "سيسيل"	لا يتوحد	موسيقى هادئة	ترتدي المصممة الصندل في قدمها الأخرى وتقوم بعلق الحزام ثم تصعد الكاميرا بحركة عمودية ليظهر وجه	بانوراما عمودية من أسفل الى أعلى	عادية	لقطة قريبة جدا	2.80 ثا	35

			المصممة وهي تقوم بغلق الأحزمة.					
القدم اليمنى بلون الكونيك واليسرى باللون الأسود	لا توجد	لا توجد	يبرز الصندل في قدمي المصممة وبصعود الكاميرا تظهر المصممة ثم تعاود الكاميرا النزول ليبرز الحذاء مجددا في قدميها.	في هذه اللقطة استخدمت عدة حركات أولا تبدأ الكاميرا بحركة زوم إلى الخلف ثم تصعد في حركة بانوراما عمودية ثم تنزل بحركة بانورامية عمودية أيضا وتنتهي بزوم أمامي	عادية	لقطة قريبة	5.27 ثا	36
أنا اخترت تصميم نموذج بكعب عالي لأنني لا أنتعل حذاء من دون كعب بما أنني قصيرة القامة	لا توجد	لا توجد	تقف المصممة وهي تحمل الصندل ذي الكعب العالي، وتفسر سبب اختيارها لهذا التصميم ، وخلفها مجموعة رفوف مملوءة بأنواع الأحذية المختلفة	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	7.80 ثا	37
أنا لم أتمكن يوما من إيجاد النموذج الذي يعجبني	لا توجد	لا توجد	نفس الصورة السابقة لكن هذه المرة تقترب الكاميرا أكثر من الصندل	زوم أمامي	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	3.83 ثا	38
تصاميم المدونات الستة سيتم عرضها للبيع بدءا من نهاية شهر مارس في حين أن ألبسة ستيفاني ستعرض	لا توجد	موسيقى هادئة	تظهر مجموعة من اللقطات السريعة جدا تستخدم نفس اللقطة ونفس حركة الكاميرا وزاوية التصوير، تبرز مجموعة من التصاميم المختلفة للأحذية والصنادل والأحذية	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	9 ثا	39

			الرياضية					
ابتداء من السابع	لا يتوحد	موسيقى هادئة	تظهر أصابع رجل تحمل ريشة وتقوم بتلوين شفاه المصممة ستيفاني.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	0.74 ثا	40
من نيسان أبريل	لا يتوحد	موسيقى هادئة	تقف المصممة وهي تقوم بحركات مبتدلة ومشيرة.	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	2.17 ثا	41

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

2-2-2- تحليل الموضوع حسب مقاربة رولان بارت ROLAND BARTHES

تتطلب هذه المقاربة تقسيم القراءة إلى مستويين، مستوى أول تعيني أي وصف الصورة كما تظهر، ومستوى تسميني أي كيف قيل؟

أ - القراءة التعينية:

تظهر صورة قريبة جدا من صفحة الأنترنت وهي تُبرز أهم المدونات اللاتي يبحثن في مجال الموضة والأزياء ومع صعود صفحة الأنترنت تظهر أهم الأسماء التي برزت في هذا المجال :

Garance Doré

Betty

Garoline Daily

كما تظهر صور عديدة ومتنوعة لفتيات يرتدين آخر ما ظهر في عالم الموضة، من ألبسة داخلية، وخارجية، أحذية، حقائب، بالإضافة الي بروز الكتابة المرافقة للصور وهي أجنبية تكون فرنسية في البداية ثم تتغير الصفحة لتظهر مُدونة أخرى بالانجليزية. ثم تنتقل بنا الصورة الى صورة أخرى، وبلقطة قريبة تظهر لنا كاميرا للتصوير وبحركة بانورامية دائرية تبرز جوانبها المختلفة، كما يبرز المكان والديكور وهو عبارة عن قاعة للتصوير بها مجموعة من الأشخاص منهم الجالس ومنهم الواقف كما تظهر معدات التصوير، بعد ذلك تظهر امرأة بدينة واقفة تستعد للتصوير، وهي كذلك من أبرز المدونات اللواتي ساهمن في إثراء الموضة، ثم يقوم أحدهم بتعديل شعرها ومكياجها، بعدها تتوالى اللقطات وبسرعة كبيرة تظهر فيها المصممة بشباب مختلفة تشترك كلها في أنها تبرز أجزاء من جسمها، كما يظهر شق صدرها واضحا تماما، تنقلنا الصورة الموالية إلى مكان مغاير إنه بيت المصممة، حيث تقف هذه الأخيرة في غرفة الصالون وأمام أريكة عليها مجموعة من الثياب التي قامت بتصميمها، وتحدث عن كيفية دخولها الى هذا المجال، تظهر بعدها المصممة في قاعة التصوير بشباب جديدة تقف في آخر القاعة تستعد للتصوير، وهي تقوم بحركات مثيرة ومبتدلة، وبلقطة قريبة يبرز كلب بفرو أشقر وخلفه المصممة وهي شبه جالسة تمسك بأذنيه وتحركهما يمينا وشمالا، كما تظهر الحروف الأولى لعلامة البيع التي تتعامل معها المصممة، وبلقطة قريبة جدا يظهر لنا غلاف عليه صورة المصممة وتحتته الاسم الذي يطلق عليها وهو: "Big Beauty"

ثم تظهر مجموعة أخرى من اللقطات ترتدي فيها ثيابا مغايرة وتستعد لالتقاط صور لها، كما تظهر مجددا المصممة في صالون بيتها وأمام الأريكة تستعرض الثياب التي صممته، تنتقل الصورة إلى مكتب تجلس خلفه المصممة وهي تعمل على حاسوبها الشخصي، أين تفتح صفحة موقعها على الانترنت فتظهر صورتها مرتدية ثوبا أزرقا يبرز كتفا وصدورها، بعد ذلك تصعد صفحة الموقع تدريجيا فتظهر صورة المصممة بملابس عديدة تكشف عن أجزاء من جسدها.

بعدها تظهر لنا صورة لمجموعة من الصنادل بألوان مختلفة موضوعة على الأرض في محل لبيع الأحذية والصنادل، تظهر كذلك فتاة أمام مجموعة من الرفوف المملوءة بالأحذية، فتأخذ منها زوجان من الصنادل، هذه الفتاة هي في الأصل مدوّنة لكنها قامت بتصميم حذاء ضمن المجموعة الجديدة التي طرحها أحد مصنعي الأحذية المشهورين في فرنسا، وبلقطة قريبة وبزاوية غطسية تتحرك الكاميرا بحركة بانورامية أفقية من اليسار الى اليمين لتظهر أمامنا مجموعة من الأحذية الشتوية والصيفية موضوعة على طاولة، بعدها تنتقل بنا الصورة إلى صورة فتاة أخرى تقف خلف الطاولة التي عرضت عليها الأحذية، وخلفها مجموعة من الرفوف المملوءة بأنواع الأحذية، ثم تقوم الفتاة وهي مسؤولة تسويقية بشرح سبب اختيار المدوّنات لتصميم أحذية المجموعة الجديدة، تظهر بعدها المدوّنة التي صممت الأحذية الجديدة وهي تمسك بها لتنزلها من الرف وتضعها على طاولة عرض وتقوم بشرح فكرة التصميم الجديدة.

وبلقطة قريبة جدا ومع حركة الكاميرا العمودية من أعلى الى أسفل يظهر لنا الصندل الذي قامت بتصميمه، لونه بني، وهي تقوم بفتح أحزمته ثم تنزله الى الأرض وترتديه، وبنفس اللقطة القريبة جدا ومع نفس حركة الكاميرا البانورامية، ولكن هذه المرة من أسفل الى أعلى تظهر المصممة وهي ترتدي فردة الصندل في قدمها الأخرى وتغلق الحزام، هذه المرة لونه أسود.

بعدها تقف المصممة ممسكة الصندل ذي الكعب وتفسر سبب اختيارها للكعب العالي، بعدها تتوالى اللقطات بسرعة، تظهر فيها أنواع مختلفة من الأحذية والصنادل والأحذية الرياضية ثم يتم الإعلان عن موعد عرضها للبيع.

ثم تظهر لقطة قريبة جدا تبرز فيها شفاه مصممة الملابس "ستيفاني" التي تقوم أصابع رجل بتلوينها باللون الأحمر.

بعدها تأتي لقطة مقربة حتى الصدر تظهر فيها المصممة وهي تقوم بحركات مبتدلة ومثيرة كما يتم الإعلان عن موعد عرض ملابس المصممة.

ب - القراءة التضمينية:

يعد اللباس من أكثر الصور الثقافية التي تحمل معاني ودلالات مختلفة وقيم تعبيرية متنوعة¹ وهو من بين المرتكزات التي تعتمد عليها الموضة للتعبير عن الوجود²، وفي موضوعنا هذا نجد وجها جديدا للموضة برز من خلال عالم المدونات والإعلام الجديد.

فأول الصور التي ظهرت معنا كانت لقطة قريبة جدا من صفحة الإنترنت التي تبين أن التقدم التكنولوجي له دوره في التحكم في عالم الموضة، حيث أصبحت المدونات هن من يطلقن الموضة ويحددن أجواءها، ما يدفع بالماركات العالمية الكبرى البارزة في هذا المجال إلى السعي للتعامل معهن لإضفاء لمساتهن على آخر ما يُطرح في السوق، وبصعود صفحة الإنترنت نحو الأعلى تظهر أبرز الأسماء التي لمعت في هذا المجال مع مجموعة من التصاميم التي تتعلق بالأزياء والإكسسوارات وكل هذا كان كمقدمة للشخصية المحورية وهي "ستيفاني" التي يطلق عليها اسم "Big Beauty" هي الأخرى مُدَوّنة برزت في مجال الموضة لكن موضة البديئات أي النساء الممثلات، وهنا تظهر كاميرا تصوير بلقطة قريبة ومع حركة الكاميرا الدائرية التي تساعد على اكتشاف المكان بالتدرج نعرف أنه قاعة للتصوير به مجموعة من الأشخاص، كما تبرز معدات التصوير، لتظهر بعدها الشخصية المحورية ستيفاني وسط القاعة وهي ترتدي فستانا قصيرا ملتصقا بجسمها وأمامها رجل يقوم بتعديل شعرها بعدها تتوالى اللقطات التي تظهر فيها المصممة بثياب مغايرة في كل لقطة، بأشكال وألوان مختلفة لكن تشترك جميعها في أنها ملابس شبه عارية، كما تُبرز شق صدرها، وفي كل مرة تغير ثيابها تستعد لالتقاط صورها وهي تقوم بحركات مثيرة جاعلة جسدها واجهة لذاتها وانفعالاتها في عدد هائل من الحالات والأوضاع الجسدية للمرأة، فهي إما واقفة أو متحركة أو ساكنة ضاحكة أو باسمة، عارضة ومستهلكة أيضا منتوج تُلقِي به للتداول، فعبّر هذا هذا الجسد العارض يأتي المعروض إلى المتلقي ممزوجا بحالات متخيّلة، تهدف إلى إثارة بعض الحاجات الانسانية التي تقتضيها الحياة اليومية كضرورة

¹ - عبد الله الغدامي: مرجع سابق، ص 99.

² - سمير لعرج: الخطاب الإشهاري وفلسفة الأزمات في المجتمعات العربية، مرجع سابق

استخدام الباس بشكل يومي أو إلى إثارة كل ما له علاقة بالجاذبية، المتعة واللذة والإغراء الجنسي وهنا يكون الجسد هو الممر لكل هذا.

نجد كذلك صورة المصممة داخل منزلها أمام أريكة عليها كل الثياب التي ارتدتها أثناء التصوير، وهي تتحدث عن تصاميمها بكل ثقة وعن كيفية دخولها هذا المجال، ثم تظهر مرة أخرى وهي في قاعة التصوير بلباس غير محتشم وهو لباس مخل بالحياء لا يتماشى وثقافة المجتمع العربي المسلم، بالإضافة إلى قيامها بحركات مبتذلة ومثيرة، وكأنما تريد ان تقول بالرغم من أنني بدينة إلا أنني جميلة فاتنة جذابة ومثيرة وهي دعوة لكافة البدينات للتفاخر بأجسامهن بدل الخجل منها ولتحرير أجسادهن وإبراز مفاتهن بدل إخفائها فهكذا تكون أكثر جاذبية للرجل، تبرز في الصورة أيضا زهور ملقاة على الأرض خلف المصممة توحى بالجمال والانتعاش والصفاء والطبيعة، وهي دعوة لكل بدينة أن ترتدي ثيابا كهذه وتبرز مفاتنها وتبدو على طبيعتها، والملاحظ كذلك هو ظهور متنوع للألوان في الثياب المختلفة التي ارتدتها المصممة، والألوان هنا تحمل معاني ومشاعر سيكولوجية، وهي لغة إضافية يخاطب بها الجمهور المتلقي (المستهلك) كما أنها قوة لجذب النظر ولا سيما إذا استعملت في لباس المرأة، فنجد مثلا بروز الألوان التالية: الأبيض، البرتقالي، الأخضر والبنفسجي.

فاللون الأبيض: يوحى بالصفاء والراحة والنقاء.

والبرتقالي: هو همزة وصل بين الألوان الباردة والساخنة يثير الإحساسات المتعددة فهو يعث على الدفء، يوحى بالتباهي والفخر والاعتزاز، التألق والعظمة والإعجاب¹.

أما البنفسجي: اتخذه العشاق رمزا لهم لأنه يحرك الخيال لديهم ويرمز إلى العاطفة الهادئة والرقيقة.

والأخضر: لون الطبيعة والحياة، يجب القيادة².

¹ - سامية عواج: صورة المرأة في الاشهار التلفزيوني في الوطن العربي، - دراسة تحليلية مقارنة - رسالة الدكتوراه في الإعلام والاتصال

(غير منشورة) جامعة الجزائر، 2011، ص65.

² - عمار عبد الرحمن: مرجع سابق، ص64.

بعدها وبلقطة قريبة تُظهر لنا عدسة الكاميرا صورة كلب بفرو أشقر نظيف وجميل خلفه المصممة شبه جالسة تظهر قدمها حتى الركبة عارية وهي تمسك بأذنيه وتحركهما عابثة، وإذا تمعنا مع الكلب نجد من النوع النادر وكأما هو دلالة على الطبقة الإجتماعية الرفيعة، فالمرأة العصرية المتحضرة الأنيقة والمرحة، هي من ترتدي ثيابا كهذه وتتصرف بعفوية هكذا، وفي هذا دعوة كذلك إلى الفتيات أو السيدات من الطبقات الإجتماعية الأدنى إلى تقليد الطبقات الأعلى وهذا باقتنائها لتصميم و ثياب "Big Beauty" طبعاً.

بعدها تتوالى اللقطات التي تظهر فيها المصممة بثياب مختلفة وتقوم بحركات مبتذلة، تنقلنا الصورة إلى مكتب في منزل المصممة تجلس خلفه وهي تعمل على حاسوبها الشخصي أين تفتح صفحة موقعها على الإنترنت فتظهر صورتها مرتدية ثوبا أزرقا يبرز كتفها وصدرها، بعد ذلك وبصعود صفحة الموقع تدريجياً تظهر صورة المصممة بملابس عديدة تكشف أجزاء من جسدها ثم تعلق المصممة قائلة: " لدي نظرة مختلفة عن النساء الممتلئات، فأنا أبرز أجزاء الجسد أكثر مما أخفيها، إنه تفكير إيجابي".

طبعاً هو تفكير يكشف عن لغة الإيماءات والاحتفالات بالذات، يكشف عن لعبة اسمها الإغراء.

إن الصورة التي ظهرت بها المرأة بغض النظر عن الجمال والتميز، عن الإبداع والابتكار نجدتها سلبية أكثر، أولاً من خلال اللباس المخل بالحياء وهذا منافي لعادات وتقاليد المجتمع العربي المسلم، كذلك هي محاولة لتغيير هذه العادات والدعوة إلى استهلاك هذه المنتجات، ثانياً من خلال التصرفات والإيماءات، حيث تعد سلوكيات غير حضارية ولا تمتُّ للفتاة العربية والمسلمة خاصة بأية صلة.

وفي نفس الموضوع وهو إطلاق المدونات للموضة، نجد صورة لمجموعة من الصنادل بألوان مختلفة، أصفر، رمادي، بنفسجي موضوعة على أرضية محل لبيع الأحذية ، بعدها وبلقطة مقربة حتى الصدر تظهر شابة بلباس عصري هي في الأصل مدونة قامت بتصميم حذاء لحساب مؤسسة تصنع الأحذية، ثم تأخذ مجموعة من الصنادل الموضوعة على أحد الرفوف، وبزاوية غطسية تتحرك الكاميرا بحركة بانورامية أفقية من اليسار إلى اليمين وقد استعملت للوصف التدريجي وشد الإنتباه نحو مجموعة

من الأحذية الشتوية والصفية الموضوعة على طاولة منخفضة، بعدها تظهر مسؤولة التسويق لدى مؤسسة لتصنيع الأحذية خلف هذه الطاولة لتشرح سبب اختيار المدونات لتصميم أحذية المجموعة الجديدة فتقول: "نظرة المدونات استهلاكية وقريبة من رغبات الناس، هذه المقاربة هي التي أثارت إعجابنا".

حيث أصبحت النظرة إلى الحياة بصفة عامة على أنها استهلاك محض وتبديل للمنتجات في كل حين، وحتى يحقق المنتج أعلى المبيعات أصبح المعلنون يستعينون بشخصيات بارزة قريبة من الناس لتعلن أنه على الموضة¹.

فالوصول إلى المستهلك يجب أن يعتمد أسلوبا مباشرا مع الاستعانة بالمظهر التشخيصي الذي يساعد على إحداث التأثير.

تظهر بعدها المدونة التي صممت الأحذية الجديدة وهي تمسك بها لتنزلها من الرف، وهنا استخدمت الكاميرا حركة البانوراما العمودية من أعلى إلى أسفل وهذا لربط علاقة بعلاقة أخرى أين تضعها على الطاولة وتقوم بشرح فكرة التصميم المميزة، بعدها تمسك المصممة بالحذاء النسائي الذي صممته وتنزله على الأرض ثم ترتديه، واحد باللون الأسود والآخر باللون البني ثم تخبر قائلة: "أنا لم أتمكن يوما من إيجاد النموذج الذي يعجبني".

وكأنها تحاول نقل المتلقية (المستهلكة) من مجرد الاستهلاك الروتيني إلى عالم الاستهلاك الجمالي أين تجد الحيوية والإبداع والإبتكار والجمالية والمتعة والتميز خاصة، وبارتداء المصممة للحذاء الذي صممته ومع الزوم الأمامي في محاولة لإحداث رغبة أو عاطفة لدى المتفرج تخبر المستهلكة أنها لن تشتري حذاء بل أقداما جميلة.

يمكن أن نلاحظ في الموضوع بصفة عامة مبالغة كبيرة في الإستعانة بجسد وجمال المرأة للتحفيز على اقتناء منتج معين، أو محاولة الإقناع بفكرة معينة، وكأنه الوتر الأساسي والحساس في المجتمع العربي، وكل هذا يتنافى وطبيعة مجتمعاتنا العربية والمسلمة.

¹ - سمير لعرج: الخطاب الإشهاري وفلسفة الأزمات في المجتمعات العربية، (مرجع سابق)

نستطيع أن نقول أن الثقافة الجماهيرية* استطاعت ان تربط علاقة بين الأنوثة وحركة المجتمع الرأسمالي التي تتجه إلى هدف واحد ورئيسي وهو الاستهلاك، وهنا تدخل الأنثوية عالم الإقتصاد وقوة الصناعة والانتاج¹.

الخاتمة من عندي

الأستاذ الدكتور عبد القادر للعطوم الإسلامية

* - هناك شيء من التفصيل فيما يتعلق بهذا المفهوم في المبحث الأول من الجانب النظري.

¹ - نزيه الشوفي: مرجع سابق، ص93.

ثالثا: تحليل برنامج موضوعة: موضوع تصميم الألبسة و الأكسسوارات: عدد 27 أوت 2010

3-1-1- التقطيع التقني للموضوع :

شريط الصوت			شريط الصورة					
التعليق	المؤثرات المصاحبة	الموسيقى الموظفة	مضمون الصورة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	نوع اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
في عالم إكسسوارات الموضوعة والحقائب اليدوية يوجد بعض المصممين.	لا توجد	موسيقى هادئة	يظهر في الصورة حي صغير به ثلاثة عمارات ثم يأتي رجل ويدخل إحدى هذه العمارات وهي الموجودة على اليمين	ثابتة	عادية	لقطة الجزء الصغير	3.92ثا	1
الباريسيين	لا توجد	موسيقى هادئة	تظهر ورشة خياطة بها مجموعة من الطااولات عليها أقمشة وجلود وآلات القص والخياطة وبعض الرفوف كما يظهر رجل وامرأة كل واحد منهما يقف منفردا أمام طاولة وهما منهما كان في العمل.	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الخصر	1.30ثا	2
الذين ما زالوا يقاومون	لا توجد	موسيقى هادئة	تظهر أصابع المرأة وهي تحمل في اليمين مشرطا وباليسرى تضغط على مسطرة فوق قطعة قماش وتقوم بقصها.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	1.35ثا	3
هيمنة الماركات	لا توجد	موسيقى هادئة	يظهر وجه الرجل وهو ينظر الى أسفل تبدو نظرتة دقيقة وأكثر تركيزا.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة	1.14ثا	4

5	1.15	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	تظهر يدا الرجل وهم يحملان مقصا وتقوم ان بقص قطعة من الجلد مستعيرتين بمسطرة.	موسيقى هادئة	لا توجد	والعلامات التجارية
6	1.81	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	وبصورة أوضح وأقرب تظهر أصابع الرجل وهي تحمل المشروط وتقص قطعة القماش.	موسيقى هادئة	لا توجد	الكبرى، من هم هؤلاء؟
7	1.5	لقطة مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	يظهر رجل جالس على أريكة في غرفة ويظهر خلفه جزء من الديكور (المدفأة، بعض الرفوف).	موسيقى هادئة	لا توجد	الجواب في تقديم
8	1.20	لقطة متوسطة	عادية	زوم أمامي	نظرة امرأة جالسة على كرسي، الى جانبها من اليمين حقيبة كبيرة مخصصة للتسوق وخلفها طاولة بها حقيبتا يد ومجموعة من الملفات يظهر من خلفها كذلك نبات مخصص للزينة.	موسيقى هادئة	لا يوجد	ل: ثلاث مصممين
9	3.61	لقطة مقربة حتى الصدر	عادية	زوم أمامي	يظهر رجل جالس وخلفه بعض الرفوف ومجموعة من الحقائب النسائية المتنوعة الأحجام والأشكال، تقرب من الكاميرا شيئا فشيئا	موسيقى هادئة	لا يوجد	أولهم: "فيليب غوكو" الذي بدأ في البروز في التسعينيات
10	5.20	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	تبرز في الصورة يدا المصمم وهما يحملان حقيبة بنية اللون كبيرة الحجم مصنوعة من الجلد من الواضح أنه جلد ثعبان يقوم المصمم بتدويرها ثم يفتح سحاب الحقيبة.	موسيقى هادئة	لا يوجد	فترة انتقلت منها الحقيبة من مجرد قطعة جلد إلى جزء لا يتجزأ

من إكسسوارات الموضة	لا يوجد	موسيقى هادئة	هذه المرة يحمل المصمم في يده حقيبة نسائية صغيرة جدا لونها أسود يقلبها بين يديه ويقوم بغلق سحاب الحقيبة.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	1.60 ثا	11
"فيليب غوكو" يمزج بين العديد من التقنيات لكنه يفضل	لا يوجد	موسيقى هادئة	تظهر حقيبة أخرى هذه المرة لونها يجمع بين الأسود والبنفسجي	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	3.58 ثا	12
استعمال جلود، الخروف والعجل والشعبلن.	لا يوجد	موسيقى هادئة	هذه المرة نجد حقيبة يد بيضاء كبيرة فوق طاولة وبجانبا حقيبة بيضاء أصغر حجما ، ثم يظهر وشاح ملون يغطي الحقيبة الكبيرة شيئا فشيئا.	زوم أمامي	عادية	لقطة قريبة	2.96 ثا	13
نحن نتبع أيضا رغبات زبوناتنا إذا شعرنا أننا مستعدون	لا يوجد	لا توجد	يجلس المصمم يتحدث عن الحقائق التي يصنعها وخلفه طاولتان واحدة كبيرة بها مجموعة من الجلود فوق بعضها البعض يضيئها مصباح كبير وآخر صغير بها ماكينة خياطة.	ثابتة	عادية	لقطة أمريكية	5.10 ثا	14
لحمل حقائب يدوية في السهرة يجب العمل على ذلك	لا يوجد	لا توجد	في نفس المكان ومع نفس الديكور يأتي المصمم حاملا بيده حقيبة يد بيضاء صغيرة جدا ثم يتقدم الى الأمام شيئا فشيئا نحو الكاميرا.	زوم خلفي	عادية	لقطة مقربة حتى الخصر	2.92 ثا	15
لكن إذا شعرنا أنه	لا يوجد	لا توجد	يظهر الجزء العلوي من الحقيبة الصغيرة	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	2.15 ثا	16
علينا إغراء زبوناتنا بما نرغبه فنحن	لا يوجد	لا توجد	يحمل المصمم الحقيبة بين يديه ويقوم بفتحها وغلقها	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	6.90 ثا	17

نفل ذلك تدريجيا من موسم لآخر لكي تتعودن			وتقليبها حتى يعرضها أمام المشاهد بشكل جيد					
على حقائب أصغر، مثلا أنا أعتقد أن الحقائب الكبيرة المسماة OVER SIZE منتشرة كثيرا	لا يوجد	لا توجد	كذلك يحمل المصمم حقيبة يد صغيرة جدا لونها أسود تبدو مصنوعة من جلد الثعالب وحزامها مصنوع من السلاسل الحديدية، يحملها إلى أعلى وتقوم الكاميرا بتصويرها بحركة عمودية.	بانوراما عمودية من أعلى إلى أسفل	عادية	لقطة قريبة جدا	4.70 ثا	18
وتدريجيا سنعود زيهلانا على حمل حقائب صغيرة	لا يوجد	لا توجد	بعد ذلك يقوم المصمم بفتح حقيبة اليد الصغيرة فتبدو أكبر مما كانت عليه، ثم يفتحها بعد ذلك.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	4.50 ثا	19
عرفت المصممة "إلين نيبو في تزي" موسيقى هادئة	لا يوجد	موسيقى هادئة	تظهر صورة لامرأة تضع أحمر شفاه وفمها مفتوح على آخره وكأنها تصرخ أو مذهولة تغطي عينيها بواسطة حقيبة يد صغيرة مصنوعة من الفرو الأبيض ترتدي أقراطا من الذهب الأبيض مرصعة عليها جوهرة خضراء، كذلك في كل يد تلبس خاتما من الذهب الأبيض المرصع بنفس الجوهرة الخضراء تحمل في يدها اليمنى سوارا من الذهب الأصفر وترتدي في معصمها الأيسر سوار من الذهب الأبيض، تضع على أظفارها طلاء أحمر اللون وفي وسط أظفار يدها اليسرى حروف بالطلاء الأبيض، كل ظفر مكتوب عليه حرفا لتشكيل الحروف مجتمعة كلمة V.R.I.E ربما هي جزء من كلمة FEVRIER لأنه في أعلى يسار	بانوراما عمودية من أسفل إلى أعلى	عادية	لقطة قريبة جدا	2.50 ثا	20

			الصورة تظهر علامة 31 FEVRIER.					
نجاحا وشهرة بين أعوام	لا يوجد	موسيقى هادئة	يظهر في الصورة ألبوم به صورة لحقيبة سوداء أنيقة صممتها المصممة ثم تظهر يد رجل تقوم بتقليب الصفحة البلاستيكية الشفافة الموجودة فوق الصورة.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	1.70 ثا	21
1987 و	لا يوجد	موسيقى هادئة	صورة أخرى في الألبوم لحقيبة بيضاء فضية وكالعادة تظهر يد تقوم بتقليب الغلاف.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	3.10 ثا	22
1998	لا توجد	موسيقى هادئة	صورة أخرى بها حقيبة مربعة الشكل وكأنها قطع مركبة تشبه قطعة جل بي صغيرة أما غطاء الحقيبة فهو من الحرير الأسود، بينما خلفية الصورة بلون سماء الليل بها نجوم متألئة.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	0.92 ثا	23
بما ركبتها المسماة	لا يوجد	موسيقى هادئة	تبرز في الألبوم ورقة بيضاء مكتوب عليها بالفرنسية 31 FEVRIER وكذلك الشارع والرمز البريدي وباريس.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	1.14 ثا	24
واحد وثلاثون فبراير	لا يوجد	موسيقى هادئة	تظهر طاولة عليها حقيبة نسائية سوداء ومجموعة من المجلات المبعثرة ثم تبرز يد رجل تقوم بفتح مطوية طويلة وتضعها على الطاولة في كل ورقة تصميم لحقيبة مختلفة وجديدة.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة	1.30 ثا	25
ماركة تتميز بالدعابة والفكاهة	لا يوجد	موسيقى هادئة	تقترب الكاميرا من المطوية وتقوم بتصويرها ورقة بورقة	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	3.15 ثا	26

			<p>حيث تُسحب المطوية بالتدريج من ناحية اليمين لتظهر التصاميم المصورة واحدة تلو الأخرى، فتظهر في الصورة الأولى ساق امرأة ترتدي جوربا أسودا شفافا وتبرز يدها بجانب الساق تحمل حقيبة يد صفراء صغيرة، أما الصورة الموالية فهي حقيبة من جلد الثعبان مصنوعة بشكل لولبي وكأنها أسطوانة فوق أسطوانة وبجانبيها صورة ثعبان أما الثالثة فهي حقيبة سوداء صغيرة من الحرير الأسود داخل شكل يشبه الفانوس وخلفها حمامة بيضاء والصورة الأخيرة حقيبة مربعة الشكل.</p>					
المصممة تعود الى الواجهة اليوم بمباركة جديدة وأفكار جديدة.	لا يوجد	موسيقى هادئة	<p>تظهر صورة لامرأة حافية القدمين وحذاؤها أمامها ترتدي لباسا أسودا غريبا نوعا ما وشبه عاري ووجهها مغطى بكيس من القماش الأسود تحمل بيدها حقيبة سوداء بحجم كبير وتحمل على كتفها حقيبة صغيرة باللون البنفسجي.</p>	بانوراما عمودية من أسفل إلى أعلى	عادية	لقطة قريبة جدا	3.10 ثا	27
يأتيني الإلهام مما يدور حولي	لا يوجد	لا توجد	<p>تجلس المصممة فوق كرسي بجانبها حقيبة تسوق كبيرة رمادية اللون وخلفها طاولة بها مجلات وحقيبتين ونبات للزينة.</p>	زوم أمامي	عادية	لقطة متوسطة	5.65 ثا	28
من واقع الحياة اليومية	لا يوجد	لا توجد	<p>تظهر يد المصممة تحمل حقيبة نسائية صغيرة بنية اللون تلتصق بها محفظة نقود صغيرة أيضا.</p>	بانوراما عمودية من أسفل الى أعلى	عادية	لقطة قريبة جدا	3.10 ثا	29

وبالتالي فموضوعي أساسي	لا يوجد	لا توجد	تقترب الكاميرا من محفظة النقود أين تظهر يد المرأة وهي تقوم بفتحها وغلقها	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	1.75 ثا	30
يدور حول المال، حول محفظة	لا يوجد	لا توجد	تظهر حقيبة سوداء مرتفعة في الهواء ثم تبرز يد المصممة التي تقوم بتدويرها	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	2.65 ثا	31
النقود، كي نرجع إلى	لا يوجد	لا توجد	وبلقطة قريبة جدا يبرز قفل المحفظة الذي تقوم يد المصممة بإغلاقه.	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	2.97 ثا	32
أمور جافة أكثر، أمور ذات بناء منظم ومركب، وبهذا نتخلى عن الأشياء التي لا علاقة لها بالحقيبة	لا يوجد	لا توجد	تظهر يد المرأة تحمل قطعة نقود ، تتبع الكاميرا قطعة النقود من أعلى إلى أسفل إلى أن تضعها المرأة في المحفظة التي تقوم بتقليبها بعد ذلك ثم تفتحها.	بانورا عمودية من أعلى إلى أسفل ثم تبقى ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	9.51 ثا	33
إلى أمور مُنْفَعَة	لا يوجد	لا توجد	نفس (اللقطة 28) أين تجلس المرأة على الكرسي وبجانب الحقيقتي وخلفها الطاولة	ثابتة	عادية	لقطة متوسطة	2.25 ثا	34
هذه الفكرة التي تراود المصممة	لا يوجد	موسيقى هادئة	في حي وأمام منزل تقف المصممة وأمامها عربة يرمي أحدهم (لا يظهر في الصورة) بحقيبة تسوق كبيرة تمسك بها المصممة ثم تدخلها في العربة.	ثابتة	عادية	لقطة متوسطة	2.46 ثا	35
منذ 10 سنوات، أصبحت حقيقية	لا يوجد	موسيقى هادئة	تواصل المصممة توظيف الحقيبة داخل العربة حتى	ثابتة	غطسية	لقطة قريبة	2.85 ثا	36

			تأخذ شكلها.					
37	2.20 ثا	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	تظهر يد المصممة وهي تقوم بغلق الحقيبة.	موسيقى هادئة	لا توجد	فهني تتعاون مع شركة معروفة للحقائب
38	4.18 ثا	لقطة متوسطة	عادية	ثابتة	نفس الصورة في اللقطة 35 تعاد مرة أخرى.	موسيقى هادئة	لا توجد	المنزلية لتزيينها بتصاميمها - الموضة في الحياة
39	3.24 ثا	لقطة متوسطة	عادية	ثابتة	تكون المصممة قريبة من الكاميرا التي تركز على الحقيبة ثم تأخذ حقيبتها وتبتعد بعيدا	موسيقى هادئة	لا توجد	اليومية نظرية أصبحت واقعا
40	2.08 ثا	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	تظهر أصابع رجل تحمل لوحا مربع الشكل به مجموعة من السيور الجلدية	موسيقى هادئة	لا توجد	ننقل الى "ايرسيل" هذه الشركة
41	4.44	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	تبرز يد الرجل أين يمسك بيده اليسرى سيرا من الجلد ويربطه حول معصم يده اليمنى	موسيقى هادئة	لا توجد	الناشئة، حداثة نشأتها ترغمها على التركيز على مقومات
42	5.18 ثا	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	يظهر الرجل وهو يرتدي الجينز ويطنه عاري تركز الكاميرا على خصره أين يربط حوله حزاما من الجلد ويقوم بإغلاقه	موسيقى هادئة	لا توجد	تختلف عن باقي الماركات، إنها إكسسوارات الأسورة و الأحزمة والسيور من الجلد
43	10.47 ثا	لقطة أمريكية	عادية	ثابتة	يجلس المصمم على حافة الأريكة في الصالون أين يبرز	لا توجد	لا توجد	يمكنكم أن تشتروا مرة أخرى حزاما من الجلد، واستعمال نفس القفلة، والحلقة من الفضة، إنها فكرة الأمور

الدائمة والتي نحافظ عليها، هذا ما أحب			الأثاث واضحاً، ويقدم بعض التوضيحات عن استعمال الأحزمة					
ثلاثة مصممين باريبيين متميزين	لا يوجد	موسيقى هادئة	تصور الكاميرا يد المصمم الذي وضع في معصمه سوارين من الجلد واحد أبيض والآخر أسود ثم يقوم بتدوير يده	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	3.9 ثا	44
إذن، يحاولون الإبقاء وتطوير تقنيات	لا يوجد	موسيقى هادئة	يحمل المصمم سلسلة من الجلد وتقوم الكاميرا بتصويرها من أعلى الى أسفل	بانوراما عمودية من أعلى الى أسفل	عادية	لقطة قريبة جدا	3.72 ثا	45
فريدة من نوعها، تجعل من مجال العمل الحرفي في إكسسورات الموضة، محل إبداع و ابتكار دائمين	لا يوجد	موسيقى هادئة	يربط المصمم حزاما على يده اليميني ثم يقوم بتدويرها ليرز شكل الحزام النهائي بعد لفه وغلقه	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	8.57 ثا	46

3-1-2- تحليل الموضوع حسب مقارنة رولان بارث: ROLAND BARTHES

تقودنا هذه المقاربة إلى الحديث عن مستويين اثنين يُتَّبَعان أثناء عملية التحليل أولهما هو القراءة الوصفية السطحية وثانيهما هو القراءة الضمنية.

أ - القراءة التعيينية:

يبدأ الموضوع بلقطة الجزء الصغير أين يظهر حي به ثلاث عمارات ثم يأتي رجل ويدخل إحداها، بعدها تأخذنا عدسة الكاميرا إلى ورشة خياطة بها مجموعة من الطاولات عليها أقمشة وجلود وآلات القص والخياطة وبعض الرفوف، كما يظهر رجل وامرأة كل واحد منهما يقف منفردا أمام طاولة منهما في عمله.

وبلقطة قريبة جدا نرى أصابع المرأة وهي تقص قطعة قماش بواسطة مشرط، ليظهر بعدها وجه الرجل وهو مركز في عمله كما تظهر يداها وهما تحملان مشرطا وتقومان بقص قطعة من الجلد، بعدها يظهر ثلاثة مصممين كل واحد على حدى، إذ يظهر رجل جالس على أريكة ثم تظهر امرأة تجلس على كرسي وأمامها حقيبة نَسُوْق كبيرة وخلفها طاولة مملوءة بالحقائب والمجلات، وأخيرا يظهر رجل جالس وخلفه بعض الرفوف ومجموعة من الحقائب النسائية، تقترب الكاميرا منه بحركة زوم أمامية، بعدها وبلقطة قريبة جدا تبرز يداها وهما تحملان حقيبة جلد بنية، من الحجم الكبير، يقوم بتدويرها ثم يفتح سَحَّاب الحقيبة، وبنفس اللقطة القريبة جدا تتوالى مجموعة من اللقطات يظهر فيها المصمم وهو يحمل حقائب نسائية متنوعة الأحجام والأشكال والألوان، ثم نجده جالسا يتحدث عن الحقائب التي يصنعها وكيف يبلي رغبات زبائنه وخلفه طاولتان، واحدة كبيرة عليها كمية كبيرة من الجلود وأخرى صغيرة عليها ماكينة خياطة، بعدها في نفس المكان ونفس الديكور يأتي المصمم حاملا بيده حقيبة يد بيضاء صغيرة جدا، ثم يتقدم إلى الأمام شيئا فشيئا نحو الكاميرا، يقوم بعدها بفتحها وغلقها وتقليبها حتى يتمكن المشاهد من رؤيتها بشكل جيد، بعدها يحمل المصمم حقيبة أخرى من جلد الثعبان وبسلاسل حديدية ثم يفتحها فتبدو أكبر حجما مما كانت عليه، بعدها يأتي دور المرأة لإبراز تصاميمها، فتظهر لنا صورة لامرأة تضع أحمر شفاه وفمها مفتوح على آخره وكأنها تصرخ أو مدهولة، تغطي عينيها بواسطة حقيبة يد صغيرة مصنوعة من الفرو الأبيض ترتدي مجوهرات من الذهب الأبيض وأظافرهما ملونة بطلاء أحمر كل ظفر مكتوب عليه حرفا فتشكل الحروف مجتمعة

كلمة: V.R.I.E كما يوجد أعلى بيسار الصورة علامة: 31 FEVRIER بعدها يظهر ألبوم به مجموعة صور لحقائب متنوعة بأشكال وألوان مختلفة كما تظهر فيه ورقة بيضاء مكتوب عليها بالفرنسية: 31 FEVRIER وكذلك الشارع والرمز البريدي وباريس، بعدها تظهر في الصورة طاولة عليها حقيبة نسائية وبعض المجلات المبعثرة، ثم تبرز يد رجل وهي تفتح مطويةً وتضعها على الطاولة، في كل ورقة تصميمٌ لحقيبة جديدة، ففي الأولى: نرى ساق امرأة ترتدي جوربا أسودا شفافا وبجانبها يدها وهي تحمل حقيبة صفراء صغيرة، وفي الثانية: نجد حقيبة من جلد الثعبان مصنوعة بشكل لولي وكأنها أسطوانات فوق بعضها وبجانبها صورة ثعبان، أما الثالثة: فهي حقيبة سوداء صغيرة من الحرير الأسود داخل شكلٍ يُشبه الفانوس وخلفها حمامة بيضاء، تنقلنا الصورة إلى صورة امرأة حافية القدمين وحذاؤها أمامها ومع حركة الكاميرا العمودية نحو الأعلى يبرز لباسها الأسود الغريب نوعا ما والشبه عاري، كذلك وجهها مغطى بكيس من القماش الأسود تحمل بيدها حقيبة سوداء بحجم كبير، وتحمل على كتفها حقيبة صغيرة باللون البنفسجي.

بعدها تعرض المصممة مجموعة من الحقائب النسائية التي قامت بتصميمها وكُلها لها علاقة بمحفظة النقود بعدها وبحركة بانورامية عمودية من أعلى إلى أسفل تتبع عدسة الكاميرا يد المصممة وهي تحمل قطعة نقود إلى أن تضعها في المحفظة الصغيرة، بعدها تنقلنا الكاميرا إلى مكان آخر، في حي وأمام منزل تقف المصممة وأمامها عربة ثم يرمي لها أحدهم بحقيبة تسوق كبيرة، فتمسك بها وتدخلها في العربة وتقوم بتوظيفها ثم تأخذها بعيدا وتذهب.

بعد تقديم المصممين السابقين يأتي دور المصمم الثالث والمتخصص في صناعة السيور والأحزمة الجلدية، تظهر لنا أولا أصابع المصمم وهي تحمل لوحا مربع الشكل به مجموعة من السيور الجلدية، ثم يمسك بسيرٍ ويلقّه على معصم يده اليمنى، بعدها يظهر المصمم وهو يرتدي الجينز وبطنه عاري، أين تركز الكاميرا على خصره وبلقطة قريبة جدا، ثم يربط المصمم حوله حزاما من الجلد ويقوم بإغلاقه.

يجلس المصمم بعدها في الصالون وعلى حافة الأريكة ليقدم بعض التوضيحات عن استعمال الأحزمة، تظهر بعدها يده وهي تضع سوارين من الجلد الأبيض والأسود حول معصمه، ثم يحمل سلسلة من الجلد، وأخيرا يربط حزاما من الجلد على يده اليمنى ثم يقوم بتدويرها ليبرز شكل الحزام النهائي بعد لفه وغلقه.

ب - القراءة التضمينية :

تبدأ الصورة بلقطة الجزء الصغير التي تسمح لنا بوصف المكان وإبراز الموقع، فهو عبارة عن حي بسيط أين تظهر ثلاثة عمارات ثم يأتي رجل ويدخل إحداها، لتنقلنا الكاميرا إلى ورشة خياطة أين نجد رجلا وامرأة منهماكين في العمل، وباستخدام اللقطة القريبة جدا تظهر أصابع المرأة وهي تحمل مشرطا ومسطرة وتقوم بقص قطعة قماش ثم يظهر وجه الرجل بلقطة قريبة تساعدنا على كشف نفسيته، إذ يبدو هادئا منسجما ومركزا تماما في عمله، ثم تظهر يدها بلقطة قريبة جدا وهو يقوم بقص قطعة من الجلد، ويستخدم هذا النوع من اللقطات من أجل تركيز الانتباه وتشبيته في الذاكرة، ليصل بنا إلى فكرة مفادها أن العمل في مجال الموضة وإكسسواراتها لا يتطلب وجود مصانع كبرى وآلات ضخمة وإمكانات مادية هائلة من أجل إنتاج عمل متقن ومتميز، فبواسطة العمل اليدوي وبعض الوسائل البسيطة يمكن منافسة أكبر الماركات والعلامات التجارية الكبرى، ثم تأتي المفردات اللغوية المصاحبة للصور لتخبر أن هذا ما فعله بالضبط المصممين البارسيين الذين برزوا في مجال الإكسسوارات والحقائب اليدوية، ثم تتوالى اللقطات وبحركة زوم أمامية تظهر لنا صورة لثلاثة مصممين رجلان وامرأة كجواب ينتظره المشاهد ليشبع فضوله ويعرف هؤلاء المصممين البارزين في مجال الموضة، يظهر أولا مصمم شاب يجلس على أريكة داخل غرفة وهو يبتسم، ثم تظهر امرأة جالسة على كرسي ترتدي لباسا عصريا، وأخيرا يظهر رجل يرتدي سترة من الجينز ويربط منديلا أزرقا وأيضا حول عنقه وخلفه مجموعة من الرفوف والحقائب المعلقة، وكنوع من الدعاية تظهر تصاميم المصمم الأخير في لقطات متتالية قريبة جدا، في كل لقطة يظهر حاملا لحقيبة بشكل وحجم ولون مختلف عن اللقطة الموالية. فمرة تظهر كبيرة الحجم وباللون البني المتدرج ومرة تظهر صغيرة الحجم وباللون الأسود وأخرى متوسطة باللون الأسود والبنفسجي ورابعة باللون الأبيض.

والألوان تُولَّد انطباعا وإحساسا ذاتيا داخل كل إنسان ولها دلالاتها فمثلا: الأسود يوحي بالفخامة¹ كما يوحي بالرزانة والهدوء²، أما البنفسجي وبدججه مع الأسود يوحي بالعظمة والكبرياء والشموخ³ وهو أيضا يدعو إلى العاطفة الهادئة⁴، أما اللون البني فحسب الباحث "لانغ" هو لون

¹ - سامية عواج: مرجع سابق، ص 66.

² - عمار عبد الرحمن: مرجع سابق، ص 65.

³ - هيام المعمرى: مرجع سابق، ص 139.

⁴ - عمار عبد الرحمن: مرجع سابق، ص 64.

هادئ ومحافظ¹، أما الباحث "ماكس لوشر" فيرى أن اللون البني يوحى بالراحة والأمان كما أن هذا اللون يستخدم بنجاح لترويج السلع التي تستهلكها المرأة الناضجة².

وهنا تم الإعتماد على جمالية المنتج وإبراز خصائصه للتأثير في نفسية المستهلك من خلال الحضور المادي للمنتج باعتباره حالة مادية محسوسة سهلة الإدراك، بعدها يجلس المصمم في ورشة أين نجد مجموعة من الجلود وماكنة خياطة، وبلقطة أمريكية تساعد على إبراز الفعل والحركة يتحدث بكل ثقة عن تلبية لرغبات الزبائن (النساء طبعاً) وفي هذا رسالة واضحة مفادها أن المستهلكة لن تجد سلعة جاهزة لتقتنيها كما الحال في الماركات الكبرى فيما تتوافق مع ذوقها فتأخذها أو لا فتتركها، ولكن مع هذا المصمم فستجد السلعة حسب الطلب وحسب الذوق والرغبة كيفما شاءت ومتى شاءت، وإن أراد أن يُغري زبوناتة بما يريد فإنه يفعل ذلك تدريجياً.

بعدها تظهر لنا صورة مفاجئة لامرأة تحمل بيدها حقيبة يد صغيرة مصنوعة من الفرو الأبيض به نقاط سوداء وتغطي بها عينيها، فمها مفتوح عن آخره وكأنها تصرخ أو مذهولة، تضع أحمر شفاه فاقع كما تضع طلاء أظافر أحمر اللون وترتدي مجوهرات من الذهب الأبيض المرصع بالجواهر الخضراء والبيضاء ومع حركة الكاميرا العمودية من أسفل إلى أعلى تظهر أعلى الصورة علامة 31 FEVRIER وهي العلامة التي اشتهرت بها المصممة "إلين نيوميأتري" ما يجعلنا ندرك أن تصاميمها متميزة خارجة عن المألوف والعادة وليست كغيرها من التصاميم المكررة، والجلي في الصورة أنها تعكس الثراء، الرفاهية والراحة، فالأظافر أنيقة وملونة والمجوهرات ثمينة كما أن الحجر الأخضر الموجود في كل جوهرة يدل على النعيم والرخاء³.

وقد استخدم اللون الأحمر على شفاه المرأة ليثير الانتباه ويدعو إلى الفتنة، وإذا أمعنا النظر في دلالات الصورة نجد أن امرأة ثرية كهذه لن يعجبها أي شيء، ولن تقبل بأي شيء، ومع هذا فهي مذهولة ومنبهة بالحقيبة التي بين يديها وما المفردة الدلالية " 31 FEVRIER " إلا تأكيد على تميز وتفرد هذه العلامة، فهي القادرة على جعل كل سيدة راضية ومقتنعة بما لديها بل ومذهولة من فرط الإعجاب، أما وضع الحقيبة مكان العينين لتغطيتهما لم يكن اعتباطياً وإنما مقصوداً، فأول ما

¹ أحمد بوخاري: مرجع سابق، ص 105.

² نفس المرجع، ص 107.

³ عمار عبد الرحمن: مرجع سابق، ص 71.

يشد انتبهانا في الوجه هو العينين ووضع حقيبة اليد مكائهما محاولة لتركيز الانتباه عليها كذلك الحروف الفرنسية التي كتبت على أظافر السيدة وهي "VRIE" تشكل جزء من كلمة FEVRIER وهذا لتثبيت هذه الماركة في الذهن.

تتوالى بعد ذلك مجموعة من الصور التي تعرض أهم المنتجات التي قامت المصممة بتصميمها وكلها وجه لعلامة واحدة "31 فبراير" فمهما تعددت أشكال المنتج وتنوعت شكلا وحجما فهي تظل منتمية لماركة واحدة تبقى أساس التعرف على كل النسخ وهي العنصر الموحد والحاضن لها¹ وهنا يمكننا أن نقول أن الماركة أصبحت بمثابة ميثاق اجتماعي وثقافي واقتصادي يبعث على الثقة والأمانة والارتباط والتركية².

نجد مثلا في الصورة الأولى ساق امرأة ترتدي جوربا شفافا، تمسك بيدها حقيبة نسائية صغيرة صفراء اللون، والغريب أن حامل الحقيبة يشبه الأغلال التي يقيد بها السجناء، وهي ملتصقة بيدها تماما وكأنه لا خلاص ولا مهرب لهذه السيدة من هذه الحقيبة، فالوقت الذي قررت فيه أن تضعها في يدها التصقت بها تماما وصارت أسيرة لها ولن تفكر في حقيبة غيرها واللون الأصفر يؤكد ذلك فهو يرمز إلى التفاؤل والحيوية والفرح المفاجئ³ كما يبعث على الهدوء⁴، أما الخلفية الزرقاء فهي تساعد على تخفيف التوتر وتبعث على التفاؤل والهدوء⁵. أما ساق المرأة فهي عامل جذب وإثارة لا أكثر، والصورة الثانية عبارة عن حقيبة لولبية الشكل مصنوعة من الجلد وبجانها ثعبان حقيقي دلالة على أنها مصنوعة من جلد الثعبان، لوئها البنفسجي يعبر عن الأحلام والهواجس عن الغموض والكرامة أيضا⁶.

أما الصورة الثالثة فهي عبارة عن حقيبة يد سوداء داخل قفص ذهبي يشبه الفانوس وفوقها حمامة بيضاء، لطالما ارتبط الفانوس بالمارد السحري الذي يحقق الأحلام ويقدم كل شيء لمن يحصل على الفانوس على طبق من ذهب وهو آمن ومطمئن، فكانت الحمامة رمز أمن واطمئنان لاختيار

¹ - سعيد بنكراد: مرجع سابق، ص 57.

² - نفس المرجع، ص 58.

³ - هيام المعمرى: مرجع سابق، ص 139.

⁴ - عمار عبد الرحمن: مرجع سابق، ص 71.

⁵ - نفس المرجع ص 70.

⁶ - المرجع نفسه، ص 67.

هذه الماركة غير العادية التي ستمنح من تشتريها شعورا بالفخامة والانتعاش، بالغنى والوفرة وهذا ما يرمز إليه اللون الوردى¹ الذي استخدم في خلفية الصورة، أما لون القفص الأصفر الذهبي فهو دليل عزّ وفرح وسرور، دليل اليسر والازدهار والرخاء².

بعدها تأتي صورة غريبة نوعا ما أين نجد امرأة بلباس غريب عاري يكشف أجزاء عديدة ومثيرة من جسدها تحمل بيدها حقيبة كبيرة وفوق ركبتيها تلتصق حقيبتا نقود صغيرتان، واحدة مفتوحة والثانية مغلقة وعلى كتفها حقيبة يد صغيرة أيضا، تظهر المرأة كذلك حافية القدمين مغطاة الرأس مثل السجين الذي سيُعدم وقد كان اختيار حركة الكاميرا البانورامية العمودية من أسفل إلى أعلى ذكيا جدا لأن هذه الحركة تفيد في ربط علاقة بأخرى، فقد ظهرت أولا أقدام السيدة الحافية مع حقيبة اليد الكبيرة، وبصعود الكاميرا إلى أعلى تظهر الحقائق الصغيرة الأخرى لنرى في النهاية رأسها المغطى وهذا دليل خضوع وانقياد، دليل استسلام للمرأة وبعد حصولها على هذا النوع من الحقائق من ماركة "31 فبراير" أصبحت أسيرة لها منقادة وخاضعة لا ترى أي نوع آخر من الحقائق.

برزت في الصورة كذلك ثلاثة ألوان: الأصفر الصارخ ويدل على الجمال والتألق والحيوية، والوردى الذي يعبر عن الفخامة والانتعاش،³ أما اللون الأسود وإن كان يرتبط لدى البعض بمفهوم الحزن والتشاؤم إلا أنه في عالم الأزياء يُعدُّ ملك الألوان والسهرات.⁴

بعدها تظهر المصممة جالسة أمام مكتبها وهي تتحدث عن إبداعاتها في مجال الحقائق النسوية ومع الرسالة اللغوية تظهر مجموعة من حقائق النقود بأشكال وأحجام وألوان مختلفة أين تضع في إحداها قطعة نقود معدنية، تقول المصممة: "موضوعي الأساسي يدور حول المال، حول محفظة النقود، كي نرجع إلى أمور جافة أكثر، أمور ذات بناء منظم ومركب".

وفي هذا دعوة لنشر المزيد من الاستهلاك ولتحقيق المزيد من الأرباح، فالجتمعات الغريبة ذات الطبيعة الرأسمالية ترى في المال والمادة عصب الحياة اليومية فلا شيء يتم دونه، وتسعى جاهدة لنقل

¹ عمار عبد الرحمن: مرجع سابق، ص 67.

² سامية عواج: مرجع سابق، ص 65.

³ عمار عبد الرحمن: مرجع سابق، ص 67-68.

⁴ نفس المرجع، ص 73.

الأنماط الاستهلاكية من دولها الصناعية إلى دول العالم الثالث¹ هذا الأخير مازال يعاني من النقص في الإنتاج والتبعية في الاستهلاك، الأمر الذي يدعو إلى حدوث اضطرابات اقتصادية كبيرة بالإضافة إلى إلحاق الأفراد بالمجتمعات الاستهلاكية، وتحويلهم من أشخاص عاديين إلى مستهلكين مستمرين ليظهر ما يصطلح عليه بـ: "الرضيع الأبدي" أو "المستهلك الأبدي"².

بعدها تنقلنا عدسة الكاميرا إلى صور أخرى تحدثنا عن منتج آخر من منتجات إكسسوارات الموضة وهي الأسورة والأحزمة والسيور الجلدية، إذ يظهر المصمم وهو يحمل مجموعة من السيور ثم يقوم بلف أحدها حول معصمه لكي يتمكن المشاهد المتلقى من معرفة كيفية استخدامها، بعدها يظهر لنا وهو يضع حزاما جلديا على خصره ثم يغلقه، ليتحدث بعدها عن ميزة المنتجات التي يُقدمها على أنها "فكرة الأمور الدائمة" فبإمكان أي شخص أن يُعدّل فيها أو يضيف إليها أشياء جديدة ليُعيد بذلك صفة العادية والنمطية عن المنتجات التي يصنعها، لينتقل بها من عالم الاستهلاك الروتيني إلى عالم الاستهلاك الجمالي للأشياء وليمنحها بُعدا جماليا يحمل من الإبداع والابتكار والجمال والمتعة ما يبعدها عن نمط الاستهلاك العادي.

¹ - سامي الشريف: إعلانات التلفزيون وحماية المستهلك، (مجلة الفن الإذاعي، ع174)، مرجع سبق ذكره، 2004، ص23

² - محمد محمود ذهبية: مرجع سابق، ص 204.

تحليل برنامج موضة: موضوع تصميم العطور: عدد 17 سبتمبر 2010

1-2-3 التقطيع التقني للموضوع:

شريط الصوت			شريط الصورة					
التعليق	المؤثرات المصاحبة	الموسيقى الموظفة	مضمون الصورة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	نوع اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
في علم الموضة هناك عبارة نفلت من كل القواعد: ابتكار العطور	لا توجد	موسيقى هادئة	داخل مكتب يجلس رجل خلف مكتبه	زوم خلفي	عادية	لقطة أمريكية	5.58ثا	1
جاك بولج	لا توجد	موسيقى هادئة	تظهر يد الرجل على طاولة مملوءة بزجاجات العطر وهي تحمل ورقة مستطيلة	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	0.84ثا	2
هو أنف شانيل منذ 30 عاما لم تعرف الدار	لا توجد	موسيقى هادئة	يقوم الرجل بشم الورقة المستطيلة	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	3.62ثا	3
سوى ثلاثة أشخاص مثله منذ العشرينيات	لا توجد	موسيقى هادئة	تظهر مجموعة من زجاجات العطر وبعض الآلات الصغيرة وُضعت فوقها مجموعة من الأوراق المستطيلة	ثابتة	عادية	لقطة قريبة	2.78ثا	4

المعلم لا يبخل علينا بفتح ابواب مختبره	لا توجد	موسيقى هادئة	يظهر عمودان يشكلان حرف V مرتفعان في السماء ومحركة الكاميرا الخلفية يبتعد العمودان الى أن يظهرها من خلف زجاجة مملوءة بقطرات الماء	زوم خلفي	عادية	لقطة قريبة جدا	3.44ثا	5
هذه لغة لا تستخدم فيها الكلمات هذا ما يريك الجميع، الأشخاص الذين يملكون السلطة اليوم هم هؤلاء الذين لديهم ملكة الكلمات والصور لكن الروائح أمر غاية في الخصوصية	لا توجد	لا توجد	يظهر المصمم جالسا على كرسي وهو يتحدث عن العطور ومع هذه الصورة تظهر صورة أخرى بفضل تقنية الدمج وفيها يظهر رجل يحمل آلة تصوير ويقوم بالتقاط صورة عبر الشباك لفتاة تجلس داخل كافتيريا بعدها يدخل عندها ويجلس بالقرب منها.	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	16.34 ثا	6
بفضل التقدم التكنولوجي	لا توجد	موسيقى هادئة	تظهر شاشة كاميرا وفيها صورة الرجل وهو يقوم بالتقاط صور	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	2ثا	7
بتنا نحلل	لا توجد	موسيقى هادئة	يظهر على الصورة وجه امرأة شقراء جميلة	ثابتة	عادية	لقطة قريبة	1.29 ثا	8
العطور، في الثلاثينيات مثلا	لا توجد	موسيقى هادئة	تظهر صورة الرجل وهو يقوم بالتقاط صورة للمرأة	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	1.87 ثا	9
عُرفت 10 مكونات للياسمين أما اليوم فنعرف	لا توجد	موسيقى هادئة	تظهر صورة المرأة والرجل وهما يصعدان الدرج تتوقف المرأة ليأخذ لها الرجل صورة ثم تسرع بصعود الدرج ويقوم بلحاقها تظهر بعض السيارات المارة على الطريق	ثابتة	عادية	لقطة متوسطة	4.45 ثا	10

11	2.17	ثا	لقطة متوسطة	عادية	بانوراما أفقية من اليسار إلى اليمين	تتبع الكاميرا الرجل وهو يلحق المرأة وهي تجري فوق جسر مغطى من الأعلى ومن الجوانب	موسيقى هادئة	لا توجد	أكثر من 150
12	3.96	ثا	لقطة مقربة من الصدر	عادية	ثابتة	يتحدث المصمم عن العطر وهو في مختبره وفي آخر المختبر توجد امرأتان واحدة جالسة والأخرى واقفة منهنمكتان بتجريب العطر وأمامهما خزانة زجاجية مملوءة بزجاجات العطر	لا توجد	لا توجد	العطر هو تركيبة، المبتكر
13	3.35	ثا	لقطة الجزء الصغير	عادية	بانوراما عمودية من أعلى إلى أسفل	يظهر المختبر جليا ، بداية من السقف حتى الأرضية كما تظهر خزانة كبيرة جدا أسطوانة الشكل بما رفوف كثيرة مملوءة بزجاجات العطر، إضافة الى انتشار الزجاجات في كامل المختبر.	لا توجد	لا توجد	يكتب التركيبة ثم يختبرها
14	1.78	ثا	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	تظهر يد امرأة تقوم بخلط محتوى إحدى الزجاجات.	لا توجد	لا توجد	هنا نبحت ومختبر
15	2.56	ثا	لقطة قريبة جدا	عادية	زوم خلفي	يظهر أنف و فم امرأة وبعض زجاجات العطر أمامها	لا توجد	لا توجد	ولكن لا نضع أي شيء
16	2.56	ثا	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	صورة أخرى تظهر فيها يدا امرأة تخلط محتوى أنبوب زجاجي بواسطة عود	موسيقى هادئة	لا توجد	مع طرح 600 عطر سنويا
17	3.04	ثا	لقطة مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	بعد خلط محتوى الأنبوب تمسك المرأة بالأنبوب وتقربه من أنفها لتشم العطر الموجود فيه يظهر كذلك جزء	موسيقى هادئة	لا توجد	تفلت القورصة من عقابها

			من خزانة العطر					
إحدى الطرق لتصنيع أشياء فريدة	لا توجد	لا توجد	تظهر مجموعة من الاوراق المستطيلة المستخدمة في الشم و خلفها يظهر وجه امرأة تأتي من بعيد	ثابتة	عادية	لقطة قريبة	1.84ثا	18
هي استعمال مكونات	لا توجد	لا توجد	تظهر امرأتان واحدة جالسة والأخرى واقفة ومستديرة بظهرها ترفع زجاجة إلى فوق وتنظر إلى المحتوى الذي بداخلها	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الخصر	1.78ثا	19
ذات نوعية عالية، قلة من الناس يمكن أن يشتروها.	لا توجد	موسيقى هادئة	يقف المصمم وسط مخبره وهو يضع يده في جيبه ويتحدث وخلفه على اليسار امرأة جالسة منهمكة في عملها	ثابتة	عادية	لقطة أمريكية	6.35ثا	20
ابتكرت "كوكو شانيل" أول عطر	لا توجد	موسيقى هادئة	تظهر مجددا صورة الإشهار، هذه المرة تدخل المرأة القطار وتفتح باب أحد المقصورات الرجل يصورها ويلحق بها	زوم امامي	عادية	لقطة أمريكية	2.63ثا	21
عام 1921 كان مجردا	لا توجد	موسيقى هادئة	تخرج المرأة من الجزء الامامي للقطار وتدخل في الجزء الثاني محاولة الهروب من الرجل هذا الأخير يواصل اللحاق بها وييده الكاميرا	ثابتة	عادية	لقطة متوسطة	3.39ثا	22
وجذابا N° 05 أو الرقم 05 يبقى	لا توجد	موسيقى هادئة	تواصل المرأة الهروب من الرجل حيث تتسلل من	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى	4.12ثا	23

الرقم الأول			مقصورة إلى أخرى وهو يلاحقها		الخصر			
في المبيعات	لا توجد	موسيقى هادئة	تقف المرأة في إحدى المقصورات وهي ملتفتة بظهرها يقترب منها الرجل بطريقة مثيرة يريد تقبيلها	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	1.50 ثا	24
الجاذبية طريقة للقول أننا أبناء عصرنا	لا توجد	موسيقى هادئة	تلتفت المرأة إلى الرجل ثم يقبلان بعضهما	ثابتة	عادية	لقطة قريبة	7.65 ثا	25
عندما نتصفح مجلات الموضة في العمق فلجاذبية تعتبر إحدى خصائصها.	لا توجد	موسيقى هادئة	يجلس المصمم على كرسي مكتبه ويتحدث.	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	10.58 ثا	26
ما يُسوّق المنتج اليوم إضافة الى طريقة تغليفه هي صورته.	لا توجد	موسيقى هادئة	يظهر مخرج الإشهار مع مجموعة من التقنيين والمساعدين وكذلك بعض الأشخاص الجالسين في القاعة كما تظهر آلة كاميرا وبعض المعدات التقنية ومع حركة الكاميرا الأمامية يظهر المخرج	زوم أمامي	عادية	لقطة متوسطة	5.70 ثا	27
عندما لجأت دار "ديور" إلى المخرج "دانييل لينش" أعطت "دار شانيل"	لا توجد	موسيقى هادئة	يظهر الرجل الذي ظهر في الإشهار (وهو ممثل) جالسا خلف طاولة مليئة بميكروفونات الصحفيين ويقف إلى جواره مخرج الإشهار وهما يتحدثان	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الخصر	4.12 ثا	28
"مارتين سكوزيسيزي" كامل الحرية لإدارة الممثل	لا توجد	موسيقى هادئة	يقف مخرج الإشهار والممثل خلف الكاميرا وبجانبهم طاولة مليئة بالميكروفونات، كما يظهر مصوران كذلك	زوم أمامي	عادية	لقطة مقربة حتى الخصر	2.66 ثا	29

			ومع حركة الكاميرا الأمامية يبرز المخرج وهو يضحك وبجانبه الممثل.					
الفرنسي "غاسبار أولييل"	لا توجد	موسيقى هادئة	يجلس المخرج وهو يرتدي نظارة و إلى جانبه امرأة خلف شاشة الحاسوب وهما يتناقشان ربما في أمور تقنية تخص الإشهار.	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الخصر	2.38ثا	30
هذه طريقة جديدة، أقرب إلى الفيلم القصير منه إلى الإعلان	لا توجد	لا توجد	يجلس الممثل الذي ظهر في الإشهار وهو يتحدث	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	5.30ثا	31
تركيبية العطر سر دفين	لا توجد	موسيقى هادئة	تظهر قاعة كبيرة مملوءة بالأشخاص، بداية يظهر السقف أولا ثم الأرضية ووسط القاعة صممت غرفة جدرانها من البلاستيك بداخلها جمع من الصحافيين جالسين وخارج الغرفة عدد من التقنيين واقفين	بانوراما عمودية من أعلى إلى أسفل	عادية	لقطة الجزء الصغير	2.32ثا	32
بالضبط كما ميزانية الإعلان عنه وخالصة السيناريو	لا توجد	موسيقى هادئة	هذه المرة الصورة توضح الأشخاص داخل الغرفة من صحفيين و تقنيين مع معدات الإضاء والتصوير ثم تتحرك الكاميرا أفقيا ليظهر بعض الأشخاص جالسين يتفرجون ثم تقترب الكاميرا من شاشة إحدى آلات التصوير التي تصور ما يحدث داخل القاعة	استعملت في هذه اللقطة عدة حركات تكون ثابتة في البداية ثم تصبح بانوراما أفقية من اليسار إلى اليمين	عادية	لقطة متوسطة	3.57ثا	33

				ثم زوم أمامي				
استهلكوا	لا توجد	موسيقى هادئة	المخرج يتحدث مع أحدهم وإلى جانبهم مجموعة من الأشخاص	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	1.69 ثا	34
ولن تعودوا أبدا كما كنتم	لا توجد	موسيقى هادئة	تصور الكاميرا جمعا من الصحفيين منهم الجالس ومنهم الواقف تقوم كاميرا أخرى بتصويرهم وهي على عربة تتحرك حركة بانورامية أفقية من اليسار إلى اليمين	ثابتة	عادية	لقطة متوسطة	2.12 ثا	35
بالنسبة إلي المنتج ليس سوى رائحته	لا توجد	لا توجد	تظهر مجموعة من الصحفيين تقوم بتصوير الممثل الذي يجلس خلف طاولة ثم تقترب الكاميرا منه	زوم أمامي	عادية	لقطة متوسطة	4.19 ثا	36
الياسمين	لا توجد	لا توجد	يظهر وجه الممثل وعلامات الشوق واللهفة بادية على وجهه، ونظراته ثابتة	ثابتة	عادية	لقطة قريبة	1.94 ثا	37
الورد	لا توجد	لا توجد	تظهر عين الممثلة	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	0.95 ثا	38
لمن يركب العطور، ليس سوى الرائحة، لا نهتم بأي شيء آخر حتى بالاسم نفسه	لا توجد	لا توجد	يجلس مصمم العطور خلف مكتبه وهو يتحدث	ثابتة	عادية	لقطة مقربة حتى الصدر	8.28 ثا	39

<p>"جاك بولج" يرفض استعمال الحاسوب، يخجل سيجارة أحيانا ويقول، أدخل الجنس وأحافظ على ناحية منعشة في آن.</p>	<p>صوت سقوط جدران القاعة الصغيرة</p>	<p>موسيقى هادئة</p>	<p>تصور الكاميرا القاعة التي يتم فيها التصوير أين تتم المقابلة، فتظهر في البداية صورة التقنيين والمصورين، وبحركة الكاميرا نحو اليسار تظهر الغرفة الصغيرة وسط القاعة والمصنوعة من البلاستيك، ثم تسقط جدران الغرفة حينها يخرج الممثل وباقي الصحفيين.</p>	<p>تكون الكاميرا ثابتة في البداية ثم تنتقل بحركة بانورامية أفقية من اليمين إلى اليسار</p>	<p>عادية</p>	<p>لقطة الجزء الصغير</p>	<p>9.86 ثا</p>	<p>40</p>
--	--------------------------------------	---------------------	--	---	--------------	--------------------------	----------------	-----------

الأمير عبد القادر القادر للعلوم الإسلامية

2-2-3 تحليل الموضوع حسب مقاربة رولان بارث ROLAND BARTHES

إذا اتبعنا طريقة "رولان بارث" في تحليله للصورة، فإن هذا يقودنا إلى إتباع خطوتين الأولى: هو تحليلها كما جاءت أي تعيينها بطريقة سطحية، أما الثانية هو تحليلها ضمنيا لمعرفة ما تتضمنه من دلالات وإيجاءات مخفية.

أ - القراءة التعيينية:

يبدأ الموضوع بلقطة غير واضحة تماما وبعد حركة الكاميرا الخلفية تتضح الصورة إنه رجل يجلس خلف مكتبه، وبلقطة قريبة جدا تظهر يده على مكتبه المملوء بزجاجات العطر وهي تحمل ورقة مستطيلة ثم يقوم بشمها، بعدها تظهر بعض الآلات الصغيرة بها أعمدة تحمل مجموعة من الأوراق، ثم تنقلنا عدسة الكاميرا وبلقطة قريبة جدا ليظهر لنا عمودان بنفس شكل الأوراق في المخبر يشكلان حرف V مرتفعان في السماء، وبحركة زوم خلفية يبتعد العمودان إلى أن يظهر من خلف نافذة المختبر المملوء بقطرات الماء.

بعدها يظهر المصمم جالسا يتحدث عن خاصية العطر الفريدة وأثناء ذلك وبفضل تقنية الدمج تظهر على يساره مقتطفات لإشهار، أين يحمل شاب وسيم آلة تصوير بيده وعبر شباك أحد المقاهي يلتقط صورة لفتاة جميلة تجلس إلى طاولة، بعدها يدخل عندها ويجلس بالقرب منها.

وبلقطة قريبة جدا تبرز صورة الشاب جليا من خلال شاشة كاميرا أين يلتقط صورة للفتاة التي كانت في المقهى، بعدها يصعدان الدرج سويا تتوقف الفتاة قليلا ليلتقط لها صورة ثم تسرع بصعود الدرج فيلاحقها، تواصل الفتاة الجري فوق الجسر والشاب وراءها، تتوقف مقتطفات الإشهار ليعاود المصمم الظهور ولكن هذه المرة في مختبره أين يشرح طرق تركيب العطر، بعدها تظهر صورة للمختبر بخزائنه الضخمة المملوءة بقارورات العطر، عندها تظهر صورة لامرأة وهي تختبر تركيبة عطر في أنبوب زجاجي أين تقوم بخلطها ثم شمها، بعدها يظهر المصمم وسط مختبره واضعا يده في جيبه وهو يتحدث عن طرق تصنيع العطر الفريد، هنا يعود الإشهار من جديد ليُكمل لنا قصة الفتاة الهاربة من الشاب، ولكن هذه المرة داخل القطار، أين تتسلل من مقصورة الى أخرى وهو يلاحقها ويلتقط لها صورة في كل مرة، ليلتقي بها في إحدى المقصورات فيحاول الاقتراب منها بطريقة هادئة ومثيرة، فتلفتت إليه ثم يشرعان في تقبيل بعضهما، بعدها يظهر المصمم جالسا على كرسي مكتبه وهو

يتحدث، تنقلنا عدسة الكاميرا وبحركة زوم أمامية الى مكان التصوير أين يظهر مخرج الإشهار ومعه مجموعة من التقنيين والمساعدين، بعدها يظهر الممثل الذي ظهر في الإشهار مع المخرج خلف طاولة مليئة بميكروفونات الصحفيين من أجل إجراء لقاء صحفي، بعدها نجد المخرج جالسا إلى جانب امرأة خلف الحاسوب وهما يتناقشان ربما في أمور تقنية تخص الإشهار، ليظهر الممثل بعدها بمفرده وهو يتحدث عن الإشهار الذي ظهر فيه، تظهر بعدها وبحركة بانوراما عمودية من أعلى إلى أسفل قاعة كبيرة صممت في وسطها غرفة جدرانها من البلاستيك بداخلها جمع من الصحفيين جالسين وخارج الغرفة عدد من التقنيين واقفين مع معداتهم، تظهر بعدها مجموعة من الصحفيين يقومون بتصوير الممثل الذي يجلس خلف طاولة وبحركة زوم أمامية يظهر وجه الممثل وعلامات الشوق واللهفة بادية على وجهه ونظراته ثاقبة، تظهر بعدها مباشرة عين الممثلة التي ظهرت في الإشهار وبلقطة قريبة جدا، ليظهر بعدها مصمم العطر خلف مكتبه وهو يتحدث وفي الأخير ينتهي الموضوع بصورة للقاعة الكبيرة التي يتم فيها التصوير فتظهر في البداية صورة التقنيين والمصورين، ومع حركة الكاميرا الأفقية نحو اليسار تظهر الغرفة الصغيرة وسط القاعة أين تتم المقابلة ثم تسقط جدرانها البلاستيكية حينها يخرج الممثل وباقي الصحفيين.

ب - القراءة التضمينية:

نشاهد مع بداية الصورة ظلا أسودا فيشد انتباه المشاهد أكثر ويزيد من قلقه ويجعله يبحث عن ما وراء هذه اللقطة ومع حركة الكاميرا إلى الخلف تتضح الصورة أكثر، إذ نجد مصمم العطور "جاك بولج" وهو جالس خلف مكتبه، أين تظهر يده على مكتبه المملوء بزجاجات العطر وهي تحمل ورقة مستطيلة ثم يقوم بشمها، تتواصل اللقطات مُبرزة ثنائية الموقع والمنتوج أين تظهر قارورات العطر وبعض الآلات الصغيرة بها أعمدة تحمل مجموعة من الأوراق، ثم يظهر عمودان كبيران جدا بنفس شكل الأوراق يشكلان حرف V مرتفعان في السماء يمثلان رمز المخبر أو كما نسميه اللوغو LOGOS وهذه دلالة تصب في السمو والعلو ومعنى الترفع والتصاعد، وفي هذا إظهار لقوة المؤسسة التي تصنع المنتوج، وبالتركيز على العمودين في ذلك محاولة لترسيخهما في ذهن المشاهد ومع حركة الكاميرا إلى الخلف يبتعد العمودان أكثر إلى أن يظهر من خلف نافذة المختبر المملوءة بقطرات الماء وفي هذا إحياء بالإنعاش والحياة والحيوية والخفة التي توفرها المؤسسة في العطور المنتجة.

ثم يظهر مبتكر العطور "جاك بولج" مجددًا جالسًا خلف مكتبه، وبلقطة مقربة تبرز لنا نفسية الشخصية التي تتحدث مبتسمة وبكل ثقة عن خصوصية العطر، وهنا نجد أن الكلام المرفق بالصورة يقدم لنا فيضًا من المعاني التي توجهنا في قراءتنا لها¹ يقول المصمم: "أن العطر لغة لا تستخدم فيها الكلمات وهذا ما يربك الجميع" وهنا وبفضل تقنية الدمج تظهر إلى جانب صور المصمم صورة أخرى وهي مقتطفات من إشهار لعطر، أين يظهر شاب يحمل آلة تصوير ويقوم بتصوير فتاة جميلة عبر نافذة المقهى بعدها يدخل عندها ويجلس معها، يلتقط صورها فتبتسم له ثم تطأطئ رأسها خجلًا.

فالعطر يدغدغ العواطف وقد يسيطر على القلوب، والخصوصية التي تتمتع بها الرائحة قد تفعل ما لا تفعله الكلمات والصور.

بعدها يظهر الشاب وهو يلتقط صورة للفتاة الجالسة في المقهى وهنا يظهر وجهها بلقطة قريبة فيملاً الشاشة، وهذا ما يجعلها أكثر قربًا وأكثر تأثيرًا وتعبيرًا دون أن تحتاج إلى بذل جهد في التعبير من خلال ملامحها وقسماتها، فهذه اللقطة تجعل التعبير أشد وأقوى²، فإذا ما نظرنا إلى قسما الوجه، وحركات الأهداب والعيون نجدها مؤثرة، بعدها يقوم الشاب باللحاق بها أينما تذهب ليلتقط صورها في الشارع على الدرج، وفوق الجسر، وقد استخدمت هنا اللقطة المتوسطة حتى تضع المشاهد في علاقة حميمة مع الممثلين، فيحس وكأنه موجود معهما.

حتى الآن لم نلاحظ أي شيء يدل على المنتج، فالإشهار إيجائي استخدم أسلوب القصة أو الحكاية ليخلق نوعًا من الإثارة والتشويق لدى المشاهد، فيصر على معرفة نهاية القصة أو بالأحرى نهاية هذه الملاحظة.

تظهر صورة المصمم مجددًا ولكن هذه المرة في مختبره، أين نجد سيدتين في آخر القاعة جالستين وهما منهنمكتان في اختبار العطور وشمها، يظهر كذلك المختبر بخزانته الضخمة المملوءة بزجاجات العطر الزرقاء حيث أن الأزرق يوحي بسعة الصدر والاتساع عامة³.

¹ - جوناثان بيغل: مرجع سابق، ص 128.

² - مي العبد الله: مرجع سابق، ص 183.

³ - هيام المعمرى: مرجع سابق، ص 139.

بعدها تتوالى اللقطات مبرزة أهمّك عوامل المختبر في اختبار العطر وتجريبه للحصول على التركيبة المناسبة، ثم تعود لقطات الاشهار من جديد لتكمل قصة الفتاة الهاربة، والأحداث هذه المرة تدور داخل القطار أين تتسلل من مقصورة إلى أخرى، وشعرها الأشقر يتناثر في الهواء مرتدية قميصاً زهرياً وسروالاً ومعطفًا وقبعة سوداء والشاب يلاحقها، واللباس علامة ثقافية واجتماعية عالية المحتوى.¹

لطالما اعتبر اللون الزهري لونا نسائياً محبباً يدل على الطبيعة والجمال، الفرح، الحب، أما اللون الأسود يدل على التفخيم لمن يرتديه²، كذلك فإن القبعة قد تدل على الواجهة إذا ما اعتبرنا أن اللباس الذي يوضع على الرأس هو علامة وميزة لصاحبها، كما هو الحال في "العمامة" بالنسبة للعربي، إذ يعتبرها مصدر اعتزاز يحرص على اشهاره وإعلانه، ويقول الجاحظ: "العمائم تيجان العرب"³ أما الغرب فنجد بروز القبعات عندهم.

يواصل الشاب ملاحقة الفتاة إلى أن يلتقيها في إحدى المقصورات، فيقترب منها بطريقة هادئة ومثيرة، تلتفت إليه ثم يقومان بتبادل القبلات.

إن هذه الصورة الاشهارية التي رافقت الموضوع ماهي إلا انعكاس للثقافة الجماهيرية التي تسعى لتوظيف جسد الأنثى لترويج بضاعتها عبر التهييج الجنسي الرخيص⁴، حيث نرى الأجساد أكثر من المنتوجات أو البضائع، أين تستخدم كل اللغات التي لا تقول أي شيء عن المنتوج ولا عن وظيفته أو حتى خاصيته، إنما تحكي كل شيء عن الجسد الذي يحمل المنتوج، وقد جاءت الرسالة اللغوية لتدافع عن الصورة وتكون غطاءً شرعياً لها أين يقول المصمم: "الجاذبية طريقة للقول أننا أبناء عصرنا"، نعم أبناء عصرنا العصر الذي أكدت فيه الثقافة الصناعية الجماهيرية، أن الجسد بكل إيجاءاته وتعبيراته بنية رمزية تحيلنا إلى واقع اجتماعي وثقافي معين يحاول الغرب إدماجنا فيه.

لقد حاول هذا الاشهار أو الفيلم القصير أن يُظهر لنا قيمة واحدة وهي لقاء الرجل بالمرأة أين تمتزج الذكورة، أو الفحولة مع العاطفة وبالتالي اللذة، وباستخدام التقنية المتطورة تم التركيز على

¹ - عبد الله الغدامي: مرجع سابق، ص 10.

² سامية عواج: مرجع سابق، ص 66

³ - عبد الله الغدامي: مرجع سابق، ص ص 101، 102.

⁴ - نزيه الشوفي: مرجع سابق، ص 93.

الجسد، هذا الأخير جرب الغرب ملذاته دون عقاب قانوني أو أخلاقي، يحاول الآن ترويجه للعالم العربي المسلم على أنه الأساس الذي يجعله يلحق بركب الحضارة الغربية ويجاري العصر الحديث، ما يؤدي به إلى الدخول في صراع مع الموروث والتقليدي.

"وهذا هو الأساس الأخلاقي الغربي الذي غاص في الفرويدية وشبق الليبيدو الغريزي"¹.

وإذا حاولنا أن نربط القصة بالمنتوج وهو هنا "العطر" (الذي لم يظهر طبعاً) نجد بأنها محاولة للقول أن العطر يطلق العنان للرائحة ويهبها للريح تعبت بها وبقلوب كل الرجال، فالعطر لا يفوح ولكنه يغري وقد يجلب عشيقاً أو زوجاً، والعطر الذي ذكر في الاشهار هو رقم 5، 5 N° من "كوكو شانيل".

بعد هذه المقتطفات الاشهارية تنقلنا عدسة الكاميرا وبحركة زوم أمامية إلى مكان للتصوير أين يظهر مخرج الاشهار وإلى جانبه مجموعة من التقنيين والمساعدين وهو يشرح لهم طريقة العمل، فالمنتج حتى يصل إلى المستهلك لا بد من الاهتمام بصورته، لذا قامت الدار المنتجة للعطور بالاستعانة بالمخرج ليقوم بالدعاية للعطر الجديد وذلك باستخدام الاشهار، تظهر القاعة الكبيرة وبحركة بانوراما عمودية من أعلى إلى أسفل وهذا لربط علاقة بعلاقة أخرى تبرز لنا الغرفة التي صممت وسط القاعة جدرانها من البلاستيك وبداخلها جمع من الصحفيين يقومون بتصوير الممثل الذي ظهر في الاشهار وبحركة زوم أمامية تقترب الكاميرا من الممثل ليظهر بعدها وجهه بلقطة قريبة هذه الأخيرة تساعدنا على إبراز نفسية الشخصية المحورية، وهنا تظهر علامات الشوق واللهفة على وجهه ثم تظهر مباشرة صورة قريبة جداً تبرز عين الممثلة الزرقاء اللامعة، فتجعلنا نتساءل هل لهفته نتيجة رؤيته للمرأة وجمالها أم أن العطر الذي تضعه هو من فعل به كل هذا ؟

وفي الأخير ينتهي الموضوع بصورة للقاعة الكبيرة التي يتم فيها التصوير ومع حركة الكاميرا البانورامية الأفقية التي تستخدم للوصف التدريجي تظهر الغرفة الصغيرة ثم تسقط جدرانها البلاستيكية حينها يخرج الممثل وباقي الصحفيين بالرغم من وجود فتحة كبيرة في الغرفة، ففي الأمر شيء من عدم الإكتراث أو اللامبالاة أو كسر لكل الحواجز والقيود، إذ نجد المصمم يقول: "أدخل الجنس وأحافظ على ناحية منعشة في آن".

¹ - نزيه الشوفي: مرجع سابق، ص 97.

إن أصل الاشهار أجنبي ومُصنَّم على طبيعة المستهلك الأجنبي وموجه إليه بعاداته وتقاليده وقيمه وأخلاقه، وكلها لا تتلاءم وقيم المجتمع العربي المسلم وأخلاقه وعاداته وتقاليده، فالصورة هنا هي محاولة للتأثير على عادات وأنماط السلوك العربية وإبدالها بأخرى غربية من أجل إدخال الثقافة الغربية وتوحيد النمط الغربي.

الإمير عبد القادر للعطوم الإسلامية

الاستنتاجات ومناقشة التساؤلات:

بعد حصر الدراسة في إطارها المنهجي والنظري، وبعد جمع البيانات وتفريغها وتحليلها والتعليق عليها وتقديم التفسير المناسب لها في شقها التطبيقي، خلصت الطالبة إلى النتائج العامة التالية:

أولاً: الجانب التحليلي:

1- بالنسبة للإشكال الرئيسي: والمتمثل في معرفة المضامين الثقافية التي تعرضها القناة للجمهور العربي والشكل الذي تقدّم فيه، وجدت الطالبة أن القناة تعرض مواضيع ثقافية متنوعة تشمل:

- الأدب ونجد فيه: القصة والرواية.
 - الفن التعبيري ويشمل: الموسيقى، الرقص، الغناء، المسرح، والسينما.
 - الفن التشكيلي ويضم: الرسم، النحت، والتصوير.
 - التصميم وفيه: الهندسة الخارجية والعمارة، الزخرفة والديكور، الألبسة وعروض الأزياء، العطور والمجوهرات، الحلاقة والتجميل.
 - الصناعة الغذائية وتضم: صناعة الخمر، صناعة الخبز، تربية النحل وصناعة العسل.
 - الآثار والطبخ.
- أما الشكل فقد حرصت القناة على تنويع الطرق والأساليب الفنية التي تعرض من خلالها البرامج الثقافية، ما جعلها تصل إلى الجمهور في شكل جذاب ومميز.

2- بالنسبة للتساؤلات الفرعية:

1-2 التساؤلات المتعلقة بالمضمون:

✓ السؤال الأول المتمثل في: معرفة المواضيع الأكثر معالجة في البرامج الثقافية محل الدراسة توصلت الدراسة إلى أن قناة France24 تتناول ضمن برامجها الثقافية موضوعات متنوعة لكن الملاحظ أن هناك اختلاف بين البرامج في اهتمامها بنوع معين من المواضيع على حساب أخرى وهذا راجع إلى طبيعة وتخصص كل برنامج، إذ نجد أن:

- برنامجي "موضة" و "فن العيش" اهتمًا أكثر بمواضيع التصميم التي احتلت المرتبة الأولى، غير أن ترتيب المواضيع اختلف في البرنامجين، حيث انصبت تركيز الأول على الألبسة وعروض الأزياء بينما ركز الثاني على مواضيع الزخرفة والديكور، والهندسة والعمارة.
- برنامج "ثقافة" البرنامج الوحيد الذي اهتم بعرض مواضيع الفن التعبيري والفن التشكيلي اللذان حصلا على المركز الثاني والثالث على التوالي، وقد ركز البرنامج على مواضيع السينما والمسرح والرقص أكثر فيما يتعلق بالفن التعبيري، وعلى الرسم فيما يتعلق بالفن التشكيلي، كذلك بيّنت النتائج أن هناك اهتماما بالتصوير كفن تشكيلي من قِبَل برنامج "موضة".
- هناك اهتمام واضح بالطبخ من قبل برنامجي "ثقافة" و "فن العيش" إلا أن هذا الأخير كانت نسبة اهتمامه أكثر من البرنامج الأول.
- هناك نقص واضح في الاهتمام بالآثار والصناعة الغذائية بالبرامج الثقافية التي تبثها القناة.
- لم تول البرامج الثقافية التي تعرضها القناة اهتماما بالمواضيع الأدبية وهذا يتفق مع جميع الدراسات السابقة التي تم عرضها
- أولت البرامج الثقافية اهتماما واضحا بالمواضيع المعاصرة أكثر من اهتمامها بالأدب والتراث.
- ✓ **السؤال الثاني والمتمثل في:** معرفة الوظائف التي تؤديها البرامج الثقافية، رأت الطالبة أن:
 - أهم وظيفة تقوم بها هذه البرامج هي وظيفة الإخبار والإعلام، وهذا ما يفسر الطبيعة الإخبارية التي تميّز القناة.
 - إضافة إلى ذلك فهي تعمل على تحقيق وظائف أخرى كالشرح والتفسير ما يبرز حرصها على التعمق في طرح المواضيع ومعالجتها بطريقة تُمكن المشاهد من فهمها وأخذ فكرة مناسبة عنها.
 - كذلك الدعاية، والتي برزت أكثر في برنامج "فن العيش" سعيا منها لترويج صورة فرنسا إلى العالم العربي وللتأثير على الأفكار والآراء.
 - هناك أيضا قلة اهتمام بالجانب التثقيفي في البرامج الثقافية وهو ما بيّنته النسبة الضئيلة لوظيفة التثقيفية بها.
- ✓ **السؤال الثالث والمتمثل في:** معرفة نوع القيم التي تتضمنها المواضيع الثقافية، وجدت الطالبة بأن هذه الأخيرة تحمل قيما عديدة، منها ما هو إيجابي ومنها ما هو سلبي ومنها المحايد.

- بالنسبة للقيم الإيجابية عملت البرامج الثقافية على تحقيق نسبة معتبرة من القيم الجمالية والفنية في العروض المقدّمة بها، ما يؤدي إلى المساهمة في رفع مستوى التذوق الفني والجمالي لدى المشاهد وهذا يتفق مع دراسة الباحثة "سهير جاد" : **البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي**، وقد كان برنامج "فن العيش" أكثر البرامج تحقيقاً لهذه القيم، أما القيم التي كانت نسبة ظهورها كبيرة فقد تمثلت في قيم: الإبداع، الجمال، التميز، والابتكار.
- بالنسبة للقيم السلبية تمثلت في: قيم الإثارة والإغراء، العربي، إكساب عادات سيئة، والتي كانت نسبة ظهورها مرتفعة، ثم قيم كشف العورة، نشر ثقافة الاستهلاك، العنف، والجنس والتي ظهرت بنسب ضعيفة، وقد كان برنامج موضة أكثر برنامج حامل لهذه القيم.
- أما القيم المحايدة فالقيمة الوحيدة التي ظهرت في البرامج الثقافية هي: الغرابة
- ✓ **السؤال الرابع والمتمثل في:** ما نوع المصادر التي تعتمد عليها القناة في استقاء مضامينها الثقافية؟
- تنوعت المصادر التي اعتمدت عليها البرامج الثقافية في قناة France24 إلا أن هناك تفاوت من حيث تركيز كل برنامج على نوع معين منها، وقد جاء مراسل القناة في مقدّمة الترتيب فالقناة تملك شبكة من المراسلين المنتشرين في جميع أنحاء العالم ما يعكس اهتمامها بإبراز التنوع الثقافي في مختلف البلدان، يليه المختصون وهذا دليل على حرص القناة على استقاء المعلومات من أهلها، كما شكلت المصادر الرسمية والهيئات مرجعا مهما تستند إليه القناة لإفادتها بالمعلومات الثقافية المهمة.
- ما يلاحظ كذلك اعتماد برنامج "موضة" على مصدر وسائل إعلام أخرى بنسبة تفوق المصادر الأخرى، أما برنامج ثقافة كان البرنامج الوحيد الذي اعتمد على وكالات الأنباء وقد كانت الوكالة الوحيدة المعتمدة هي "الوكالة الفرنسية للأنباء".
- ✓ **السؤال الخامس والمتمثل في:** معرفة مرجعية أو أصل محتوى كل برنامج
- يعود أصل المواضيع الثقافية المقدّمة في برنامج "فن العيش" إلى فرنسا وهذا بديهي باعتبار أن البرنامج دعائي هدفه ترويج صورة فرنسا للعالم العربي.
- أما برنامج موضة فكانت مرجعية المواضيع الثقافية المقدّمة فيه فرنسية بالدرجة الأولى ثم أجنبية وبنسبة ضئيلة جدا عربية.

- بالنسبة لبرنامج ثقافة كان أصل المحتوى فيه عربيا بالدرجة الأولى ثم أجنبيا وبنسبة معتبرة فرنسيا.

2-2 التساؤلات المتعلقة بالشكل:

- ✓ **السؤال الأول والمتعلق ب:** القوالب الفنية والإعلامية التي تعرض من خلالها القناة برامجها الثقافية تَبَيَّن من التحليل أن القناة تعتمد على الأشكال الفنية التقليدية وهي:
 - التقرير بالدرجة الأولى باعتباره أحد أهم القوالب الفنية والمميزة حاليا في الخدمات الإخبارية كما يُعتبر من القوالب الجاذبة للمشاهد لما يُوفِّره له من الوقت والجهد في بحثه عن مزيد من التفسير والإيضاح لحقائق الحدث أو الموضوع¹
 - الحوار والحديث وقد كان برنامج ثقافة الوحيد الذي استخدم هذا النوع من القوالب.
- ✓ **السؤال الثاني والمتمثل في:** معرفة نوع اللغة المستعملة في هذه البرامج، تبين من خلال البحث أنها:
 - كانت متنوعة كما اختلف استعمالها من برنامج لآخر وهذا راجع بطبيعة الحال إلى طبيعة كل برنامج، وقد كانت اللغة العربية البسيطة أو الإعلامية هي اللغة السائدة، تليها الأجنبية المترجمة، فالأجنبية وأخيرا العربية الدارجة.
 - بالنسبة لكل برنامج اعتمد كل من برنامج "موضة" و "فن العيش" على اللغة الأجنبية والأجنبية المترجمة بينما برنامج "ثقافة" على اللغة العربية البسيطة.
 - كان برنامج "ثقافة" الوحيد الذي استعمل العربية الدارجة.
- ✓ **السؤال الثالث والمتمثل في:** معرفة أهم الفواصل الموسيقية والمؤثرات الصوتية التي برزت عند عرض المضامين الثقافية
 - اتضح أن القناة تهتم كثيرا بالجوانب الفنية والتقنية أثناء عرض المضمون الثقافي وهذا ما انعكس بالإيجاب على الإخراج الذي بدا ممتازا وشيقا، حيث عملت القناة على تنويع الفواصل الموسيقية والمؤثرات الصوتية والتي تراوحت بين الموسيقى المصاحبة للكلام، والموسيقى المرافقة للأغاني، بالإضافة إلى المقاطع الموسيقية والغنائية، وبعض المؤثرات الصوتية

¹ خالد مجد الدين محمد: صناعة الأخبار في عصر المعلومات، ط1، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 67 .

الأخرى الناتجة عن الصور المصاحبة للموضوع والتي اختلفت وتنوعت بتنوع المواضيع الثقافية.

✓ **السؤال الرابع والمتعلق:** بلحجم الزمني المخصص لتلك المواضيع الثقافية نجد أن:

- مواضيع التصميم احتلت مدة زمنية أكثر من غيرها تلتها مواضيع الفن التعبيري ثم مواضيع الطبخ التي تمكنت من الحصول على مساحة زمنية معتبرة تفوق مساحة المواضيع الأخرى ما يعكس حرص واهتمام القناة بهذا النوع من المواضيع الثقافية.
- مدة عرض المواضيع الأدبية لم تتجاوز 11 دقيقة وهذا دليل على عدم اهتمام البرامج الثقافية بهذا النوع من المواضيع.

✓ **السؤال الخامس والمتمثل في:** معرفة درجة الأولوية التي تقدمها القناة لبرامج الثقافة

ضمن الشبكة البرمجية الكلية

- تبين أن القناة تولي عناية بالبرامج الثقافية، وهذا ما انعكس على النسبة التي حصلت عليها ضمن الشبكة البرمجية خلال أسبوع كامل والمقدّرة ب 7.20% .

ثانيا: الجانب السيميولوجي:

- أغلب المواضيع التي تناولتها البرامج الثقافية ركزت على الجانب النفسي أكثر من الجانب الاجتماعي مما أدى إلى عدم مراعاة الجانب الأخلاقي والقيمي أو التفكير فيه أو حتى تجاهله في بعض الأحيان.
- العمل على خلق نموذج أنثوي يستدعي بالضرورة التركيز على جسدها من خلال إعادة اكتشافه، والتمسك بنزعة التحرر الجسدي والجنسي.
- التركيز على قيم الاستهلاك المادي من خلال الترويج للمنتجات الأجنبية (الفرنسية)
- هناك اهتمام كبير بالجانب الإخراجي حيث تم عرض المضامين في إطار شيق وجذاب، بالإضافة إلى التركيز على اللقطات السريعة التي ساهمت في خلق إيقاع سريع للأحداث.
- الاستخدام الكبير للقطات القريبة والمقربة.
- الدعوة إلى ثقافة غربية.

الخاتمة والاقتراحات:

تبقى وسائل الإعلام بلا ثقافة مجرد أدوات بكفاء لأفهاما في الأصل تعدّ إحدى أدواتها، كذلك الثقافة بدون وسائل الإعلام يتوقف انتشارها وتراخي روابطها وتصبح قصرا على أصحابها، فالعلاقة بينهما علاقة تزواج أبدي، واليوم تُعدّ وسائل الإعلام منفذا مهما للجمهور في إغناء وتحديد معلوماتهم ومعارفهم وثقيف ذواتهم، لاسيما التلفزيون الذي يعتبر أهمها على الإطلاق، نظرا لما يتميز به من خصائص تساعد على التأثير والانتشار فهو لم يعد مجرد وسيلة تسعى لتقديم المعرفة والخبرات للمشاهدين، بل أصبح يتدخل أحيانا في تشكيل الذهنية والحالة النفسية التي ترسم الواقع والمستقبل للمتلقين، ولا يُجادل أحد في أن الصورة اليوم أصبحت تُشكّل ثقافةً، وتُكوّنُ وعيا وتؤثر في تحريض المشاهد أكثر من طوفان الكلمات، ولكن ماذا لو قُدّمت هذه الثقافة من قبل قناة أجنبية لدول ناطقة بالعربية؟

علّ هذه النقطة كانت بداية رغبة ذاتية في دراسة موضوعٍ عن القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية والبرامج الثقافية التي تقدّمها وبالتحديد قناة France24، وقد مرت الطالبة في دراستها بمراحل مختلفة بدءا بالإجراءات المنهجية ثم تحديد الخلفية النظرية للموضوع وصولا إلى الجانب التطبيقي الذي عني بتحليل محتوى تلك البرامج بالإضافة إلى التحليل السيميولوجي، وهذا ما مكّن الطالبة من التوصل إلى أجوبة واستنتاجات لمختلف الأسئلة التي طُرحت في الإشكالية، وفي ختام هذا البحث وانطلاقا من النتائج المتوصل إليها سجّلت الطالبة بعض الملاحظات يمكن اعتبارها اقتراحات قد تسهم في إثراء المضامين الثقافية وتحسينها هي:

- ✓ الاهتمام أكثر بالمواضيع الفنية دون إهمال المواضيع الأدبية والمواضيع التي لها علاقة بالتراث العربي والعالمي، حتى تكون أداة للتعريف بمختلف الثقافات والحضارات.
- ✓ الحرص على استعمال لغة عربية بسيطة وسليمة، خاصة عند ترجمة المواضيع ذات الأصل الأجنبي.
- ✓ الاهتمام بالقضايا الفكرية الإنسانية التي تثرى الثقافة ولا تتناقض مع قيم الإيجابية.
- ✓ الانتباه عند عرض المضامين الثقافية الأجنبية بحيث يجب أن لا تتعارض مع قيم وأخلاقيات المجتمعات العربية.

✓ محاولة الاستفادة من مراسلي القناة المنتشرين عبر العالم، واستغلالهم في تقديم تغطية آنية ومباشرة لبعض الأحداث الثقافية، خاصة تلك التي تتعلق بالعروض والمهرجانات (سواء المسرحية أو السينمائية أو الأزياء) أو المعارض الخ...
✓ زيادة الوقت المخصص لعرض البرامج الثقافية.

ختاما لا يسعني القول إلا أن مثل هذه الدراسة ما هي إلا محاولة أُلقت الضوء على جانب ضيق من موضوع واسع متشعب، ولكنها قد تكون بادرة لفتح المجال أمام دراسات جديدة قد تثري الموضوع من جوانب أخرى، تتعلق بدراسة المضمون الثقافي الذي يقدمه هذا النوع من الفضائيات للجمهور العربي، كأن تكون "دراسة مقارنة بين قناتين أو ثلاث قنوات مثلا" أو ربما دراسة جمهور هذه القنوات، هنا أقصد جميع الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية ولا أستثني قناة بعينها.

القادر للعلوم الإسلامية

المراجع:

- أولاً: القرآن الكريم
- ثانياً: الكتب العربية :

- 1- أبو أصبع صالح خليل: تحديات الإعلام العربي، ط 1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 1999
- 2- أحمد البطريق نسمة: الدلالة في السينما والتلفزيون في عصر العولمة، (د.ط)، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2003
- 3- أحمد البطريق نسمة: الكتابة للإذاعة والتلفزيون، ط 1، الدار العربية للنشر والتوزيع، مصر، القاهرة، 2009
- 4- أحمد رشتي جيهان: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، (د.ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978
- 5- الأحمر فيصل: معجم السيميائيات، ط1، الدار العربية للعلوم ناشرون، منشورات الاختلاف، لبنان، الجزائر، 2010
- 6- الدناني عبد المالك: البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية ، ط1، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006
- 7- الحسيني أميرة: فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2005
- 8- العيفة جمال: الثقافة الجماهيرية (عندما تخضع وسائل الإعلام والاتصال لقوى السوق)، (د.ط)، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2003
- 9- العشماوي محمد زكي: فلسفة الجمال في الفكر المعاصر، (د.ط)، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1981
- 10- الصباغ رمضان: الفن والقيم الجمالية بين المثالية و المادية ، (د.ط)، دار الوفاء لنديا للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2000

- 11- الرضا هاني، رامز عامر: الرأي العام والإعلام في الدعاية، (د.م)، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، (د.ت)
- 12- الشوفي نزيه: الثقافة الهدامة والإعلام الأسود، (د.ط)، منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق، 2005
- 13- الغدامي عبد الله: الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي، ط 1، المركز الثقافي العربي، بيروت لبنان، 2004
- 14- بوحوش عمار: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، (د.ط)، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985
- 15- بوحوش عمار، محمد محمود الذنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999
- 16- بيغل جوناثان: مدخل إلى سيمياء الإعلام، ترجمة: محمد شيّا، ط 1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2011
- 17- بنكراد سعيد: سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار والتمثيلات الثقافية، (د.ط)، أفريقيا الشرق، الدار البيضاء، المغرب، 2006
- 18- بن مرسلّي أحمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، (د.ط)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003
- 19- جاد سهير: البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، تقديم عبد العزيز شرف، (د.ط)، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987
- 20- جاد سهير، سامية أحمد علي: البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع الهرم، مصر 1997
- 21- حجازي مصطفى: حصار الثقافة بين القنوات الفضائية والدعوة الأصولية، ط 2، المركز الثقافي العربي، بيروت، 2000

- 22- حسام الدين اسماعيل محمد: الصورة والجسد، دراسات نقدية في الإعلام المعاصر، ط 2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2010
- 23- طلب نبيل: البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون، (د.ط)، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009
- 24- طعيمة رشدي: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، مفهومه، أسسه، استخداماته، (د.ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1987
- 25- مجد الدين محمد خالد: صناعة الأخبار في عصر المعلومات، ط 1، دار الأمين للنشر والتوزيع القاهرة، 2005
- 26- محمد جابر سامية: الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، النظرية والتطبيق، (د.ط)، دار المعرفة الجامعية، 2006
- 27- محمد حسين سمير: بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، (د.ط) عالم الكتب، القاهرة، 1976
- 28- محمد حسين سمير: بحوث الإعلام، ط 2، عالم الكتب، القاهرة، 1995
- 29- محمود ذهبية محمد: الإعلام المعاصر، ط 1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، دار أجنادين للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007
- 30- منير وليد: التنمية وأزمة الثقافة بين الاستلاب وفاعلية التغيير، دراسة في التأصيل المعياري للتحديات، في: علي جمعة محمد وآخرون: الأمة وأزمة الثقافة والتنمية، تقديم عبد الحميد سليمان، ط 1، دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، 2007
- 31- معوض محمد: المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، (د.ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، (د.ت)
- 32- معوض محمد: الخبر في وسائل الإعلام، ط 1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1994
- 33- معوض محمد، بركات عبد العزيز : الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ط 1، دار الكتاب الحديث، 1996

- 34- معوض محمد: دراسات في الإعلام الخليجي، الجزء الثاني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2002
- 35- ناجي محمود فاروق: البرنامج التلفزيوني، كتابته ومقومات نجاحه، ط 1 ، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2007
- 36- سيّد أحمد الخليلي طارق: فن الكتابة الإذاعيّة والتلفزيونيّة ، (د.ط)، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، القاهرة ، 2005
- 37- سعيد الحديدي منى، سلوى إمام علي: الإعلام والمجتمع، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004
- 38- سعيد عبد الغني أمين: الثقافة العربية والفضائيات، رؤية إعلامية من منظور منهجية التحليل الثقافي، ط 1 ، إيتراك للطباعة والتّشّرع والتوزيع ، 2003
- 39- عبد الحميد محمد: الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري ، (د.ط)، عالم الكتب، القاهرة، 1993
- 40- عبد الحميد محمد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 1 ، عالم الكتب، القاهرة، 2000
- 41- عبد الحميد محمد: بحوث الصحافة ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1992
- 42- عبد الحميد محمد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (د.ط)، عالم الكتب، القاهرة، 2003
- 43- عبد الحميد محمد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، (د.ط)، دار ومكتبة الهلال ودار الشروق للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 2009
- 44- عبد الرحمن عمار: الصورة والرأي العام السلطنة الخامسة، (د.ط)، دار بغداد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، (د.ت)
- 45- عبد الغني عماد: سوسولوجيا الثقافة المفاهيم والإشكاليات ... من الحداثة إلى العولمة (د.ط) مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2006

- 46- عبد مسلم طاهر: عبقرية الصورة والمكان ، ط 1 ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، (د. م)، 2002
- 47- عدلي العبد عاطف: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، (د.ط)، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2002
- 48- عطوان فارس: الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009
- 49- عيسى القادري نهنود: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم الفكيك، ط 1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008
- 50- علي محمد حسن: مقدمة في الفنون الإذاعية والسّمعبصرية، ط1، الدّار العربية للنّشر والتّوزيع، القاهرة، مصر، 2009
- 51- صبطي عبيدة، نجيب بخوش: مدخل إلى السيميولوجيا، ط1، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، (د.م)، 2009
- 52- صلاح الدين محمد: من وحوش السرنجها الأمريكية، (مصنف الكتروني، موقع كتب عربية)
- 53- قدور عبد الله ثاني: سيميائية الصورة، مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية، ط 1، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008
- 54- قيراط محمد: قضايا إعلامية معاصرة، ط 1 ، مكتبة الفلاح للنّشر والتّوزيع ، القاهرة ، مصر، 2006
- 55- شاكركري إيباد: عام 2000 حرب المحطات الفضائية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، 1999
- 56- شكري عبد الحميد: تكنولوجيا الاتّصال الجديد في إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون ، ط 1، دار الفكر العربي، (د،م) 1996
- 57- شلبي كرم: الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج، (د.ط)، مكتبة التراث الإسلامي، القاهرة، (د.ت)

58- شلبي كرم: المذيع وفن تقديم البرامج للراديو والتلفزيون، (د. ط)، مكتبة التراث الإسلامي، القاهرة، (د.ت)

59- شرف عبد العزيز : المدخل إلى وسائل الإعلام، ط 2، دار الكتاب المصري، دار الكتاب اللبناني، القاهرة، بيروت، 1989

60- شرف عبد العزيز: وسائل الإعلام ومشكلة الثقافة ، ط1، دار الجبل، بيروت، 1993

61- حضور أديب: سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون، ط1، دمشق، 1997

62- خضير البياتي ياسر: الاتصال الدولي والعربي، مجتمع المعلومات ومجتمع الورق، ط 1، دار الشروق، عمان، 2006

● ثالثا: الكتب الأجنبية :

1- Bélisle Claire, Jean Bianchi, Robert Jourdan : Pratiques médiatiques 50 mots-clés, édition CNRS, Paris, 1999

2- Bourgeois Henri: la télévison nous fait-elle la morale ?, éditions du Centurion, Paris, 1993

3- Grawitz Madeleine : Méthode des sciences sociales, 11ème édition, Dalloz, Paris, 2001

4- Henry Paul, Chombart De Lauwe : La culture et le pouvoir, éditions stock , 1975

5- Maigret Eric: Sociologie de la communication et des Medias, 2eme édition, Armand Colin, Paris, 2008

6- Pronovosi Gilles: Médias et pratiques culturelles, presses universitaires de Grenoble, 1996

• رابعا : المعاجم والقواميس والموسوعات

- 1- إبراقن محمود: المبرق قاموس موسوعي للإعلام والاتصال فرنسي - عربي، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، 2004
- 2- بدوي أحمد زكي: معجم مصطلحات الدراسات الإنسانية والفنون الجميلة والتشكيلية، ط 1، دار الكتاب المصري، دار الكتاب اللبناني مصر، لبنان، 1991
- 3- حجاب محمد منير: الموسوعة الإعلامية، المجلد 2 و 5، ط1 دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2003

• خامسا: المقالات والمجلات :

- 1- إبراقن محمود: سينما وسياسة، قصة عقيدة العرض عند كريستيان زيمر، المجلة الجزائرية للاتصال، ع4، فصلية متخصصة بأبحاث الاتصال، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1990
- 2- أحمد علي سامية، عبد العزيز شرف: الدراما في الإذاعة والتلفزيون، عرض: رباب مصطفى، مجلة الفن الإذاعي، ع159، مجلة شهرية صادرة عن عهد الإذاعة والتلفزيون، 2000
- 3- الأنصاري حسين: الوظيفة الثقافية للقنوات الفضائية العربية، قراءات ومطالعات، مجلة الإذاعات العربية، ع1، مجلة فصلية صادرة عن إتحاد الإذاعات العربية، تونس، 2009
- 4- الهمامي المولدي: البرنامج العربي لتلفزيون دوتشيه فيله، ترف إعلامي أم تسويق لألمانيا اليوم؟ مجلة الإذاعات العربية، ع2، مجلة فصلية صادرة عن إتحاد الإذاعات العربية، تونس، 2010
- 5- الطاهر دويدار: الترفيه والإعلام، مجلة الفن الإذاعي، ع193، مجلة شهرية صادرة عن معهد الإذاعة والتلفزيون، القاهرة، 2009
- 6- السيد حسن: الإذاعة وبلاغة الموسيقى، مجلة الفن الإذاعي، ع144، مجلة شهرية صادرة عن معهد الإذاعة والتلفزيون، القاهرة، 1995

- 7- العيّاري المنصف: البعد الإبداعي في النص الإذاعي والتلفزيوني، مجلة الإذاعات العربية، ع2، مجلة فصلية صادرة عن إتحاد الإذاعات العربية، تونس، 2003
- 8- العيّاري المنصف: القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية ، ع56، إتحاد إذاعات الدول العربية ، تونس 2006
- 9- الرّامي عبد الوهاب: مجتمع الإعلام و المعلومات والرّهانات الثقافية في العالم العربي ، مجلة الاذاعات العربية، ع 3، مجلة فصلية صادرة عن إتحاد الإذاعات العربية، تونس، 2005
- 10- الشريف سامي: إعلانات التلفزيون وحماية المستهلك، مجلة الفن الإذاعي، ع74، مجلة شهرية صادرة عن معهد الإذاعة والتلفزيون ، 2004
- 11- الغول علي: دور الفن التشكيلي في إغناء المظاهر الحضارية والثقافية في الأردن، المجلة الثقافة العربية، ع52، مجلة ثقافية فصلية تصدر عن الجامعة الأردنية، ديسمبر 2000، فيفري، 2001
- 12- بوجلال عبد الله: الآثار الاجتماعية والثقافية للإعلام في ظلّ العولمة ، مجلّة المعيار، ع6، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، 2003
- 13- بوجلال عبد الله: الهوية الثقافية العربية الإسلامية في ظلّ العولمة، مجلّة المعيار، ع12، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، 2006
- 14- بوجلال عبد الله: العولمة وأثرها في الخصوصية الثقافية الجزائرية نموذجاً، مجلّة المعيار، ع5، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، 2003
- 15- بن عياد مراد: إشكالية البعد الإبداعي في البرامج الإذاعية بين خصوصية التجربة الإبداعية وعموم العمل الاتصالي، مجلة الإذاعات العربية ع2، مجلة فصلية صادرة عن إتحاد الإذاعات العربية، تونس، 2003
- 16- بجيت السيد: البي بي سي العربية خصوصية الإعلام الكلاسيكي وتحدياته في بيئة إعلامية جديدة، مجلة الإذاعات العربية، ع2، مجلة فصلية صادرة عن إتحاد الإذاعات العربية، تونس 2010

- 17- دجاني نبيل : البعد الثقافي والاتصالي في ضوء النظام العالمي الجديد ، مجلة المستقبل العربي، ع 224 ، مجلة فكرية شهرية يُصدرها مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، أكتوبر 1997
- 18- وناس المنصف : الفضائيات الأجنبية الموجهة إلى المنطقة العربية ، قراءة مدخلية ، مجلة الإذاعات العربية ، ع2، مجلة فصلية صادرة عن إتحاد الإذاعات العربية، تونس، 2010
- 19- حسن الساعاتي سامية: فضاءات التنشئة الاجتماعية وثقافة الاستهلاك، سلوك المشاهد بين ديناميات التأثير والتأثر، مجلة الإذاعات العربية، ع1 ، مجلة فصلية صادرة عن إتحاد الإذاعات العربية، تونس ، 2006
- 20- حسن حمدي : الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام ، عرض لكتاب في مجلة الفن الإذاعي، ع145، مجلة شهرية صادرة عن معهد الإذاعة والتلفزيون، القاهرة، 1995
- 21- يعيش محمد رؤوف : الفضائيات الدولية الناطقة بالعربية، جسور للتواصل أم ترويج لثقافة أجنبية ، مجلة الإذاعات العربية، ع2، مجلة فصلية صادرة عن إتحاد الإذاعات العربية، تونس، 2010
- 22- لعياضي نصر الدين: برامج المنوعات التلفزيونية هل تؤدي محاولة الخروج من التماثل إلى الإمتثال، مجلة الإذاعات العربية، ع1 ، مجلة فصلية صادرة عن إتحاد الإذاعات العربية، تونس، 2009
- 23- محمد عزيزي رضوان: الأبعاد الثقافية الضمنية في برامج المنوعات، مجلة الإذاعات العربية، ع1، مجلة فصلية صادرة عن إتحاد الإذاعات العربية، تونس ، 2009
- 24- معوض إبراهيم محمد: برامج الحوار في القنوات الفضائية، مجلة الإذاعات العربية، ع3، مجلة فصلية صادرة عن إتحاد الإذاعات العربية، تونس، 2002
- 25- نبيل السراج محمد، حازم عويس: فن العمارة بين الاصاله والمعاصرة، المجلة المعمارية العلمية ، ع7، صادرة عن كلية الهندسة المعمارية ، جامعة بيروت العربية ، 1993
- 26- سعيد يونس عبي: قضايا الفن والجمال في الفكر الإسلامي ، المجلة الثقافة العربية، ع 10 مجلة شهرية جامعة تصدرها اللجنة الشعبية للإعلام، الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية، 1980

- 27- عبد الجواد طبالة عفاف: البرامج الثقافية في التلفزيونات العربية ،مجلة الإذاعات العربية، ع3،
مجلة فصلية صادرة عن إتحاد الإذاعات العربية، تونس ، 2006
- 28- عبد الجواد طبالة عفاف : حول الدور الثقافي للتلفزيون ، مجلة الإذاعات العربية، ع3 ، مجلة
فصلية صادرة عن إتحاد الإذاعات العربية، تونس ، 2001
- 29- عبد المجيد إبراهيم: المشهد الثقافي العربي ما وراء الأزمة، مجلّة النّور، ع 163، لبنان، بيروت،
2005
- 30- عبد الرحمن عزّي: وسائل الاتصال والعالم الدرامي من الفلكلور الى العرض الواحد ، مجلة
الثقافة ، ع 110 ، ع 111، وزارة الثقافة، الجزائر، 1995
- 31- عبده دياب عمرو: في مجال فن الموسيقى دور الموسيقى في الإذاعة المصرية، مجلة الفن
الإذاعي، ع 158، مجلة شهرية صادرة عن معهد الإذاعة والتلفزيون، القاهرة ، 1999
- 32- عمران نادر: الإذاعة والتلفزيون ودورها في نشر الثقافة المسرحية، مجلة الإذاعات العربية، ع2 ،
مجلة فصلية صادرة عن إتحاد الإذاعات العربية، تونس
- 33- عصمت رياض: المسرح ومنزلته في الإذاعة والتلفزيون ، مجلة الإذاعات العربية ، ع2 ، مجلة
فصلية صادرة عن إتحاد الإذاعات العربية، تونس، 2001
- 34- فاروق أبو زيد دينا: مهارات المذيع التلفزيوني، مجلّة الفن الإذاعي، عدد 170 ، مجلة شهرية
صادرة عن معهد الإذاعة والتلفزيون ، 2003
- 35- شطاح محمد : الأخبار في التلفزيون، نحو عالم استعراضي وقيم جديدة في التغطية الإخبارية،
مجلة الإذاعات العربية ، ع4، مجلة فصلية صادرة عن إتحاد الإذاعات العربية، تونس 2006
- 36- خضير البياتي ياسر : الفضائيات الثقافة الوافدة وسلطة الصورة، مجلة المستقبل العربي،
ع267، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2001

• سادسا: الرسائل الجامعية :

- 1- الربيعي محمد كحط عبيد: الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية - دراسة تحليلية ميدانية- مقدمة إلى كلية الآداب والتربية في الأكاديمية العربية المفتوحة في الداخرك، 2007
- 2- بوفدح بديسي وحيدة: القيم في الرسوم المتحركة بالتلفزيون الجزائري - دراسة تحليلية - (مذكرة ماجستير غير منشورة)، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، س؟
- 3- بوخاري أحمد: دلالات المكان في الومضات الشهيرة التلفزيونية - دراسة تحليلية سيميولوجية مقارنة بين متعلمي الهاتف النقال نجمة وجيزي - ، مذكرة ماجستير غير منشورة في الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، 2009
- 4- بوغوندة ليلى: الصحافة الجزائرية وترتيب أولويات الرأي العام - دراسة مقارنة لأولويات الرأي العام وأولويات الصحافة - (مذكرة ماجستير غير منشورة) قسم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007
- 5- لحياي فطيمة: المضمون الإخباري في الفضائيات الأجنبية الموجهة بالعربية واتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحوه - دراسة تحليلية ميدانية لقناتي الحرة وروسيا اليوم- رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون والإعلام، ليبيا، 2009
- 6- لعرج سمير: دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري - دراسة ميدانية- (رسالة دكتوراه غير منشورة) في الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007
- 7- عواج سامية: صورة المرأة في الأشهار التلفزيوني في الوطن العربي - دراسة تحليلية مقارنة- (رسالة دكتوراه غير منشورة) في الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2011
- 8- عزري أمال: برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية وتأثيرها على قيم وسلوك المراهقين - برنامج ستار أكاديمي على قناة LBC، 25 جانفي - 09 ماي 2008 نموذجاً- دراسة ميدانية في منطقة ولاية سكيكدة، (مذكرة ماجستير غير منشورة) في الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر، 2010

9- يخلف فايزة: خصوصية الإشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الانفتاح الاقتصادي - دراسة تحليلية سيميولوجية لبنية الرسالة الاشهارية- (رسالة دكتوراه غير منشورة) في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2004 - 2005

● سابعا: الملتقيات :

- 1- المعمري هيام: سيميائية الصورة العالمية، في : مجموعة من الباحثين : ثقافة الصورة في الإعلام والاتصال، مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر، ط1، منشورات جامعة فيلادلفيا، 2008
- 2- العابد سكينه: العولمة الثقافية ووسائل الاتصال الجماهيري، قراءة متأنية في فكر طائر، في: فضيل دليو: العولمة والهوية الثقافية، سلسلة أعمال الملتقيات، مخبر علم الاجتماع والإتصال للبحث والترجمة، قسنطينة، الجزائر، 2010
- 3- العبد الله مي: استخدام الصورة في تغطية العدوان الاسرائيلي على لبنان، في : مجموعة من الباحثين : ثقافة الصورة في الإعلام والاتصال، مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر، ط 1، منشورات جامعة فيلادلفيا، 2008
- 4- لعرج سمير: الخطاب الإشهاري وفلسفة الازمات في المجتمعات العربية. مداخلة قُدمت في ملتقى الإعلام والأزمات بجامعة الشارقة، كلية الإتصال، يومي 14-15 ديسمبر 2010
- 5- شلواي عمار: السيمياء المفهوم والآفاق، محاضرات الملتقى الوطني الأول: السيمياء والنص الأدبي 7-8 نوفمبر 2000، جامعة محمد لخضر، بسكرة، كلية الآداب والعلوم الإجتماعية، قسم الأدب العربي، 2000

● ثامنا: المواقع الإلكترونية :

- 1- موقع الأكاديمية الدولية لتكنولوجيا الرياضة - السويد :

http://www.iusst.org/index.php?option=com_content&view=article&id=2611:2011-08-17-22-46-05&catid=47:2010-06-10-00-49-31&Itemid=93

2- موقع الأكاديمية العربية في الدانمارك :

http://www.ao-academy.org/docs/master_study_from_mohamed_gabatt_obaid_al_rubaie.doc

3- موقع جريدة الأحداث الجزائرية على الرابط التالي :

http://www.elahdath.net/index.php?option=com_content&task=view&id=7879&Itemid=58

4- موقع جريدة الصباح المغربية :

http://www.assabah.press.ma/index.php?option=com_content&view

5- موقع ملتقى رابطة الواحة الثقافية واحة علوم اللغة وآدابها :

<http://WWW.OFOUQ.COM /TODAY /MODULES.PHP?NAME=NEWS FILE= ARTICLE & SID=2947>

6- موقع متحف قمة المدينة - المدينة المنورة :

http://www.museumsalama.com/museum_2/index1.html

7- موقع سفارة فرنسا في مصر على الرابط التالي :

<http://www.ambafrance-eg.org/spip.php?article2846>

8- معهود فتحي عبد العال أبو دوح: ما بعد الحداثة إشكالية المفهوم ، موقع مؤسسة الحوار المتمدّن:

<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=189625>

9- منتدى صناعة النحل في السعودية :

<http://forum.saudibi.com/forum/showthread.php?630-%CF%E6%D1-%C7%E1%E4%CD%E1-%DD%EC-%CA%E1%DE%ED%CD->

%E3%CE%CA%E1%DD-
%C7%E1%E4%C8%C7%CA%C7%CA&s=49c1a551f245ecc35d9f9
435d9fd9677

10- منتديات القوة للفنون القتالية :

<http://lee75.fororama.com/t123-topic>

11- منتديات قديم الثقافة والتجارية للتحف والآثار :

<http://www.qadeem.com/vb/showthread.php?t=15816>

12- شبكة الألوكة للدكتور أحمد إبراهيم خضر :

<http://www.alukah.net/Web/khedr/0/27886/>

13- شبكة النبأ المعلوماتية :

<http://www.annabaa.org/nbanews/2010/04/314.htm>

14- شبكة ويكيبيديا عربية :

<http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A3%D8%AF%D8%A8>

15- شبكة عالم الإمارات على :

<http://sportw.montadarabic.com/t126-topic>

16- شبكة عالم الإمارات على :

<http://www.alamuae.com/vb/t73345.html>

17- شبكة رواء الأدب :

<http://www.ruowaa.com/contents/view/126>

18- Les programmes culturels sur les chaines publiques de télévision européennes approche comparative, étude en ligne :

<http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001134/113404fo.pdf>

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الملاحق

جامعة الأميرة
عبد القادر
للعلوم الإسلامية

1- استمارة تحليل المحتوى:

أولا البيانات الأولية

نوعية القناة: اسم البرنامج:

توقيت البث وتوقيت إعادته: حجم البرنامج:

ثانيا: البيانات الكمية:

أ- فئات المضمون: (ماذا قيل؟)

1- فئة الموضوع:

الأدب: شعر قصة رواية

الفن التعبيري: موسيقى رقص غناء مسرح سينما

الفن الشكلي: رسم نحت تصوير

التصميم: هندسة خارجية وعمارة زخرفة وديكور ألبسة وعروض أزياء

عطور ومجوهرات حلاقة وتجميل

الصناعة الغذائية: صناعة الخمر صناعة الخبز تربية النحل وصناعة العسل

الطبخ:

الآثار:

فئات أخرى: رياضة

2- فئة الوظيفة: إخبار وإعلام شرح وتفسير

دعاية تثقيف أخرى تذكر

3- فئة القيم:

أ- الإيجابية: إبداع ابتكار جمال تميز الأناقة
الإتقان والدقة التنوع فن تذوق الطعام التميز
النجاح الشهرة التغيير الحيوية والديناميكية
المحافظة على التراث والتقاليد

ب- السلبية: الإثارة والإغراء العري الجنس

إكساب عادات سيئة (خمر تدخين...) كشف العورة
نشر ثقافة الاستهلاك العنف

ج- المحايدة: الغرابة

4- فئة المصدر:

مختصون مراسل القناة وكالات أنباء
وسائل إعلام أخرى مصدر رسمي أو هيئة الجمهور
مصادر أخرى

5- فئة المرجع (أصل المحتوى):

عربي فرنسي أجنبي

ب- فئة الشكل: (كيف قيل؟)

1- فئة القالب الفني: حديث حوار تقرير

2- فئة اللغة المستعملة: عربية بسيطة (إعلامية) عربية دارجة

أجنبية أجنبية مترجمة

3- فئة الفواصل الموسيقية والمؤثرات الصوتية: موسيقى أغنية

كلام مع خلفية موسيقية كلام مع خلفية أغنية
تصنيف تصفير أصوات أخرى حسب الموضوع

4- فئة الزمن

2- تصميم الاستمارة:

أولاً: البيانات الأولية:

1 - نوعية القناة

2 اسم البرنامج 3 4

5 - توقيت البث وإعداته 6 7

8 - حجم البرنامج 9 10

ثانياً: البيانات الكمية:

أ- فئات المضمون (ماذا قيل؟):

16 15 14 13 12 11 فئة الموضوع

18 17

3/1 2/1 1/11

5/12 4/12 3/1 2/1 1/12

3/1 2/1 1/13

5/14 4/14 3/1 2/1 1/14

3/1 2/1 1/15

18

17

16

23

22

21

20

19

- فئة الوظيفة

30

29

28

27

26

25

24

- فئة القيم الإيجابية

37

36

35

34

33

32

31

44

43

42

41

40

39

38

- فئة القيم السلبية

45

- فئة القيم المحايدة

52

51

50

49

48

47

46

- فئة المصدر

55

54

53

- فئة المرجع

ب- فئات الشكل (كيف قيل؟)

58

57

56

- فئة القالب الفني

62

61

60

59

- فئة اللغة

66

65

64

63

- فئة الفواصل الموسيقية والمؤثرات الصوتية

69

68

67

71

70

- فئة الزمن

3- مفتاح الاستمارة:

- المربع 1 يمثل اسم القناة.

- المربعات من 2 إلى 4 تمثل أسماء البرامج الثقافية محل الدراسة وهي: "ثقافة" "موضة" "فن العيش"

- المربعات من 5 إلى 7 تمثل توقيت بث البرامج الثقافية وإعدادتها.
- المربعات من 8 إلى 10 تمثل حجم البرامج الثقافية.
- المربعات من 11 إلى 18 تمثل المواضيع الثقافية الأساسية وهي: أدب، فن تعبيرى، فن تشكيلي، التصميم، الصناعة الغذائية، الطبخ، الآثار، مواضيع أخرى
- المربعات من 1/11 إلى 3/11 تمثل المواضيع الأدبية الفرعية وهي: شعر، قصة، رواية.
- المربعات من 1/12 إلى 5/12 تمثل مواضيع الفن التعبيري الفرعية وهي: موسيقى، رقص، غناء مسرح، سينما.
- المربعات من 1/13 إلى 3/13 تمثل مواضيع الفن التشكيلي الفرعية وهي: الرسم، النحت والتصوير.
- المربعات من 1/14 إلى 5/14 تمثل مواضيع التصميم الفرعية وهي: الهندسة الخارجية والعمارة، الزخرفة والديكور، الألبسة وعروض الأزياء، العطور والمجوهرات، الحلاقة والتجميل.
- المربعات من 1/15 إلى 3/15 تمثل مواضيع الصناعة الغذائية الفرعية وهي: صناعة الخمر، صناعة الخبز، تربية النحل وصناعة العسل.
- المربعات من 19 إلى 23 تمثل فئة وظيفة البرامج الثقافية وهي: الإخبار والإعلام، الشرح والتفسير، الدعاية، التثقيف، أخرى تذكر.
- المربعات من 24 إلى 37 تمثل القيم الإيجابية التي تتضمنها البرامج الثقافية وهي: الإبداع، الجمال، التميز، الابتكار، الاتقان والدقة، التنوع، الأناقة، فن تذوق الطعام، حب العمل واحترامه، النجاح، الشهرة، التغيير، الحيوية والديناميكية، المحافظة على التراث والتقاليد.
- المربعات من 38 إلى 44 تمثل القيم السلبية وهي: الإثارة والإغراء، العري، إكساب عادات سيئة، كشف العورة، نشر ثقافة الاستهلاك، العنف والجنس.
- المربع 45 يمثل القيم المحايدة وقد تمثلت في قيمة الغرابة.

- المربعات من 46 إلى 52 تمثل المصادر التي تعتمد عليها البرامج الثقافية وهي: مراسل القناة، المختصون، مصدر رسمي أو هيئة، الجمهور، وسائل إعلام أخرى، وكالات أنباء، مصادر أخرى.
- المربعات من 53 إلى 55 تمثل مراجع البرامج الثقافية وقد تمثلت في: فنية أجنبية وعربية.
- المربعات من 56 إلى 58 تمثل القوالب الفنية التي تقدم من خلالها المواد الثقافية وتشمل: التقرير، الحوار، والحديث.
- المربعات من 59 إلى 62 تمثل اللغة المستخدمة في البرامج الثقافية وقد تمثلت في: العربية البسيطة (الإعلامية) العربية الدارجة، الأجنبية المترجمة والأجنبية.
- المربعات من 63 إلى 69 تمثل الفواصل الموسيقية والمؤثرات الصوتية وهي: الموسيقى، الأغنية، كلام مع خلفية موسيقية، كلام مع خلفية أغنية، تصفيق، تصفير، وأصوات أخرى حسب الموضوع.
- المربعان 1 و 2 يمثلان حجم المواضيع الثقافية، وحجم البرامج ضمن الشبكة البرمجية.

ملخص الدراسة:

يُعدُّ التلفزيون الوسيلة الإعلامية وال جماهيرية الأكثر بروزا والأكثر انتشارا وتأثيرا، مقارنة بغيره من الوسائل الأخرى، نظرا لما يتمتع به من خصائص ساعدت في تطويرها التقنية، ومع تزايد وتنوع الفضائيات التي أغرقت صُورها فضاءات الكون، أصبحنا اليوم نعيش حضارة الصّور المتدفقة بلا انقطاع، نرى من خلالها العالم ونؤثِّثه، وحوّلها تدور الثقافة بكل ما فيها من ثقافات مُتداخلة جماهيرية كانت أو نُخبوية، ونظرا لأهمية الثقافة باعتبارها مجالا خصبا ومتعدّدا، ونظرا لأهمية الإعلام والدور الذي يقوم به في طبيعة المنجز الثقافي، عمدت الطالبة في بحثها إلى دراسة نموذج من القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية كنوع لا يستهان به لقدرتها على نشر وترسيخ وتغيير الأفكار والمفاهيم والسلوك، ومعرفة دورها التثقيفي، وقد وقع اختيارها على قناة France24.

ومن هذا المنطلق أُلقت هذه الدّراسة الصّوء على المحتوى الثقافي الذي تعرضه هذه الوسيلة فحاء التساؤل الرئيسي كُنقطة بدء لهذا البحث، مُتممّلا في : **معرفة المضمون الثقافي الذي تُقدّمه القناة للجمهور العربي؟**

وبما أن أصل الدّراسة يقوم على تحليل هذا المضمون، جاءت مجموعة من التساؤلات الفرعية لتُلبِّمَّ بجوانب الشكل والمضمون كما يلي:

✓ التساؤلات المتعلقة بالمضمون:

- 6 - ما هي المواضيع الأكثر معالجة في هذه البرامج؟
- 7 - ما هي الوظائف التي تؤدّيها هذه البرامج؟
- 8 - ما هي القيم المتضمنة في المواضيع التي تعرضها البرامج الثقافية للقناة؟
- 9 - ما هي المصادر التي تعتمد عليها القناة في استقاء مضامينها الثقافية؟
- 10 - ما هي مرجعية هذه البرامج؟

✓ التساؤلات المتعلقة بالشكل:

- 6 - ما هي أهم الأشكال الفنية التي تعرض من خلالها القناة برامجها الثقافية؟
- 7 - ما نوع اللغة المستخدمة في هذه البرامج؟
- 8 - ما هي أهم الفواصل الموسيقية والمؤثرات الصوتية التي برزت عند عرض المضامين الثقافية؟

9 - ما هو الحجم الزمني المخصص لتلك المواضيع الثقافية ؟

10 - ما درجة الأولوية التي تقدمها القناة لبرامج الثقافة ضمن الشبكة البرمجية الكلية ؟

ومن أجل معالجة الإشكالية المطروحة استعانت الطالبة بمنهج المسح بالعينة الذي يناسب هذا النوع من الدراسات، أين اختارت عينة من هذه البرامج وقامت بتحليلها مستعينة بأداة تحليل المضمون كتقنية للتحليل الكمي والكيفي معا.

وباعتبار أن الصورة المتلفزة أحدثت نمطا جديدا في المشهد الإعلامي، وأنها أصبحت تشكل العلامة الثقافية، وهي مصدر التلقي والتأويل والتأثير المباشر، كان لزاما القيام بتحليلها هي الأخرى حتى تكتمل عملية التحليل بما أننا نتعامل مع مواد بصرية، لهذا استخدمت الطالبة أداة ثانية وهي أداة التحليل السيميولوجي، أين استعانت بمقاربة " رولان بارث Roland Barthes " والتي تتطلب تقسيم الصورة إلى مستويين: الأول تعيني ويقتضي وصف الصورة كما وردت، والثاني تضميني ويقتضي استخراج الدلالات والمعاني الكامنة الموجودة في الصورة.

أما مادة التحليل فقد شملت جميع البرامج الثقافية التي بثتها القناة في الفترة الممتدة من شهر أوت 2010 إلى شهر نوفمبر من نفس السنة، وهي عبارة عن ثلاثة برامج: أولها كان برنامج ثقافة أين تم اختيار عينة الأسبوع الصناعي وهي عينة عشوائية دورية، والثاني برنامج موضة والثالث برنامج فن العيش اللذين قامت الطالبة بمحصر شامل لجميع أعدادهما والتي بُثت في الفترة المذكورة.

أما عينة الجانب السيميولوجي، فقد تم اختيارها بناءً على نتائج الدراسة التحليلية لمضمون البرامج الثقافية، وكان ذلك وفقا لمعايير تم تحديدها مسبقا.

ولتغطية البحث في شقّه النظري، تمّ الاعتماد على فصل نظري متكوّن من أربع مباحث كل واحد منها يُعّين جانبا معيّنا من الموضوع، حيث اهتم الأول بمميّزات التلفزيون كوسيلة جماهيرية ناقلة ومنتجة للثقافة في آن، أين تطرّق لبعض المفاهيم التي تدخل في إطار الإنتاج الثقافي، أما المبحث الثاني فقد عني بالبرامج الثقافية التلفزيونية، أشكالها، ومعايير تحريرها وإنتاجها، وأخيرا خصائص القائمين عليها، بينما المبحث الثالث فقد تعرّض للفضائيات بأنواعها، مع ذكر بعض الملاحظات التي يشهدها المشهد الفضائي، والآثار الإيجابية والسلبية لهذه الفضائيات من الناحية

الثقافية، وقد جاء المبحث الرابع ليُقدّم لمحة عن القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، ومنها قناة France 24 موضوع الدراسة.

وبعد تحليل تلك البرامج من حيث الشكل والمضمون وتحليل الصور باستخدام أداتي تحليل المضمون والتحليل السيميولوجي توصلت الطالبة في ختام الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي:

✓ تناولت البرامج الثقافية في قناة France24 موضوعات ثقافية متنوعة عنت بالأدب والفن والتصميم، والطبخ، وكذلك الصناعات الغذائية، والآثار، غير أن الاهتمام بنوع معين من المواضيع اختلف من برنامج لآخر كل حسب طبيعته، لكن الواضح هو أن البرامج الثلاثة أولت اهتماما بالمواضيع المعاصرة أكثر من اهتمامها بالأدب والتراث.

✓ أهم وظيفة قامت بها البرامج الثقافية هي الوظيفة الإخبارية بينما لم تهتم بالوظيفة التثقيفية

✓ خلّصت الدراسة إلى أن البرامج الثقافية التي تعرضها القناة تحمل قيمة إيجابية عديدة

تشجع أكثر على الإبداع والابتكار والتميز والإتقان والدقة وحب العمل والجمال، وإلى جانب القيم الإيجابية، نجدتها تحمل كذلك قيمة سلبية تشجع أكثر على الإثارة والإغراء والعري وإكساب عادات سيئة، ظهرت كذلك في البرامج الثقافية قيمة مُحايِدة تمثلت في قيمة الغرابة.

✓ تنوعت المصادر التي اعتمدت عليها البرامج الثقافية، مع ظهور تفاوت من حيث تركيز كل برنامج على نوع معين من المصادر، لكن غلبة الطبيعة الإخبارية لتلك البرامج وتنوع المواضيع التي طرحتها، جعل من مراسل القناة يحتل صدارة الترتيب تلاه المختصون كل حسب طبيعة تخصصه واهتمامه.

✓ تهتم البرامج الثقافية أكثر بالمواضيع التي تخص فرنسا ثم الدول الأجنبية الأخرى وأخيرا المواضيع المتعلقة بالدول العربية.

✓ تعتمد قناة France24 على الأشكال الفنية التقليدية في عرض برامجها الثقافية وقد تركزت في: التقرير الحوار والحديث.

✓ تنوع الاستعمال اللغوي في البرامج الثقافية من برنامج لآخر، وذلك راجع لطبيعة كل برنامج وأصل المحتوى الذي تعرضه البرامج، فمثلا برنامجا "موضة" و"فن العيش" اعتمدا

أكثر على اللغة الأجنبية والأجنبية المترجمة، بينما برنامج ثقافة اعتمد أكثر على اللغة العربية البسيطة والعربية الدارجة.

✓ اهتمت القناة بتنوع الفواصل الموسيقية والمؤثرات الصوتية الموظفة في برامجها الثقافية، ما يعكس قوة في الإخراج.

✓ أولت القناة اهتماما بالبرامج الثقافية وهذا ما عكسته المدّة الزمنية المخصصة لعرضها وقد تمثلت في 7.20٪ من زمن البث المخصّص خلال أسبوع كامل، ما حوّلها احتلال المرتبة الرابعة.

✓ أما نتائج التحليل السيميولوجي فقد عكست اهتمام البرامج بسرعة الإيقاع، وتوازن وقوة الانتقالات بين اللقطات، واهتمامها بخلق إيقاع للأحداث الدرامية.

✓ عمدت البرامج الثقافية في قناة France24 إلى عرض المضمون السليبي ولكن في إطار شيق وجذاب ملفت للانتباه، مستفيدة من تقنيات الإخراج المتطورة.

✓ المواد الإعلامية والثقافية الأجنبية حتى المدبلج منها يضل أجنبي التأثير رغم ذلك.

Résumé de l'étude :

Il est incontestable que la tv "est le mass media le plus réputé! Et le plus répandu compte tenu des autres mass-médias. Et cela est dû aux caractéristiques qui ont fait de lui ce qu'il est. Il est l'objet de développements et de techniques qui relèvent de la High Tech. Et suite aux développements et des diversifications des chaînes satellitaires. Nous vivons l'ère de l'image en continu et sans interruption, A travers, nous voyons le monde selon notre vision, et autour des ces chaînes pivotent les cultures diversifiées générales qu'elles soient ou bien particulières, et vu l'importance de la culture qui est considérée comme un espace fertile et varié, et vu l'importance de l'information et le rôle qu'elle joue dans la nature de la création culturelle, l'étudiante s'est basée dans son étude sur l'étude d'un échantillon d'une chaîne satellitaire étrangère arabophone comme genre incontournable dans sa capacité d'informer et de répandre les idées, les concepts et les conduites, et d'identifier son rôle de cultiver les esprits, et son choix fut la chaîne " France 24".

Partant de ce principe, elle a fait la lumière sur le contenu culturel que répand cette chaîne, qui fut la problématique de cette recherche qui consiste à identifier le produit culturel que présente cette chaîne au public arabophone?

Et puisque le contenu de cette étude se déroule autour de l'analyse du contenu des programmes culturels, plusieurs questions se posent afin de cerner certains aspects et contenus :

✓ Questions relatives aux contenus:

- 1- Quels sont les sujets les plus traités dans ces programmes?
- 2- Quelles sont les fonctions de ces programmes culturels?
- 3- Quelles sont les valeurs que véhiculent les contenus de ces programmes?
- 4- Quelles sont les sources des programmes de cette chaîne?
- 5- Quelles sont les orientations de ces programmes?

✓ **Questions relatives à la forme:**

- 1- Quelles sont les genres culturels les plus importants à travers desquels la chaîne présente ses programmes culturels?
- 2- Quelle est la langue utilisée dans ces programmes?
- 3- Quels types de musique et effets sonores utilisés dans ces programmes dans l'émission des contenus culturels?
- 4- Quel est le volume "temps" utilisé pour ces programmes?
- 5- Quel degré de priorité représente ces programmes dans ce qu'émet la chaîne en totalité?

Et pour résoudre la problématique posée, l'étudiante a recouru à la méthodologie de l'analyse d'échantillon qui va avec ce genre d'étude, en procédant à l'étude d'un fragment de ces programmes et à son analyse en s'aidant d'outils d'analyse du contenu comme technique en tenant compte d'analyse qualitative et quantitative ensemble.

En comme l'image télévisée a eu un impact nouvel dans l'audiovisuel, et comme elle est devenue la qualité culturelle, et la source de réception et d'interprétation, il a fallu l'analyser elle aussi pour que l'analyse soit complète étant donné que nous avons affaire à des moyens audiovisuels, pour cela l'étudiante a eu recours à un second moyen qui est celui de l'analyse sémiologique, en tenant compte de l'approche de Roland Barthes qui consiste à diviser l'image en deux niveaux :

Dénotation : qui consiste à décrire l'image telle comme elle se présente, et la seconde connotation : qui consiste à dégager les sens et les significations contenues dans l'image!

Alors que la matière à analyser elle englobe tous les programmes culturels que la chaîne avait émis depuis le mois d'aout 2010 jusqu'au mois de novembre de la même année, on peut les présenter sous formes de trois programmes:

Le premier est celui de "culture" où l'on a choisi l'échantillon de la semaine de l'industrie, qui est un échantillon aléatoire cyclique.

Le second est un programme ayant pour nom: "mode".

Le troisième s'appelle: "art de vivre".

Les deux derniers, l'étudiante les a recensés selon leur nombre et le temps d'émission qui leur a été imparti.

Quant à l'échantillon qui a fait l'objet d'une étude sémiologique, il a été choisi en tenant compte des résultats de l'étude analytique des contenus des programmes culturels selon des critères préétablis.

Et pour réaliser l'exposé dans son approche théorique, il a fallu tenir compte de l'aspect théorique constitué de quatre chapitres

Chacun prend en charge un aspect du thème, le premier a traité

Les caractéristiques de la télévision comme moyen publique producteur et émetteur de culture en même temps, il a analysé certains concepts qui entrent dans le cadre de la production culturelle tandis que le second chapitre, s'est consacré aux programmes culturels télévisés; ses genres, et les caractéristiques de sa réalisation et de sa production, et enfin les caractéristiques de ceux qui veillent à sa réalisation. Le troisième chapitre a passé en revue les chaînes satellitaires en général en citant quelques observations sur ces chaînes et leurs impacts positifs et négatifs du point de vue culturel. Le quatrième aspect a présenté une image sur les chaînes qui présentent des programmes en langue arabe à titre d'exemple la chaîne "France 24" Comme objet d'étude.

Après avoir analysé ces programmes sur le plan "qualité" et "quantité" et l'analyse des images en utilisant les deux outils ; analyse des contenus et analyse sémiologique, l'étudiante est arrivée à un ensemble de résultats qui sont:

- ✓ les programmes culturels de "France 24" ont traité des thèmes variés d'ordre littéraire, artistique, de désigne, d'art culinaire, d'industrie alimentaire et d'archéologie. Il est à rappeler que

chaque programme a pris en charge tel ou tel thème par rapport à d'autres programmes qui à leur tour avaient fait passer un autre thème avant d'autres. Mais ce que nous pourrions dire c'est que les trois programmes ont plus tenu compte des thèmes contemporains que des thèmes littéraires ou du patrimoine.

- ✓ - la plus importante tâche que les programmes culturels ont effectuée est celle des informations en laissant de côté la fonction culturelle.
- ✓ L'étude a conclu que les programmes culturels émis par la chaîne prennent en charge des valeurs positives variées encourageant plus la créativité, la diversité, le savoir-faire, la concision, l'amour du métier et l'art. À côté de ces valeurs positives nous pourrions découvrir que ces programmes véhiculent des valeurs négatives du genre "excitation", "la tentation", "dévoiler la nudité" et "la transmission d'habitudes négatives", il est apparu dans les programmes culturels des valeurs neutres relevant de l'incroyable.
- ✓ Il est à rappeler que la diversification des sources des programmes culturels avec l'apparition de l'exagération de chaque programme dans sa concentration sur ses sources d'information. Alors que la nature de l'information a eu le dernier mot et la diversification des thèmes qu'elle avait traités a fait de sorte que le correspondant soit le premier dans le classement viennent ensuite les spécialistes chacun selon la nature de sa spécialité et de son intérêt.
- ✓ Les programmes culturels s'intéressent plus aux thèmes qui se consacrent pour la France et pour les autres pays étrangers et enfin les thèmes relatifs aux pays arabes.
- ✓ La chaîne "France 24" s'intéresse plus aux genres culturels classiques dans la présentation des ses programmes culturels qui sont les rapports, le dialogue et le *discours*.
- ✓ La diversification de l'utilisation linguistique d'un programme à un autre et cela revient à la nature de chaque programme et l'essentiel de son contenu que présentent ces programmes, À titre indicatif, les deux programmes: "mode" et "art de vivre" se sont basés plus sur la langue étrangère et la langue étrangère

traduite. Alors que le programme " culture " s'est basé plus sur une langue arabe simple et la langue arabe dialectale.

- ✓ La chaîne s'est intéressée à varier les clips musicaux et les effets sonores utilisés dans ses programmes culturels dans une perspective d'améliorer la qualité de production et de réalisation de ces programmes.
- ✓ La priorité des ce la chaîne est les programmes culturels ce qui s'est reflété sur le temps imparti à son émission qui représente 07,20% du temps hebdomadaire ce qui la classe dans le quatrième rang
- ✓ En ce qui concerne les résultats de l'analyse sémiologique, elle reflète l'intérêt de la rapidité du rythme , l'équilibre et la force du passage d'une séquence à une autre et son intérêt en créant un cadre pour les faits dramatiques .
- ✓ La chaîne "France 24" a prétexté d'émettre le contenu négatif mais dans un cadre attractif qui prête attention bénéficiant des technique de réalisation très avancées.
- ✓ Les matières d'information et culturelles mêmes traduites demeurent étrangères dans leur influence malgré cela.

Summary of the Study

There is no doubt that Television considered the most emergence media means and the most spreaded and influence, in comparasion with other means, looking to its specialities which help in its technicals development and with increasing of the satellite channels in which its figures and images is sinking all the world, when in our days we live in a civilization of figures and images, we see through it the world and constructe it and around the culture spins all its overlapping Cultures Both Public and Elitist Cultures, looking to the importance of the Culture as it is considered a fertile and multi field.

Also looking to the importance of media and its role made by the nature of Culture, the student in her search study a model of foreign channels speaking Arabic language, as a type or as a kind which has a big power and ability in spreading and estabilishing and changing the ideas, concepts, behaviours, and knowing its Cultural role, and as a channel, the student choose **France24** as a model.

From this sense, this study put the light on a Cultural content which is shown through this means, like this come the principal question as starting point to this search, and the question is: **knowing and concentrating on the Cultural content which is given by the channel to the Arabic Public?**

As the basis of the search stand on the Analysis of this Content, a lot of sub-questions is given to be familiar with all the parties of the form, and Content as follow:

✓ Questions related to the Content:

- 1- What are the most subjects treated in those programs?
- 2- What are the functions of those programs?
- 3- What are the values of the subjects shown in Cultural programs of the channel?
- 4- What are the sources in which the channel depend on it to select its Cultural Contents?
- 5- What is the references of those programs?

✓ **Questions related to the form figure:**

- 1- What are the important Artistic forms in which the channel shown its Cultural programs?
- 2- What is the language used in those programs?
- 3- What are the important musical interludes or musical Breaks, and sound effects appeared when they expose the Cultural contents?
- 4- What is the size of the time given to the Cultural subjects?
- 5- What is the degree of priority given by the channel to the Cultural programs in the whole network programs?

For the treatment of the questions which are asked before, the student used the sample survey method which is appropriate to this kind of studies, when she choose a sample from those programs, then she analysed it using the means of analyzing the Content as a technique of both quantitative and qualitative analysis.

Considering that the picture televised make a new pattern in media scence, and it make a Cultural mark, and it is a source of giving interpretation and direct impact, then it is committed to analyze it to complete the operation of the analysis because we deal with visual materials so, because of this the student used another mean, which is the Simeological Analysis, and she depend on "Roland Barthes" approach, which need to compose the figure into 02 levels:

The first; denotative in which we describe the picture as it is, and the second level is connotative, in which we extract the connotation and the meanings which is in the picture.

Whereas the material of the analysis included all the Cultural programs shown on the channel from August 2010 to November 2010, and the material of the Analysis is three 03 programs, the first was a "Cultural" program and she chose as a model the program of "Industrial Week" and it is periodical and random Sample, the second was the program of "Fashion", and the third one was "Art of living", and in the 2 programs the student followed all the episodes in the period above.

The Sample of the Simeological part, was chosen according to the results of the analysis of the Content of the Cultural programs, based on some measurements, which are determined before.

For the covering of the search in the theoretical part, we deal on four 04 investigations, each of them treated a part of the subject, the first one concentrated on the features of the Television as a public transmission means, and productive of Culture at the same time, when she treated some concepts which was used in the Cultural product, where as the second was about the Cultural programs of the television, its forms, the measurements of its liberation and production, whereas the third search was about all the kinds of the channels, with some observation with negative and positive effects (results) of this channels from the cultural part, and the last one is come to give a glance about the foreign channels speaking Arabic language, and "France24" was one of them.

After the analysis of the program in terms of the form, the content, and the analysis of the figure using the means of the analysis of the content and the simeological analysis, the student at the end of the study collected some results:

The programs of "France24" shown cultural programs about: arts, literature, design, cooking, and even food product and effects, but the thing which is clear is that the three programs gave priority to the modern, contemporaneous subjects more than literature and heritage.

- 1- The important function done by the cultural programs was the informative function, but it didn't gave importance to the cultural function.
- 2- The result of the study was that the cultural programs shown by the channels had positive values encourage the creativity, innovation, discrimination, mastering, accuracy, loving the job and the beauty, and in the other hand we have the negative values encourage stir, lure, nudity, and the bad habits, also it appeared a neutral value which is "the strange".
- 3- There is a lot of sources of the cultural programs each one concentrate on some special kinds of the sources.
- 4- But the informative nature of the programs and the different kinds of the subject exposed by the programs. All of that made the correspondent of the channel occupies the top of the standings when the specialists according to the nature of the speciality of each one.

- 5- The Cultural programs gave importance to the subjects that concern France24 and other foreign countries, then the subjects which concerned the Arabic countries.
- 6- The channel of France24 depend on the artistic traditional forms to expose its cultural programs and it is concentrated on: Report, Dialogue, Conversation.
- 7- The diversity in using different languages in the cultural programs in different programs because of the nature of each program, and the origin of the content shown through the programs for example the programs of Fashion and Art of living used the simple Arabic language slang.
- 8- The channel gave importance to the diversity of the musical breaks, and the sound effects, this shown the power of directing.
- 9- The channel gave the priority to the cultural programs because it was given a large time 7.20% from the time specifies for broadcasting during the week, and it occupies the forth place
- 10- For the Simeological analysis, reverse to the importance given to the Rhythm of the programs, the balance and the power transition between the shots, and the importance given to the creation of the Rhythm of the dramatic events.
- 11- The Cultural programs in France24 shown negative content but in spry and attractive way using different developed directing technique.
- 12- The media and cultural foreign materials even the translated ones has a foreign influence.