

مقدمة

استأثرت ثقافة الخطاب البصري، واتساع رقعة الرؤية وازدياد حاجة الإنسان المعاصر إلى التسمية والتعيين باهتمام العديد من النقاد والباحثين، وقد كان للإعلاميين حظهم الوافر من هذا النقاش من خلال طرح إشكاليات جادة تتعلق بكيفيات لوذ المسموع بالمرئي ودلالات البعد التشكيلي وجماليات استرفاد البصري.

وقد بدأت بواكير الإرهاص بهذا الحس البصري الفني، في الثمانينات من القرن الماضي، حينما راجت الساحة الإعلامية بالعديد من القنوات، التي تفننت في تقديم مضامين ومواضيع تنافسية متباينة، الأمر الذي جعل المحتوى وحده لا يفي بالغرض، وهو ما استلزم وجوبا ضرورة الاهتمام بالشكل وبفنيات العرض في إطار ما يتفق عليه بالتلبيس التلفزيوني L'Habillage Télévisuel.

وقد تطور الاهتمام بالتلبيس التلفزيوني إلى درجة إنشاء شركات ومدارس متخصصة في هذا المجال، وهو الجانب الذي تنافست فيه الدول الأوروبية بغية الفوز بالتميز والتفرد الإعلامي.

ومن يتملى تصميم ديكورات هذه التلفزيونات بإمكانه أن يرى آثار هذا التلبيس في خلق الهوية البصرية لهذه القنوات وفي تمثل حالات الخرق المستمر للنمطية والجمود وخروج مستمر عن الاعتياد وانفتاح دائم على الجديد - الفني والتكنولوجي - باختصار حالات متواصلة من تجريب لا ينتهي في عالم الفن.

على هذا النحو، يكتسي التلبيس التلفزيوني أهمية قصوى فهو مبحث أكاديمي وفني متميز، وهو مؤشر واضح على تنامي التذوق الجمالي وعلامة على مزاجية العلامة اللغوية بغيرها من عناصر الطرح العلاماتي المعاصر، فما هو التلبيس التلفزيوني؟ ماهي عناصره، شروطه التقنية والحداثيّة، واقعه في التلفزيون الجزائري؟

1 - التلبيس التلفزيوني: المفهوم والمجال

لأن المادة التلفزيونية مادة تشكيلية، سينمائية وشفاهية في آن واحد، كان التلبس ركنا أساسيا في معالجة وتثمين محتواها البصري (1)، من هنا نستشف أن التلبس هو ببساطة تغيير سلس جميل لحدود التلفزيون (2) وهو فضلا على ذلك تفعيل مبدع لنواميس وقوانين الفن التشكيلي، كالمنظور والتكوين والتباين... إنه سعي دؤوب للارتقاء بالشكل إلى مستوى التشكيل (3)، الذي يعد نتاج سيرورة حسية معدلة لمناطق تساوي التحفيز.

إن الحديث عن التحفيز يعني الحديث عن القدرة على خلق حالة من التمازج الشامل بين المدخلات النصية والبصرية والتوافق بين المحتوى والشكل والانسجام بين الموضوع وطريقة العرض، وهي المتطلبات التي تجعل التلبس ينضوي تحت فئة الفنون المتمازجة أو المتماهية ببعضها البعض (4).

وقد لخص الإعلامي إيتيان روبيل Etienne Robiel الظروف التي أدت إلى ظهور التلبس بربطها بالثقافة النوعية التي عرفها التلفزيون والتي لقب على إثرها بالتلفزيون الجديد Paléo Télévision وكان ذلك نتيجة النجاح الباهر لشبكة ORTF التي تركت تغييرا كبيرا في استراتيجيات الاتصال بشكل يتوافق مع ظهور العناصر الأولى للتلبس على قناتي TF1 و FRANCE 2 ومن أهم التقنيات المستعملة آنذاك الفواصل القصيرة والصور الظرفية التي أرخت لأولى بوادر التلبس (5).

بهذا البعد التأصيلي، عرف التلبس تطورات واضحة إذ أصبح يطلق على جميع المكونات المصممة في الوثيقة الجرافيكية بما في ذلك جنيريك الإشهار، جنيريك الأحوال الجوية، وطريقة تقديم المواعيد... وكل ما يندرج في إطار جنيريك الافتتاح l'Habillage des génériques d'ouverture، بالإضافة إلى جنيريك شريط العناوين، وطريقة تقديم أسماء الضيوف في الحصص والبرامج – l'Habillage de Sous Titrage، وكذا أساليب تصميم رموز المؤسسات Habillage des Logos وطرق عرضها.

ويعد تلبس الديكورات Habillage des décors من بين أهم أنواع التلبس التلفزيوني، فهو الواجهة الفنية الكبرى التي تحتضن أغلب المواد والحصص الإعلامية، ثقافية كانت أو سياسية، اجتماعية أو حتى دينية (6).

وعلى الرغم من أن استخدام كلمة ديكور في أحاديثنا العامة تعني عادة التجميل أو الزخرفة وتثير في الذهن بعض الصور الجمالية التي ترتب بها البيوت أو المحلات أو المعارض إلا أن استخدام هذه الكلمة عند الحديث عن الديكور التلفزيوني يعني أشياء أخرى وأبعد من التجميل والزخرفة وجعل المناظر، فهي قد تكون بالفعل وقد تكون على العكس من ذلك تماما بحيث تدعو إلى الشعور بالخواء (7).

وعلى هذا النحو يمكن القول بأن كلمة ديكور تتضمن كل ما يمكن أن يشاهد في الصورة التلفزيونية من مناظر وأثاث وخلفيات، وفضاءات فارغة (8)، وهو بذلك الأسلوب الفني الذي يستخدم في تقديم المنتج الإعلامي (9) وهو يختلف باختلاف مكان التصوير ذاته، فقد يكون طبيعيا إذا ما استخدمت الطبيعة كخلفية فنية لعرض المادة الإعلامية (التصوير في الحقول، الجبال، شاطئ البحر...) كما يمكن أن يكون مبنيا أو مصطنعا Décor Factice في حالة إعادة إنشاء المكان Reconstitution de lieu (10).

وغني عن البيان أن عملية إعادة بناء المكان لا تعني تزيين أو تجميل خلفية البرامج وتوظيف الزخارف فحسب وإنما هي تصميم بصري يلزم الوظيفة التعبيرية النوعية المحددة داخل الفراغ باستخدام مجموعة العناصر المرئية الموحدة والتي تتعلق بفنيات الإضاءة، الألوان، المناظر الخلفية، الأثاث، الأكسسوارات، إلى جانب الخامات المستخدمة التي تدعم مضمون النص. وتتزامن من أجل إضفاء الجو الملائم للمادة الإعلامية⁽¹¹⁾.

ونظرا لهذه الأهمية التي يكتسبها تصميم الديكور، توكل مهمة إعداده لمبدعين متخصصين بعضهم أحرار يعرفون بـ Free Lance والبعض الآخر متخصص في هندسة المشاريع أو Roughmen كما يمكن أن يتولى تصميم الديكور تقنيون أو مهندسون في الأنفوغرافيا Infographie أو الرسم التخطيطي كما هو الشأن بالنسبة للجزائر.

ومهما يكن اختصاص أو توجه هؤلاء المصممين فهم يتفقون جميعا في نقطة واحدة، وهي أن التلبس التلفزيوني على اختلاف مجالاته مهمة دقيقة، تتطلب الكثير من الخبرة والاحترافية والمهارة لبلوغ مستوى الإخراج المرئي Réalisation Visuelle الفكرة الإعلامية⁽¹²⁾، وهي ما يعرف أيضا بالتنفيذ المسجل L'Exécution Enregistré للبرنامج.

وتحقيقا لهذا المسعى يلح علماء الاتصال على إلزامية إخضاع التلبس التلفزيوني لمجموعة من الشروط والضوابط.

2 - المتطلبات الفنية والحداثيّة للتلبس التلفزيوني:

يروم التلبس التلفزيوني خلق الأجواء المناسبة للحالة الدرامية للمشهد التلفزيوني، وعلى هذا الأساس، فهو يتطلب تكويننا خاصا علاوة على الكثير من الجهد الفكري والتخلي وسعة الأفق الابتكاري⁽¹³⁾ لغاية بلوغ المقترضات الجمالية والحداثيّة لهذا الفن والتي أوجزها الخبراء في:

أ - المتطلبات الفنية للتلبس:

يقتضي التلبس التلفزيوني من الناحية الفنية مجموعة من الضوابط أهمها:

- 1 - أن يكون بسيطا في شكله ومتوازنا في توزيع عناصره.
- 2 - أن يكون عميقا في دلالاته وقوي بما يحدثه من إنطباع في نفس من يراه.
- 3 - أن يكون متوافقا والمادة الإعلامية المعروضة.
- 4 - أن تتناسب أشكال وتصاميم التلبس مع زمن وقوع الأحداث ومكانها.
- 5 - أن تتميز ألوانه بالألفة وأن تتناسب مع مكونات الصورة المختلفة وأن تعبر عن الجو النفسي للبرنامج وأحداثه⁽¹⁴⁾.
- 6 - أن تتناسب مع مساحة الاستوديو والزمن المحدد لإنتاج البرامج.
- 7 - أن يخضع التلبس لضوابط الميثاق البياني Charte Graphique لتنظيم الشاشة، أين تكون الوحدة هي الشكل والشبكة هي منظومة مرجعية. تثبت بمقتضاها الحدود الفيزيائية لتنتقلات المواضيع⁽¹⁵⁾.

8 - أن يكون المكون الصوتي متقفا والنمط البصري المنتقى الأمر الذي يستدعي ضرورة الاعتماد على متخصصين في فنيات الصوت والإدراك الحسي السمعي⁽¹⁶⁾.

9 - أن توظف الموسيقى في التلبيس التلفزيوني بحيث تغطي كل المجالات الدلالية للمضمون الإعلامي والتي يحددها الخبراء في ثلاث صيغ أساسية وهي:

أ - الموسيقى الغلاف La musique Enveloppe:

وهو النوع الذي يستند إلى الإثارة العاطفية ولا يشترط فيه أن يكون معبرا عن فحوى البرنامج أو الحصة الإعلامية.

ب - للموسيقى الرسالة La musique message:

خلافًا للنوع السابق، يشترط في هذه الموسيقى توفرها على خاصية الترابط المتبادل

Interdépendance بينها وبين موضوع المادة الإعلامية، وهذا يقتضي بدوره ضرورة تمثيل المحتوى بالمعادلة Illustrer par équivalence، وهي الموسيقى التصويرية الملائمة لشارات الحصص والبرامج، جنريك الفواصل الإشهارية وشريط الإعلانات Bande d'annonces، جنريك النشرات الإخبارية، ونشرات الأحوال الجوية... وغيرها.

ج - الموسيقى الإمضاء La musique Signature:

وهي تلك القطعة الموسيقية المميزة لرموز المؤسسات Les Logos أو ذلك اللحن الذي يختم به الإشهار⁽¹⁷⁾.

10 - أن يستمد المميز الإيقوني Ico type دلالاته وحالاته من إيقونات تدلل على طبيعة المؤسسة أو سياستها الاقتصادية ونشاطها التجاري⁽¹⁸⁾.

ب - المتطلبات التقنية والحداثيّة للتلبيس التلفزيوني:

لم يعد التلبيس التلفزيوني فنية جمالية فحسب، بل منظور تقني يقيد من الكثير من الشروط التقنية المتعلقة بالإضاءة، ملمس التلبيس وخاماته، النسبة والتناسب التقني، وهو ما يفرض إلزامية التقيد ب:

1 - توظيف الإضاءة المنظومية التي تقيد في تأكيد القريب والبعيد وإظهار العمق في المشهد التلفزيوني وهي التقنية التي تعرف بـ "المنظور الهوائي"⁽¹⁹⁾.

2 - الإيهام بالبعد الثالث للأشياء، وهي التقنية التي تتوخى خدمة دلالة عمق الصورة.

3 - استخدام خامات ذات تحسس ملمسي يواءم القيم الضوئية الموظفة⁽²⁰⁾.

ولأن الحداثة رديف لـ "الاجتهاد" فيما بعد الحداثة، رديف قسري لجنوح صورة الواقع نحو ما بعد الثورة الصناعية والتشابك مع الثورة المعلوماتية، خضع التلبيس التلفزيوني لمقتضيات المثاقفة البصرية الكونية وأصبح محكوم بمجموعة من الشروط الحداثيّة المتعلقة أساسا ب:

أ - استخدام الكمبيوتر في إدماج العناصر الفنية للمشهد التلفزيوني وفي تحريك الإنشاءات البصرية للمنظر، هذه الحالة من Kleidoscope، كفيّلة بخلق الجماليات في إطار الترابط البصري⁽²¹⁾.

ب- توظيف تقنيات الفن السيبرنتيكي L'Art Cybernétique في تصميم الديكور الافتراضي، ويتم ذلك باستخدام جهاز الكمبيوتر في تحقيق الثلاثية للأستوديو مجال التصوير.

ج- إخضاع التلبس التلفزيوني لمختلف التقنيات الجديدة التي تدمج الفنون التشكيلية مع نظم الصورة الرقمية، وهي التقنيات التي تعرف بـ "المزج الوسائطي" Mixed Media أو Photo Montage⁽²²⁾ والتي تفيد في إزالة الحواجز الازدواجية بين معظم المقولات والظواهر كالمحسوس وغير المحسوس، الطبيعي والصناعي، الواقعي والخيالي، الإبلاغي والبلاغي⁽²³⁾.

3- التلبس التلفزيوني الجزائري الراهن والمأمول:

اقتربت أهمية التلبس في التلفزيون الجزائري بتعدد قنواته، الوضع الذي فرض ضرورة التنافس خاصة في مجال تعزيز الهوية البصرية Identité Visuelle لكل قناة وعليه كان الميثاق البياني لصناعة هذا التلبس يتراوح بين الدمج الكلاسيكي للعناصر الأيقونية والتبيوغرافية كما هو الشأن بالنسبة للقناة الجزائرية Canal Algérie، أو الجزائرية الثالثة A3 (لاحظ الصورة)



أو اعتماد أسلوب الشعار الذي يراد من خلاله القوة في تثبيت الصورة الشروق الإخبارية وشعار "كن أول من يعلم" (كما توضحه الصورة).⁽²⁴⁾ الطريقة التي اعتمدها قناة



أما وجه التغيير في شريط الإعلانات فهو ذلك الذي اعتمدته أغلبية قنوات التلفزيون الجزائري، والذي يتم بمقتضاه الإعلان عن البرامج الآتية أو اللاحقة⁽²⁵⁾ حيث توظف أشرطة تتخلل نهاية البرنامج للإعلان عما يليه من مادة إعلامية.

والحقيقة التي يجب الإقرار بها هنا، هو أن هناك اهتمام متزايد بمجال التلبس التلفزيوني من قبل القنوات الوطنية، غير أن هذا الاهتمام لم يتجسد بشكل واضح في مجال تصميم ديكورات الحصص، حيث بقي الاتجاه السائد هو الديكور العادي الذي يقوم على استغلال "البلاطه" لإنجاز مناظر بسيطة تناسب وضعية البرنامج، كما هو الشأن بالنسبة لحصة "صباحيات" التي توجه لجمهور واسع، وتتضمن فقرات متنوعة، بعضها قار كالحديث الديني، الأحوال الجوية، الطبخ، وبعضها متغير (لاحظ ديكور الحصة).



وعلى الرغم من كون الألفية الثالثة اقترنت باستخدام التكنولوجيا وسحرها في "تخليق" شتى الفنون، إلا أن الديكور في التلفزيون الجزائري لم يستفيد من جماليات التناسل البصري الموظف في التلفزيونات الأجنبية، وهو ما جعله بعيدا عن ذلك العالم الكبير المعروف بـ "الميديا" الفائقة أو العليا Hypermédia التي تختصر جماليات التكنولوجيا الافتراضية وقدرتها على توليد وإنشاء صور "واقعية" على أساس رياضي تحاكي الواقع و"تمنجه" أو تطبعه وفقا لما يفتضيه المحتوى الإعلامي.

إن استعمال الأستوديو الافتراضي يتطلب تعويض كل ديكور "البلاتوه" الحقيقي بديكور يشمل تركيب الصورة، حيث تستقبل حركات الكاميرا عبر جهاز الكمبيوتر ويقوم بمعالجتها بشكل صحيح يناسب مسافة الأستوديو وكأنه حقيقي⁽²⁶⁾ وتعتبر تجربة المصمم « Hybrid Mc » الفرنسي في تصميم الديكور الافتراضي ونصف الافتراضي، من التجارب الرائدة في فرنسا والدول الأجنبية الأخرى، حيث كان له الفضل في تصميم ديكورات برامج بثت في أكبر القنوات الفرنسية مثل قناة TF1 و France 2 و France 3 و M6⁽²⁷⁾.

لقد أدى التطور السريع في أساليب التشكيل السريع للصورة المولدة عبر الكمبيوتر وانتشارها إلى الإعلان عن الحضور الكلي لعملية غرس الصور والفضاءات البصرية في كل قنوات التلفزيون⁽²⁸⁾ وهي الحقيقة التي تجعل التلفزيون الجزائري أمام تحدي تطوير أساليبه في مجال التصميم والتلبيس، خاصة إذا علمنا أن التلبيس التلفزيوني ليس ترفاً بصرياً أو إضافة جمالية، وإنما هو مكون دلالي يضاها في قيمته المحتوى الإعلامي، بل أنه المؤشر الأول على هذا المحتوى.

خاتمة:

إننا نعيش اليوم عصر "تخليق" الصورة والتفنن في تشكيل أبعادها، وإذا كان الحس المعرفي الغربي قد تقطن إلى أهمية هذا الديكور الأيقوني الدلالي ودوره في خلخلة الوعي وزحزحة المفاهيم وتشكيل الآراء وعمل على تطبيق هذه المخرجات الإبتيمولوجية على الفنون البصرية عامة وفنون التلفزيون خاصة، فإن النقد العربي لا يزال على هامش هذه الأفكار، الأمر الذي انعكس على توظيف الصورة التلفزيونية وعلى مهمتها في كشف مساحات مهمة من اهتمامات الإنسان العربي المعاصر.

على هذا النحو بقي التلفزيون الجزائري رهين الاستخدامات التقليدية للتلبيس، ورغم سعيه لمواكبة الشروط الفنية والجمالية لهذا الفن، فهو يعمل بمنأى عن المتطلبات الحداثية التي تستثمر في مقولات الفضاء السيبري الذي تتحكم فيه تقنيات الكمبيوتر المذهلة وشبكة الإنترنت والتكنولوجيا الافتراضية.

الهوامش:

- (1) Francis Balle, Média et société, 2^{ème} Edition, Paris ; P.U.F, 2005, p.96.
- (2) Bernard Miege, la pensée communicationnelle, Paris, Edition Dunod, 2007, p. 27.
- (3) Ibid., p. 29.
- (4) Jean Paul Berthomé, l'habillage télévisuel, Paris, Edition Cahier du cinéma, 2003, p. 45.
- (5) Etienne Robiel, Chacun cherche sa griffe, in Télérama, n° 2503, Décembre 2002, p. 11.
- (6) Charles Rogers: Communication of innovation, New York, The Free Press, 2003, p. 7.
- (7) Ibid., p. 9.
- (8) كرم شلبي، الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج، القاهرة، دار المعارف، 2008، ص 125.
- (9) المرجع نفسه، ص. 126.
- (10) Françoise Holtz Bonneau, Télévision , Lettres et images, Paris, Seuil, 2006, p.42.
- (11) Ibid., p. 43.
- (12) Eliséo Renon, Habillage graphique et design télévisuel, Paris, Edition Dunod, 2009, p.11.
- (13) Dominique Wolton, la télévision dans la société moderne, Paris, Gallimard, 2003, p.27.
- (14) Daniel McQuail: is media theory equate to the challenge of new communication technologies?, New York, Mass communication review Yarbook, 2004, p.75.
- (15) Ibid., p.76.
- (16) Rémy Reiffel, L'art médiatique, Paris, Edition Gallimard, 2007, p.13.
- (17) Ibid., p.14.
- (18) Ibid., p.15.
- (19) David Allaire : design basic, London, Mc Millan Publichers, 2002, p. 106.
- (20) Ibid., p.108.
- (21) Bernard Caillaud , la création numérique, Paris, Bordas, 2005, p.31.
- (22) Tim Daly , l'habillage numérique, Paris, Edition Dalloz, 2009, p.16.
- (23) Ibid., p.18.
- (24) فضيلة دال، هاجس الارتقاء إلى مستوى المنافسة، مجلة الشاشة الصغيرة، العدد 116، الجزائر، 2002، ص. 7.
- (25) المرجع نفسه، ص. 8.
- (26) Philipe Morel , le studio virtuel, Paris, Edition Gallimard, 2008, p. 39.
- (27) Ibid., p. 40.
- (28) Bernard Caillaud, la création numérique, op-cit., p. 77.