

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية



مذكرة ماستر

شعبة الإعلام والاتصال
إعلام
سمعي بصري

رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

إعداد الطالب:
مخلوف ليني افراح
يوم:

لتناول الإعلامي لقضايا المجتمع في الفضائيات العربية

دراسة تحليلية على عينة من حلقات برنامج قمره الجزء الثاني قناة MBC 2018

لجنة المناقشة:

مقررا	محمد خيضر بسكرة	أم أ	سعاد سراي
رئيسا	محمد خيضر بسكرة	أم أ	عياد محمود
مناقشا	محمد خيضر بسكرة	أم ب	هشام عبادة

السنة الدراسية: 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوْتَاطِئَ وَالنَّجْمَ الثَّاقِبَ
وَمَا يَدْرِي لَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الْكَاذِبِينَ
سورة الاحقاف

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ"

(سورة البقرة_ الآية 32).

شكر وتقدير

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا الواجب ووقفنا إلى إنجاز

هذا العمل.

نتوجه بالشكر والامتنان إلى كل من ساهم في هذا العمل من قريب أو من بعيد وفي تذليل

ما واجهناه من صعوبات.

ونخص بالذكر الأستاذة المشرفة سراي سعاد

التي لم تبخل علينا بتوجيهاتها ونصائحها القيمة التي كانت عوناً لنا في إتمام هذه المذكرة

وكذا أشكر السادة أعضاء لجنة التحكيم الموقرين على قبول تقييم ومناقشة هذا العمل

إهداء

أهدي هذا العمل إلى من كان السبب في
وجودي إلى روح أبي الطاهرة تغمدها الله
بواسع رحمته.

إلى أمي الغالية أطال الله في عمرها.

إلى زوجي وشريك الحياة

إلى إخوتي

إلى كل الصديقات والزلاء الذين كانوا معي
طوال مشواري الدراسي.

وإلى كل من يقدر العلم والعمل

فهرس المحتويات

الصفحة	الفهرس
	- شكر و عرفان .
	- فهرس المحتويات.
	- فهرس الجداول.
	- فهرس الملاحق.
	- ملخص البحث.
أب	- مقدمة.
الفصل الأول: إشكالية الدراسة	
5-4	1. الإشكالية.
6-5	2. الأهمية وأسباب اختيار الموضوع.
6	3. أهداف الدراسة .
7-6	4. أهمية الدراسة.
8-7	5. تحديد مفاهيم الدراسة.
10-8	6. الدراسات السابقة.
13-11	7. منهج الدراسة.
15-14	8. أداة الدراسة.
17-15	9. مجتمع البحث وعينة الدراسة.
18	10. المجال الزمني.
الفصل الأول: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي	
المبحث الأول: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي	
20	المطلب الأول: تعريف البرامج الاجتماعية.
21	المطلب الثاني: كيفية إعداد البرامج الاجتماعية.
22	المطلب الثالث: خصائص وسمات البرامج الاجتماعية.
المبحث الثاني: البرامج التلفزيونية الاجتماعية والإعلام الاجتماعي	

23	المطلب الأول: تعريف البرامج التلفزيونية.
24-23	المطلب الثاني: مكونات البرامج الاجتماعية.
29-24	المطلب الثالث: أنواع البرامج الاجتماعية.
32-29	المطلب الرابع: إعداد البرامج التلفزيونية.
المبحث الثالث: مفهوم الإعلام الاجتماعي، مستوياته وشروطه	
32	المطلب الأول: تعريف الإعلام الاجتماعي.
36-32	المطلب الثاني: مستويات الإعلام الاجتماعي.
المبحث الرابع: الإعلام الاجتماعي في تناول القضايا الاجتماعية	
37-36	المطلب الأول: وسائل الإعلام والمجتمع.
39-37	المطلب الثاني: وظائف وسائل الإعلام في المجتمع.
42-40	المطلب الثالث: وظائف التلفزيون في المجتمع.
المبحث الخامس: نظرية التأثير الإعلامي (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام)	
45-43	المطلب الأول: مدخل عام للنظرية.
45	المطلب الثاني: علاقة وسائل الإعلام بالنظام الاقتصادي.
46-45	المطلب الثالث: علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي.
47-46	المطلب الرابع: الاعتماد المتبادل بين الأفراد ونظم وسائل الإعلام.
48-47	المطلب الخامس: آثار الاعتماد على وسائل الإعلام.
الإطار التطبيقي	
50	1. تقديم عام لقناة MBC.
50	2. بطاقة تعريفية لبرنامج قمر.
67-51	3. عرض وتحليل البيانات.
70-68	4. نتائج العامة للدراسة.
73-72	- خاتمة.
77-75	- قائمة المراجع .
90-79	- الملاحق.

فهرس الجداول :

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
53-51	توزيع العينة حسب طبيعة المادة.	01
54	توزيع العينة حسب اللغة المستخدمة.	02
58-55	توزيع العينة حسب الإخراج .	03
61-59	نوع العينة حسب الموضوع.	04
64-62	توزيع العينة حسب الأهداف.	05
67-65	توزيع العينة حسب القيم.	06
67	توزيع العينة حسب الإستمالات .	07

مقدمة

مقدمة:

تعتبر وسائل الإعلام السمعية البصرية من أهم وسائط الاتصال الحديثة، التي تسيطر على ذهن المشاهد، إن كان فرداً أو من الجماعة، والدول في غالبية أنحاء العالم في عصرنا الحالي، وذلك لما يتميز به من مميزات لا تتوفر في الوسائل الأخرى، خاصة في ظل التنامي المتسارع للتكنولوجيا الحديثة والانفتاح الإعلامي.

فوسائل الإعلام السمعية البصرية، هي المكسب التاريخي الذي تجلت مظاهره خاصة مع بروز عدد من القنوات التلفزيونية.

فالتلفزيون اليوم، هو المنبر للتعبير عن الآراء وطرح الانشغالات، حيث تزايد عدد هذه القنوات لتبدأ مرحلة البث التجريبي، قبل أن تتطلق في بث برامج أخبار مختلفة.

التلفزيون أفرز فضاء إعلامياً اتصالياً جديداً، واستغلت قناة آم بي سي، هذه الوسيلة لخلق عالم خاص للتفاعل مع الجمهور العربي العريض، مما أتاح للمشاهد إمكانية التفاعل والمشاركة والحوار بأشكال جديدة.

وبناء على ما سبق، سنقوم بالبحث في تناول الإعلام لقضايا المجتمع في الفضائيات العربية، ونخص بالذكر قناة آم بي سي، ومن أضخم إنتاجات قناة آم بي سي برنامج قمره الذي شكل استثناءاً وفارقاً، وقد نجح في استقطاب اهتمام المشاهد العربي.

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة، تم الاعتماد على خطة بحث مكونة: من إطار منهجي، وإطار نظري، وإطار تطبيقي.

الإطار المنهجي يشمل مختلف الجوانب المنهجية المعتمدة، حددت فيها إشكالية الدراسة، وفي ظل هذه الإشكالية تم طرح السؤال الرئيسي كما الأسئلة الفرعية، وتطرقنا إلى أهمية الموضوع وأسباب اختيار الدراسة من خلال الأسباب الموضوعية والذاتية، ووضع أهداف الدراسة، كما تحديد المفاهيم والاعتماد

مقدمة

على الدراسات السابقة، ثم قمت بتحديد المنهج المعتمد عليه في الدراسة ومجتمع البحث. أما في الإطار النظري فقد اعتمدت على خمسة مباحث الأول كان بعنوان البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي تضمن ثلاث مطالب المطلب الأول تعريف البرامج والاجتماعية أما الثاني فكيفية إعداد البرامج الاجتماعية، والمطلب الأخير خصائص وسمات البرامج الاجتماعية.

أما المبحث الثاني كان بعنوان البرامج التلفزيونية الاجتماعية والإعلام الاجتماعي تضمن تحته أربعة مطالب الأول بتعريف البرامج التلفزيونية المطلب الثاني مكونات البرامج التلفزيونية، الثالث أنواع البرامج التلفزيونية، الرابع والأخير إعداد البرامج التلفزيونية. المبحث الثالث بعنوان مفهوم الإعلام الاجتماعي مستوياته وشروطه، تضمنت فيه ثلاث مطالب مهمة، المطلب الأول تعريف الإعلام الاجتماعي الثاني مستويات الإعلام الاجتماعي، أما المطلب الأخير شروط الإعلام الاجتماعي.

مرورا بالمبحث الرابع الذي يحمل عنوان الإعلام الاجتماعي في تناول القضايا الاجتماعية، تدرج تحته ثلاث مطالب، المطلب الأول وسائل الإعلام والمجتمع، أما المطلب الثاني وظائف وسائل الإعلام في المجتمع، والمطلب الأخير وظائف التلفزيون في المجتمع.

أما المبحث الخامس والأخير النظرية المستخدمة وهي نظرية التأثير الإعلامي اندرج تحته أربعة مطالب مهمة تخدم الموضوع، وقد تم إسقاطها في خدمة الدراسة، المطلب الأول علاقة وسائل الإعلام بالنظام الاقتصادي، المطلب الثاني علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي، أما المطلب الثالث الاعتماد المتبادل أفراد ونظم وسائل الإعلام، المطلب الرابع آثار الاعتماد على وسائل الإعلام، الجانب التطبيقي تناولت فيه بطاقتين تعريفيتين الأولى عن قناة الآم بي سي، والثانية حول برنامج قمره ثم قمت بتفريغ البيانات الخاصة باستمارة تحليل المضمون والتعليق عليها وتحليلها، لأخص في النهاية النتائج العامة للدراسة.

الإطار النظري

الفصل الأول: الإطار العام
للدراسة

1. الإشكالية

أصبح اهتمام المجتمعات بوسائل الإعلام شيء ملفت للنظر في السنوات الأخيرة خاصة لما يصاحب العالم من أحداث وتطورات سياسية، واقتصادية، واجتماعية... الخ، دائما ما يجب الوقوف عندها، ومتابعة مجرياتها بكل خطوة، هذا ما يميز وسائل الإعلام، كميزة مباشرة، وكمؤثر مباشر وقوي على المستقبل.

وسائل الإعلام متعددة منها: "المسموعة والمقروءة والمرئية"، حيث تعد هذه الأخيرة مصدر مهم من مصادر التثقيف، والتوجيه في المجتمعات، كما أنها مهمة جدا في تكوين الرأي العام، وذلك بحسب اختلاف المتلقين، وتباين اهتماماتهم ومستوياتهم.

فالتلفزيون كوسيلة إعلامية هو اختصار للزمان والمكان، كما أنه يتجاوب مع شريحة واسعة من الجمهور العام، وهو أيضا يشغل الرأي العام العربي في مختلف الميادين، وهو من أكثر الأجهزة تأثيرا، وخاصة أنه يحظى بأهمية بالغة لأنه يربط بين أطراف المجتمع، ويؤثر على سلوكهم من خلال جملة الخصائص التي يمتاز بها، وطريقة طرحه للمضامين الإعلامية الممزوجة بين الصوت، وجماليات الصورة وحركة المشاهد واللقطات، وهو عبارة عن رسالة موجهة ومبرمجة يمكن أن تكون حافزا قويا في توجيه الرأي نحو ما هو منطقي وواقعي تخدم قضايا المجتمع.

وتعد البرامج التلفزيونية الاجتماعية من أهم ركائز البث التلفزيوني في العالم العربي وتشغل مساحة كبيرة من خريطة البث التلفزيوني وتشير الدراسات إلى أن هذا النوع من البرامج يحظى باهتمام ومتابعة المشاهدين ومن أسباب الاهتمام بهذه البرامج توعية الجمهور وكشف المستور وطرح حلول حول القضايا الاجتماعية التي تشغل الرأي العام العربي.

ومن بين البرامج الاجتماعية التي لاقت استحسان المشاهد العربي برنامج قمره من قناة MBC يعد منصة إعلامية للمشاركة بموضوع هادف ومؤثر استطاع أن يحظى بمكانة جيدة ونسبة

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

متابعة عالية كونه برنامج تفاعلي حين يتلقى محتواه من الجمهور من خلال مختلف القضايا التي تشغل الرأي العام العربي.

من هذا المنطلق نبور إشكالية الدراسة في الصيغة التساؤلية التالية:

-كيف تناول برنامج "قمره" على قناة MBC العربية الموضوعات الاجتماعية التي تشغل الرأي العام العربي؟

ولإثراء هذه الإشكالية عززناها بالأسئلة الفرعية التالية:

1. ماهي القضايا الاجتماعية التي عالجا برنامج قمره؟
2. ماهي طبيعة اللغة المعتمدة في البرنامج؟
3. ماهي الأساليب التي يستخدمها برنامج قمره في تناوله لهاته المواضيع؟
4. ماهو هدف برنامج قمره لتناوله القضايا الاجتماعية؟
5. ماهي القيم الاجتماعية التي يبيها برنامج قمره للجمهور؟
6. ماهي تقنيات التصوير والإخراج المعتمدة؟

2. أسباب اختيار الموضوع:

المواطن كفرد من المجتمع، تواجهه العديد من المشاكل، حيث يسعى لإيجاد حل مناسباً لها ويعتمد في ذلك، على وسائل الإعلام الجماهيرية، كالتلفزيون بما أنه مرآة تعكس الواقع الذي نعيشه اليوم بكل حذافيره، وتوصل المطالب للسلطات، في إطار تحسين الوضع المعاش، ومحاولة لإيجاد حلول للمشاكل التي يعانها الفرد، وذلك من خلال إرسال وعرض مضامين في شكل إعلامي جيد، أي أنها لسان الشعب.

عند اختياري لهذا الموضوع " تناول برنامج "قمره" على قناة MBC العربية الموضوعات الاجتماعية التي تشغل الرأي العام العربي "كانت له خلفية لأسباب عديدة أخصها في:

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

الأسباب الذاتية:

1. اهتمامي بالبرامج التلفزيونية ومتابعتها من أجل إيضاح صورة اجتماعية ونقل الواقع عن طريقها.
2. الميل الشخصي لدراسة القضايا الاجتماعية من خلال البرامج الاجتماعية كموضوع في إطار مجال التخصص.
3. اهتمامي بتحليل المضمون كأداة بحثية لمصادقية النتائج المتوصل إليها.
4. الرغبة الجامحة في دراسة الموضوع خاصة مع تطور البرامج التلفزيونية مما أدى إلى كسر طابوهات وعرض القضايا الاجتماعية عن طريق القنوات الخاصة.
5. الرغبة في معرفة كيفية طرح المضامين الاجتماعية عن طريق السمعى البصري.

الأسباب الموضوعية:

1. قابلية الموضوع للدراسة من الناحية المعرفية والمنهجية.
2. الأثر الذي تحدثه المضامين الاجتماعية في الرأي العام العربي
3. أيضا صاحب برنامج قمره "أحمد الشقيري" من الشخصيات الأكثر تأثيرا في العالم.
4. المضامين الجادة التي تبثها البرامج الاجتماعية.

1. أهداف الدراسة:

1. معرفة الواقع الاجتماعي من خلال البرامج الاجتماعية.
2. الكشف عن دور البرامج التلفزيونية في تناول القضايا الاجتماعية الهامة.
3. التعرف على مدى تأثير المجتمعات العربية بمثل هذه البرامج.
4. الكشف عن الرسائل المشفرة التي يبعث بها هذا النوع من البرامج
5. معرفة القيم التي يتضمنها برنامج قمره.

2. أهمية الدراسة:

- ✓ يكتسي هذا الموضوع كثير من الأهمية لأنه يعالج موضوعا تلعب فيه وسائل الإعلام دورا كبيرا في عملية تشكيل الوعي الاجتماعي حول القضايا الاجتماعية.
- ✓ بالإضافة إلى أن أهم القضايا التي يكثر حولها الجدل والبحث في علاقتها بوسائل الإعلام هي قضايا المجتمع.
- ✓ إسهاما في إثراء هذه البحوث، أعتقد أن هذه الدراسة تساهم في إعطاء تصور عن البرامج الاجتماعية، في التلفزيون الذي فرض نفسه وحافظ على مكانته وجمهوره، وتكيف مع التطورات التي حصلت في مجال الإعلام والاتصال.

3. تحديد مفاهيم الدراسة:

1 تعريف التناول الإعلامي:

• الإجرائي:

- يشير إلى كل المواقف، والموقف يعكسه حجم اهتمام أجهزة الإعلام بالقضية ويحدد وضعية الإعلام في المجتمع وعلاقتها بالبناء الاجتماعي.
- أما طريقة التناول فتشير إلى مجموعة الأساليب المتبعة في التغطية الإعلامية لقضية ما وبالتالي تعني طريقة التناول عملية إخراج المضمون الإعلامي حول القضية والشكل الذي ظهر به على شاشات التلفزيون أو الصحيفة أو الراديو.

2 تعريف القضايا الاجتماعية:

● اصطلاحاً:

تشمل المشاكل الاجتماعية والصراع الاجتماعي والمعاناة الاجتماعية¹.

● الإجرائي:

هي طبيعة حال المجتمع من مشاكل ونقص واحتياجات اجتماعية

4. الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

قاسمي أميرة و زغودي صليحة وحزام شافية: المهارات الاتصالية لمقدمي البرامج التلفزيونية وتأثيرها على

فاعلية الرسالة الإعلامية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر.

وقد بنيت هذه الدراسة على الأسئلة الفرعية التالية:

1. ماهي أبرز المهارات الاتصالية الواجب توفرها لدى مقدم البرامج التلفزيونية؟
2. هل يؤثر متغير السن والجنس على اختيار الطالب الجامعي لمختلف البرامج التلفزيونية؟
3. ماهي أنماط وعادات مشاهدة التلفزيون من قبل الطالب الجامعي؟
4. ماهي مستويات تأثير البرامج التلفزيونية على السلوك الاتصالي لدى الطالب الجامعي؟
5. ما مدى تأثير المهارات الاتصالية على فعالية الرسالة الإعلامية وانعكاساتها على الطالب الجامعي؟

أجرى الباحث دراسة ميدانية، ودراسة تحليلية من خلال منهج المسح، واعتمد في الدراسة

التحليلية على عينة قوامها 100 طالب جامعي كما اعتمد الباحث في الدراسة الميدانية على

عينة عشوائية تستهدف الطلبة الجامعيين في كل المستويات.

¹ C.wright mills : the sociological imaginationM 13-09-2016.

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

أهم نتائج الدراسة:

- المسلسلات والأفلام في مقدمة البرامج التي يحرص الطالب على مشاهدتها.
- الوقت المفضل لمشاهدة التلفزيون لدى الطلبة هي الفترة المسائية.
- البرامج التلفزيونية شاركت بشكل كبير في تنمية جانبهم المعرفي.
- يهتم الطلبة بشكل كبير بمظهر المقدم التلفزيوني.
- مهارة الإلقاء من أهم المهارات التي يجب أن تكون في المنشط.

الدراسة الثانية:

رزيق سامية، البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة، برنامج ما وراء الجدران نموذجاً، مذكرة لنيل ماستر.

بنيت الدراسة على الأسئلة الفرعية التالية:

- 1) ماهي موضوعات القائم بالاتصال في برنامج ما وراء الجدران في قناة النهار؟
- 2) ماهي مواقف واتجاهات القائم بالاتصال نحو برنامج ما وراء الجدران في قناة النهار؟
- 3) ماهي القيم التي يضمنها برنامج ما وراء الجدران في قناة النهار؟
- 4) ماهو الجمهور المستهدف في برنامج ما وراء الجدران في قناة النهار؟
- 5) ماهي المدة الزمنية المخصصة للفاعلين في برنامج ما وراء الجدران في قناة النهار؟

تمثلت عينة الدراسة في عدد من البرامج الاجتماعية التلفزيونية الخاصة في القنوات الجزائرية الخاصة... ما وراء الجدران... في الفترة الممتدة من 2015/01/07 إلى غاية 2015/04/01 ، ساعة نصف في كل دورة عمل كاملة لمدة ثلاثة أشهر تتضمن البرامج الاجتماعية لبرنامج ما وراء الجدران والقيم التي يتضمنها البرنامج وكذلك بالوصف والتحليل لوحداث تحليل المحتوى.

فرضيات الدراسة ومنهجيتها مستعينا بأداة تحليل المضمون الكيفية والجداول الإحصائية وعلى ضوء مقتضيات الدراسة وجب أن نستعين بكل المفردات الظاهرة في المجال الزمني للدراسة وهو الحصر الشامل للبرنامج والذي يبيت كل يوم أربعاء من كل أسبوع على الساعة 05:9 إلى

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

غاية 10:35 دقيقة وذلك بالحرص الشامل وعليه تحصلوا على 13 مفردة يتم تحليلها لفئات المضمون والشكل. النتائج المتوصل إليها:

- تطرق البرامج إلى مواضيع حساسة وأنية مأخوذة من رحم المجتمع وتمثل انشغال المواطن فيه، وهذا ما بين عوامل نجاحها، إضافة إلى أن البرامج المباشرة تكسب ثقة المشاهد وتكسب التلفزيون مصداقية أكبر من خلال فتح الحوار المباشر مع الجمهور عن طريق الهاتف، وبالتالي كما كان البرنامج يبيث على الهواء مباشرة كما زاد اهتمام المواطن بالمعلومات التي يقدمها.
- يقدم البرنامج معلومات حول الآفات الاجتماعية من خلال التعريف بالموضوع وأسباب وجوده وانعكاساته على الفرد وعلى المجتمع بالإضافة إلى تحليل المستشارين له.
- إن عدد كبير من الأشخاص استطاعوا العودة إلى أهاليهم وذويهم بفضل هذا البرنامج ومتابعته للموضوعات حتى بعد عرضها.
- ساهم برنامج ما وراء الجدران في كسر بعض الطابوهات (المواضيع المحرمة) داخل المجتمع الجزائري بتطرقه للاعتراف بالخطأ، إهمال الوالدين، العنف الأسري، الاختطاف، وأسباب هذه الآفات ومحاولة إيجاد الحلول لها.
- ساهم برنامج ما وراء الجدران في نشر التوعية للوقاية من الآفات الاجتماعية وخلق ثقافة الحوار الأسري أولاً وفي المجتمع ثانياً.

5. منهج الدراسة:

يملك الباحث في مجال علوم الإعلام والاتصال، عدة مناهج علمية يستعملها في دراسته وأبحاثه، تختلف حسب المشكلة محل البحث، وجوانبها والآثار المحيطة بها، ولذلك يعد المنهج العمود الفقري في تصميم البحوث، لأنه الخطة التي تحتوي على خطوات تحدد المفاهيم وإطار الدراسة.

وباعتبار هذه الدراسة تفرض على الباحث إتباع منهج دون آخر، تتدرج الدراسة هاته في إطار الدراسات التحليلية، التي تهدف إلى تحليل محتوى القضايا، التي تناولها برنامج قمره محل الدراسة بالإضافة إلى الأساليب المستخدمة في عكس هذه القضايا على المجتمع. المنهج يراه عمار بوحوش: "السبيل الذي يسلكه الباحث قصد تنظيم أفكاره ومعلوماته حول موضوع دراسته وذلك من أجل إثبات الحقيقة بالاعتماد على براهن موضوعية"¹.

وعند كتابة منهج البحث أن يراعي الباحث ما يلي:²

- أن يكون منهج البحث منظماً بحيث يتيح للباحث آخر أن يقوم بنفس البحث أو يعيد التجارب ذاتها التي قام عليها منهج البحث.
- أن يوضح الباحث للقارئ ما قام به من إجراءات وأعمال ونشاطات يجيب أو يعيد التجارب ذاتها التي قام عليها منهج البحث.
- يعتبر المنهج في البحث العلمي من الأساسيات التي يعتمد عليها الباحث في دراسته، هو الدرب الذي يسير عليه رغبة الوصول إلى أهدافه، والمنهج عبارة عن علم قائم على ترتيب الأفكار، وترتيب دقيقاً بحيث يؤدي إلى معرفة حقيقة مجهولة أو إثبات صدق فكرة محل شك أو كشف الجوانب الغامضة من جوانب المعرفة الإنسانية.

¹ عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية، ديوان المطبوعات الجامعية، 1990، ص13.

² عبدالرحمن بن عبدالله الواصل، البحث العلمي (مراحل، أساليبه، مناهجه، ط1، مملكة العربية السعودية، وزارة المعارف، 1999، ص34.

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

وبصفة عامة فإن المنهج العلمي، يجب أن يتوفر فيه الصلاحية لاختبار الفروض العلمية والإجابة على التساؤلات المطروحة وكذلك صلاحية للتفسير وإصدار التعميمات بالإضافة إلى إمكانية التعرف عليه من خلال خطوات متميزة على غيره من المناهج¹.

● يعتبر المنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة، لاكتشاف الحقيقة وللإجابة على الأسئلة والاستفسارات التي يشير لها موضوع البحث، وهو البرنامج الذي يحدد لنا السبيل للوصول إلى تلك الحقائق وطرق اكتشافها².

● استخدمنا المنهج المسحي الذي يعرف بأنه "دراسة أحداث وظواهر وممارسات قائمة موجودة ومتاحة للدراسة والقياس، كما هي دون تدخل الباحث في مجرياتها، ويستطيع الباحث أن يتفاعل معها فيصفها ويحللها³.

● تحليل المضمون كما استنتجه سمير محمد حسين هو: أسلوب أو أداة للبحث العلمي، يمكن أن يشخصها الباحثون في مجالات بحثية متنوعة، وعلى الأخص في علم الإعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها، من حيث الشكل والمضمون، تلبية للاحتياجات البحثية وتساؤلات البحث وفروضه الأساسية⁴.

● يرى كابلان بأن تحليل المحتوى يهدف إلى التصنيف الكمي لمضمون معين في ضوء نظام للفئات صمم ليعطي بيانات مناسبة لفروض محددة خاصة بهذا المضمون⁵.

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات العلمية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص10.

² محمد شفيق، البحث العلمي مع تطبيقات في مجال الدراسات الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، 2005، ص85.

³ الأغا إحسان، البحث التربوي (عناصره ومناهجه وأدواته)، ط4، غزة فلسطين، 2002، ص43.

⁴ يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيج-كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، ط1،

2007، ص11.

⁵ عبد الحميد محمد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار المشرق، القاهرة، 1983، ص16.

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

- جانيس يرى بأنه أسلوب لتصنيف سمات الأدوات الفكرية في فئات طبقا لبعض القواعد التي يراها المحلل كباحث علمي¹.
- بيرلسون يعرف تحليل المحتوى بأنه أحد الأساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمضمون الظاهر من مواد الاتصال².
- زيدان عبد الباقي يرى بأن تحليل المضمون من وجهة نظره منهج وأداة للوصف الموضوعي المنظم والكمي للمحتوى الظاهر والاتصال بأنه يستخدم في تصوير الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية القائمة في المجتمع³.
- أما التعريف لا يشمل من هذه التعريفات وأوضحها في تحديد مفهوم تحليل المحتوى هو كما ذكره الدكتور العساف وهو تعريف برسلون: "عبارة عن طريقة بحث يتم تطبيقها من أجل الوصول إلى وصف كمي هادف ومنظم لمحتوى أسلوب الاتصال".
لأنه يؤكد على الخصائص التالية:
✓ تحليل المحتوى لا يجري بغرض الحصر الكمي لوحدة التحليل فقط وإنما يتعداه لمحاولة تحقيق هدف معين.
✓ أنه يقتصر على وصف الظاهرة وما قاله الإنسان أو كتبه دون اللجوء إلى تأويله.
✓ أنه لم يحدد أسلوب اتصال دون غيره ولكن يمكن للباحث أن يطبقه على أي مادة اتصال مكتوبة أو مصورة.
✓ أنه يعتمد على الرصد التكراري المنظم لوحدة التحليل المختارة⁴.

¹ عبد الحميد محمد، مرجع سابق، ص16.

² طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1989، ص22.

³ عبد الباقي زيدان، قواعد البحث الاجتماعي، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1974، ص52.

⁴ صالح محمد العساف: المداخل إلى البحث في العلوم السلوكية، مكتبة العبيكان، الرياض، 1989، ص235.

6. أدوات الدراسة:¹

• تعريف الملاحظة:

هي المشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك ما، أو ظاهرة معينة في ظل ظروف وعوامل بيئية معينة، بغرض الحصول على معلومات دقيقة لتشخيص هذا السلوك أو هذه الظاهرة.

وتعتمد الملاحظة على خبرة وقابلية الباحث في الصبر لفترات طويلة لتسجيل المعلومات

• الخطوات الضرورية لإجراء الملاحظة:

- تحديد الهدف الذي يسعى الباحث في الحصول عليه.
- تحديد الأشخاص المعنيين بالملاحظة مع الأخذ في الاعتبار ضرورة الاختيار الجيد والملائم لهؤلاء الأشخاص.
- تحديد الفترة الزمنية اللازمة للملاحظة بحيث يتناسب مع الوقت المخصص للباحث.
- ترتيب الظروف المكانية الملائمة للملاحظة.
- تحديد النشاطات المعنية بالملاحظة (ما يتطلب معرفته من الملاحظة).
- جمع المعلومات بشكل نظامي ثم تسجيلها.

• مزايا الملاحظة:

- ✓ المعلومات التي تجمع باستخدام أداة الملاحظة تكون أكثر عمقا من استخدام الأدوات الأخرى.
- ✓ تؤمن الملاحظات للباحث معلومات شاملة ومفصلة ومعلومات إضافية لم يكن حتى يتوقعها.
- ✓ تؤمن للباحث أيضا معلومات دقيقة أقرب ما تكون للصحة.
- ✓ العدد المطلوب بحثه من العينات هو أقل مقارنة بالأدوات الأخرى. فالباحث كي لا يستطيع ملاحظة إلا ظاهرة واحدة أو نشاط واحد يخص شخص أو عدد محدود من الأشخاص.

¹ أمجد قاسم: منهجية البحث العلمي، 22 افريل 2011، الساعة 22:13 ، التاريخ 2020/08/21، الموقع

<http://al3loom.com/>

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

✓ تسجيل المعلومات ساعة حدوثها وفي نفس وقت حدوث النشاط أو الظاهرة.

عيوب الملاحظة:

✓ الشخص القائم بالبحث قد يواجه بتعمد الناس التصنع وإظهار ردود فعل وانطباعات غير حقيقية عند وقوعهم تحت الملاحظة.

✓ قد تعوق العوامل الخارجية الملاحظة: كالطقس - العوامل الشخصية الطارئة للباحث.

✓ الملاحظة محدودة بالوقت الذي تقع فيه الأحداث وقد تحدث الأحداث في أماكن متفرقة تصعب وجود الباحث فيها كلها.

7. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

1. مجتمع البحث:

يعرف مجتمع البحث على أنه: {الإطار الكلي الذي يتم من خلاله انتقاء مفردات البحث، والتي تشكل هي الأخرى عينة الدراسة¹.

كما يعد تحديد مجتمع البحث خطوة المهمة من خطوات البحث العلمي، حيث يتطلب من الباحث أن يحدد المجتمع الذي يود إجراء الدراسة عليه، وهذا له علاقة في التحديد الزمني والمكاني للبحث لذلك فإن حصر مجتمع البحث بعد أثرها وما وذلك للأسباب التالية:

- يسهل على الباحث القيام بالدراسة بشكل سهل ويسير، دون التخبط في اختيار أفراد أو جماعات لا تخضع لمواصفات البحث المطروح.
- إن عدم تحديد مجتمع الدراسة بشكل يقترب إلى الدقة يؤدي إلى فشل الدراسة.
- إن عدم تحديد عناصر مجتمع الدراسة يصعب على الباحث اختيار وتحديد العينة التي تمثله.

تم تحديد مجتمع البحث المتمثل في برنامج قمره على قناة MBC.

1 نبيل محمد عبد الهادي: منهجية البحث العلوم الإنسانية، الأصلية للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، د ط، 2006، ص

2. عينة البحث:

انطلاقاً مما سبق تكون عملية اختيار مجتمع الدراسة أحد العناصر الجوهرية في البناء الأساسي للبحوث، وإذ كانت العناية والدقة مطلوبين في عملية تخطيط البحث وتصميمه من أجل التوصل إلى الهدف المحدد، فإنه من الواجب اختيار مجتمع البحث وتمثيل العينة، وعلى هذا فإن مجتمع البحث الخاص بهذه الدراسة هو مجموعة حلقات، الذين تتوفر فيهم الشروط التي تهدف إليها الدراسة، وبما أن اختيار العينة خاص بالقضايا الاجتماعية من خلال هذه المشاهد المختارة، فإن عينة البحث عينة قصدية.

• تعريف العينة:

عرف محمد عبد الحميد العينة بأنها: {عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجياً، لأنه وفي الكثير من الحالات يتعامل الباحث مع مجتمع كبير العدد من جهة وغير متجانس من جهة ثانية}.¹

تعرف العينة بأنها: { جزء من المجتمع يتم اختياره لتمثيل المجتمع بأجمعه}.²

• اختيار العينة:

• العينة القصدية كما يدل عليها اسمها تمثل الميول المقصود الذي ينتهجه الباحث في اختيار العينة ووحداتها، وهو يلجأ إلى ذلك عندما يكون أمام مجتمع بحث غير واضح المعالم حيث يصعب تحديده وتحديد خصائصه، وعليه أن يتبعها الباحث في اختيار هذا النوع من العينات فله أن يختار أفراد عينته كما يشاء وبالعدد الذي يراه مناسباً لتحليل إشكالية بحثه.³

¹ يوسف تمار: مرجع سبق ذكره، ص 14

² عبد الرزاق أمين أبو شعر: العينات وتطبيقاتها في البحوث الاجتماعية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، د ط، 2006، ص 137.

³ يوسف تمار: مرجع سبق ذكره، ص 21.

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

- كما تعرف العينات القصدية بأنها: {تتضمن أفرادا أو عناصر مختارين على أساس خصائص أو صفات محددة}¹.
- ينتقي الباحث أفراد عينته بما يخدم أهداف دراسته وبناءا على معرفته دون أن يكون هناك قيودا أو شروطا غير التي يراها هو مناسبة من حيث الكفاءة أو المؤهل العلمي أو الاختصاص أو غيرها وهذه عينة متمثلة لكافة وجهات النظر ولكنها تعتبر أساس متين للتحليل العلمي ومصدر ثري للمعلومات التي تشكل قاعدة مناسبة للباحث حول موضوع الدراسة².
- العينة القصدية التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا محال فيها للصدفة بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها كما يبحث على المعلومات والبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة بمجتمع البحث وعناصره الهامة الممثلة تمثيلا صحيحا³.
- اخترنا العينة القصدية لجملة من الأسباب أهمها:
 - أن مجتمع البحث كبير جدا يتطلب لدراسته الكثير من الجهد والوقت.
 - أننا لا نملك أعداد البرنامج ما اضطرنا إلى اختيار جزء واحد من أجزاءه.
 - لأن هذه العينة تحقق أهداف البحث.
- تتمثل العينة المختارة للدراسة حلقات من برنامج قمره وهم:
 - تحت الاسمنت.
 - مركز بسمة.
 - رحلة كرسي.
 - الأفرام.
 - صياد والعقارب.
 - للتحدي امرأة.
 - الجوكر.

¹ <http://elearn.univ.ourgla.dz> اليوم السبت 09 فيفري، الساعة 11:20.

² زياد أحمد الطويسي، 2001، ص5.

³ أحمد مرسلني: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات، جامعة الجزائر، 2003، ص170.

8. المجال الزمني:

يبدأ المجال الزمني من يوم المشروع في هذه الدراسة، إلى غاية انتهائها من الجانب الميداني، من أجل المشاهدة وتحليل المشاهد.

الفصل الثاني: البرامج

الاجتماعية والإعلام

المبحث الأول: البرامج الاجتماعية

المطلب الأول: تعريف البرامج الاجتماعية:

يعد هذا النوع من البرامج الأكثر تعدداً، إذ يشمل إضافة إلى برامج الأسرة والبرامج التي تعالج المشاكل الاجتماعية، البرامج الفئوية الموجهة للشباب أو الأطفال، أو المرأة وغيرها، من البرامج المتعلقة بالأسرة كالبرامج الصحية .

إن مضمون البرامج الاجتماعية، يعتمد على الموضوع والفئة الموجه لها، فالبرامج الموجهة للأطفال سيختلف في مضمونه وقراته على ذلك الذي نعهده للشباب، من حيث المفردات المستخدمة في الصياغة وعبارات المخاطبة، ونوعية المادة التي يضمنها البرنامج، لكن البرامج الاجتماعية بمجملها تتصف بقربها من الجمهور المستهدف، وتتناول المواضيع القريبة من الناس بما يتعلق بأموهم الحياتية اليومية، ومشاكلهم وطموحاتهم وأدائهم واجتهاداتهم .

ويقوم البرنامج الاجتماعي في الغالب على مبدأ المشاركة الجماهيرية في إنتاجية، من خلال المقابلات الميدانية التي يقوم بها مقدم البرنامج، ومن خلال الاتصالات الهاتفية، أو الأقمار الصناعية أو الاتصالات، من خلال الرسائل التي تصل إلى برنامج ما، ويقدر ما يعمل المعد على تخصيص فقرات من النجاح، ذلك لأن مضمون البرنامج الاجتماعي يكون محوره الأساسي الجمهور نفسه، بواقعه ومشاكله وآرائه ووجهات نظره¹.

¹ رزيق سامية، البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة برنامج ما وراء الجدران قناة النهار -نموذجاً-، جامعة العربي التبسي، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تبسة، 2016، ص42.

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

المطلب الثاني: كيفية إعداد البرامج الاجتماعية:

إن الإعداد لهذا النوع من البرامج، يتطلب العمل على خلق العلاقات الاجتماعية مع الناس عامة، ومع المهتمين بالدراسات الإنسانية والاجتماعية خاصة، كالأطباء النفسيين والتربويين وممثلي المؤسسات والمنظمات النسجية والاجتماعية.

الإعداد يحتاج إلى تنسيق وترتيب بين فقرات البرنامج، وهو يتطلب التنسيق لإنتاج كل فقرة من الفقرات.

- إعداد فكرة البرنامج تتمثل في كونه برنامجا اجتماعيا يعالج قضايا تهم المجتمع.
- المحاور العامة للبرنامج حسب نوعية البرنامج الاجتماعي.
- تحديد مواضيع الزوايا السابقة.
- تحديد الفترة الزمنية لكل زاوية من زوايا البرنامج وهذا حسب المدة الزمنية المخصصة للبرنامج ككل.
- جمع المعلومات وهنا يأتي دور معد البرنامج والمنسقين معه فريق الإعداد.
- التنسيق: هنا مع المعد والشخص المستضاف إليه تسجيل البرنامج أو إذا كان على الهواء مباشرة حسب نوعية البرنامج.

وكذلك على المعد، أن ينسق مع المخرج والمكتبة الموسيقية لتزويده بالمدة الموسيقية، وعليه أن ينسق

مع مسؤول الاستوديوهات، لتحديد موعد لتسجيل كل فقرة.

● ترتيب فقرات البرنامج.

● الصياغة¹.

¹ رزيق سامية، المرجع السابق، ص ص 47-48.

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

المطلب الثالث: خصائص وسمات البرامج الاجتماعية:

تعتبر البرامج الاجتماعية شكلا من أشكال البرامج الحديثة نسبيا في الجزائر والعالم العربي، وبها العديد من الخصائص والسمات التي تميزها عن غيرها من البرامج وتتبلور في.

- الحالة.
- الإشارة.
- ارتفاع نسبة المشاهدة.
- تنوع الجمهور المستهدف.
- التفاعل مع المشاهد.
- المصداقية وحرية التعبير.

ومن خلال ما سبق، يتضح أن البرامج الاجتماعية تعتبر أحد الأشكال البرمجية التي تتمتع بالعديد من الخصائص، التي تهتم في بناء هذا القلب البرمجي، الذي يتمتع بالمصداقية والحيوية، والجاذبية والتفاعلية مع الجمهور، وذلك يجعلها أكثر شعبية وجماهيرية وأداة قوية للاستعانة بها، في التأثير على سلوك الأفراد والقيم الاجتماعية والرأي العام¹.

¹ سامية رزيق، مرجع سابق، ص ص48-49.

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

المبحث الثاني: البرامج التلفزيونية الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

المطلب الأول: تعريف البرامج التلفزيونية:

هو عبارة عن فكرة تجسد وتعالج برنامج تلفزيوني، باستخدام التلفزيون كوسيلة تتوافر لها كل إمكانيات الوسائل الإعلامية، وتعتمد أساساً على الصورة المرئية، سواء كانت مباشرة أو مسجلة أو أفلام أو شرائط، يتحدد قالباً واضحاً يعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة، وتتطور برامج التلفزيون باستمرار حيث نلاحظ ألواناً جديدة وأشكالاً رمزية متميزة لا تقف عند حد معين¹.

المطلب الثاني: مكونات البرامج التلفزيونية:

تهدف عملية الإنتاج التلفزيوني، إلى تحويل مجموعة من الأفكار إلى مجموعة من الصور والأصوات ووضعها في قالب فني، يشد المشاهد لها ولا بد من الاستعانة بخبرات متعددة، ومن حقول شتى لنجاح عملية الإنتاج التلفزيوني، وإن ما يميز التلفزيون عن غيره من وسائل الإعلام الأخرى، هو أنه ينقل الصورة الحية، والتي تشترك فيها حاستا السمع والبصر، إذ هاتين الحاستين تعتبران من أهم الحواس الإدراكية ولا بد للبرنامج التلفزيوني من أن تتوفر فيه هذه المكونات الأساسية:

1. الصورة الصوتية:

تعتمد الصورة الصوتية على مفردات الصوت، من صوت بشري ومؤثرات صوتية وموسيقى، ويجب الإشارة لضرورة توافق الصورة الصوتية في أسلوبها ومضمونها مع الصورة المرئية، حيث يجب على المخرجين وفنيي الصوت، أن يبحثوا عن الخيارات الأكثر ملائمة للصورة المرئية ومضمونها، ويمكن في بعض الأحيان أن يتم تأليف موسيقى مناسبة للبرنامج ترفق مع الصورة المرئية.

¹ محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، دط، 2003، ص103.

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

واختيار الأصوات المناسبة يحتاج إلى فنيين مختصين، قادرين على صنع الصورة الصوتية المميزة المناسبة للبرنامج التلفزيوني.

2. الصورة المرئية:

تعتمد على اللقطة التلفزيونية، من حيث حجمها وتركيبها الفني، وأسلوب ربطها مع اللقطات الأخرى لتكوين المشاهد التلفزيونية.

وتعتمد الصورة التلفزيونية على مختلف أدوات الإنتاج التلفزيوني وعلى كفاءاتهم في العمل، ويجب أن يتمتع المخرج والذي يشرف على العمل كافة بدوق سليم، وحس جمالي وتذوق فني، وأن يكون قادرا على القيادة¹.

المطلب الثالث: أنواع البرامج التلفزيونية:

✓ البرامج الثقافية والتربوية:

إن إعداد أي برنامج ثقافي، يتطلب مستوى جيد من الثقافة لدى المعد، الذي يجدر به أن يكون مطلعاً ومواكباً للتطور الثقافي على جميع المستويات.

إن الإعداد للبرنامج الثقافي، بحاجة إلى تعاون بين أكثر من طرف المعد من جهة، والمتقن من جهة أخرى، والمكتبة من جهة ثالثة، وبقدر ما يزداد التنسيق بين هذه الأطراف كلما أستطاع المعد أن يرتقي ببرنامجه، وأن يعد برنامجاً ثقافياً مميزاً.

ولا يقتصر البرنامج الثقافي على المواضيع الثقافية، أو الإصدارات الأخيرة، بل من الممكن تضمينه

¹ حدة موجاري وسلوى وقاف، الأساليب الإقناعية في البرامج التلفزيونية الجزائرية (دراسة تحليلية لبرنامج خط أحمر على قناة الشروق تيفي)، كلية الآداب واللغات والعلوم الانسانية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2014/2015، ص ص 81-82.

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

الثقافة والنشاطات الثقافية بما فيها من نشاطات أدبية أو فنية.

✓ البرامج الاقتصادية:

وهذا النوع من البرامج، يكون في مضمونه التثقيف والتوعية، والشرح من أجل التنمية في مجال أو أكثر من المجالات الاقتصادية، وتشمل هذه البرامج الحديث إلى المختصين كل في مجاله، سواء أكانوا زراعيين أو صناعيين، أو تجارا أو رجال أعمال بشكل عام، لا بد من مراعاة الفئة المخاطبة في هذه البرامج.

✓ البرامج الدينية:

كثير من المحطات تعمل على تخصيص جزء من برامجها لتغطية الوقائع والمناسبات الدينية، إضافة إلى تقديم الفقرات والبرامج التي تعالج الدين، ومن الممكن أن تكون هذه البرامج تثقيفية وإرشادية، أو تكون نقلا لحدث أو مناسبة دينية، كصلاة الجمعة أو صلاة العيد.

إن ما يميز مضمون البرنامج الديني، إسناده إلى التشريع وتوثيقه على أساس ديني، كالرجوع إلى القرآن الكريم أو الحديث الشريف، وعادة ما توكل مهمة إعداد البرنامج الديني إلى شخص مثقف دينيا، أو على الأقل ذي معرفة بالقضايا الدينية.

✓ البرامج الرياضية:

إن أهم ما يمكن تقديمه في المحطة التلفزيونية من خلال البرامج الرياضية، هو الخبر الرياضي سواء أكان محليا أو إقليميا أو دوليا، وكذلك يمكن أن يتضمن البرنامج الرياضي بعض المعلومات، حول لعبة رياضية معينة بالإضافة إلى مناقشة المسائل الرياضية مع بعض المهتمين أو المتخصصين¹.

¹ قاسمي أميرة وزغدودي صليحة وحزام شافية، المهارات الاتصالية لمقدمي البرامج التلفزيونية وتأثيرها على فاعلية الرسالة الإعلامية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال والمجتمع، جامعة 8ماي 1945، قالمة، 2015-2016، ص 201.

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

✓ البرامج المنوعة:

إن هذه البرامج تتنوع بتنوع أفكارها، ويعد مجال البرامج الخفيفة من أكثر المجالات اتساعاً، وهذه البرامج غالباً ما تكون برامج فنية أو غنائية، أو برامج تحوي فقرات خفيفة ومتنوعة، وتبتعد في مجملها عن الجدل بل تركز على المرح، بهدف إمتاع الجمهور والتخفيف عنه والترويح عن نفسه.

وعند إعداد أي برنامج يؤخذ بعين الاعتبار الطابع الخفيف البعيد عن التعقيد، وتتم صياغته بسلاسة باللهجة المحكية أو الشعبية¹.

✓ البرامج السياسية:

البرنامج السياسي مثله مثل البرامج الأخرى، تحتاج إلى معد متخصص بحيث يكون ناضجاً سياسياً وواعياً للمتغيرات والتطورات السياسية، ولديه مقدرة على ربط بعضها ببعض.

✓ البرامج الاجتماعية:

يعد هذا النوع من البرامج الأكثر تعدداً، إذ يشمل إضافة إلى برامج الأسرة والبرامج التي تعالج المشاكل الاجتماعية، البرامج الفئوية الموجهة للشباب أو الأطفال أو المرأة، وغيرها من البرامج المتعلقة بالأسرة كالبرامج الصحية.

إن مضمون البرنامج الاجتماعي، يعتمد على الموضوع والفئة الموجهة لها، فالبرنامج الموجه للأطفال سيختلف في مضمونه وفقراته عن ذلك الذي نعهده للشباب، من حيث المفردات المستخدمة في الصياغة وعبارات المخاطبة، ونوعية المادة التي يتضمنها البرنامج، لكن البرامج الاجتماعية بمجملها تتصف بقربها من الجمهور المستهدف، وتتناول المواضيع القريبة من الناس، بما يتعلق بأموهم الحياتية اليومية

¹ قاسمي أميرة وزغدودي صليحة وحزام شافية، 202.

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

ومشاكلهم وطموحاتهم وأدائهم واجتهاداتهم.

ويقوم البرنامج الاجتماعي في الغالب، على مبدأ المشاركة الجماهيرية في إنتاجه، من خلال المقابلات الميدانية التي يقوم بها مقدم البرنامج، ومن خلال الاتصالات الهاتفية، أو الأقمار الصناعية أو الاتصال من خلال الرسائل التي تصل إلى برنامج ما، وبقدر ما يعمل المعد على تخصيص فقرات في برنامجه تقوم على أساس المشاركة، بقدر ما يصل بهذا البرنامج إلى أعلى قدر من النجاح، ذلك لأن مضمون البرنامج الاجتماعي يكون محوره الأساسي الجمهور نفسه، بواقعه ومشاكله، وأرائه ووجهات النظر. إن الإعداد لهذا النوع من البرامج، يتطلب العمل على خلق العلاقات الاجتماعية مع الناس عامة، ومع المهتمين بالدوريات الإنسانية والاجتماعية، خاصة كالأطباء والتربويين وممثلي المؤسسات والمنظمات الشعبية والاجتماعية.

✓ البرامج الخاصة والموجهة:

وتكون البرامج الخاصة مقدمة للفئات، وهي تضم برامج المرأة والشباب، ويكون الهدف من تقديمها لفت انتباه الفئة المقصودة، أما البرامج الموجهة فهي التي تقدم للفئات التي تشمل الأقليات الدينية، وأمثلة ذلك البرامج الدينية سواء تلاوة القرآن الكريم أو الفتاوى، أو الاحتفالات الدينية والمناسبات الدينية¹.

✓ البرامج الإخبارية:

وهي نوعية من البرامج هدفها الأساسي هو إعلام أو إخبار الذي يتمثل في تزويد الجماهير بالمعلومات والآراء التي لم يعرفوها من قبل، أو التي تحظى باهتمامهم، لذا فإن مهمتها الأساسية هو إحاطة الجمهور المتلقي بكل جديد، بطريقة فورية ودقيقة.

فالتلفزيون له إمكانيات إخبارية لما يتميز من قدرة على نقل الصورة الناطقة المتحركة للمشاهد، كما

¹ قاسمي أميرة وزغدودي صليحة وحزام شافية، ص202.

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

يكشف عن أبعاد الإخبار عن طريق التحقيقات التي تعمل على تشرح الأحداث، لإيصال الخبر إلى المشاهد مع أكثر من تفصيل، وتتخذ البرامج الإخبارية أكثر من شكل، غير أنها لا تخرج في النهاية عن كونها إخباراً بوقائع جديدة أو تحليلات حولها¹.

✓ البرامج الدرامية:

وهي أشكال درامية يقدمها التلفزيون، وهي من أهم ما يربط المشاهدين بالشاشة، لأنها جانب من التسلية وهذا راجع لكون التمثيلية أو المسلسل التلفزيوني، يعالج قضية ذات هيكل وبناء وخط درامي مقتبسة من الوسط الاجتماعي للمشاهد.

✓ البرامج التعليمية:

ومنها برامج تعليمية منهجية، تشمل تعليم المدارس أو تعليم جامعي، وبرامج تعليم للكبار موجهة للبالغين غير المنتظمين في مدارس مثل برامج محو الأمية، وتعليم اللغات وبرامج الجامعة المفتوحة، حيث تخصص لها أوقات تتلاءم مع أوقات المستقبلين لها، لذا نجد الدول المتقدمة اهتمت بهذه البرامج وعملت على تطويرها لاكتساب مهارات حديثة وتعليم لغة أجنبية².

✓ البرامج الثقافية:

وهي تشمل البرامج الثقافية العامة، التي تقدم المعلومات والأفكار والآراء للجمهور، بفئاتها المختلفة، مثل برامج التنمية التي تهدف إلى رفع الوعي الصحي أو الاجتماعي أو الاقتصادي وغيرها، وكل برنامج يكون هدفه تقديم معلومات تساهم في تكوين ثقافة الفرد ونقل ثقافات الآخرين والحفاظ عليها.

¹ عدلي رضا وعاطف العيد، إدارة المؤسسات الإعلامية الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر، دط، مصر، ص225.

² قاسمي أميرة وزغدودي صليحة وحزام شافية، مرجع سبق ذكره، ص203.

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

✓ برامج الأطفال:

ومن هنا البرامج الموجهة للصغار وأفلام الأطفال، وقد تأخذ شكل مجلة متعددة الفقرات، أو برامج منوعات أو استعراض أو أغاني وتمثليات، أو على شكل عرائض¹.

المطلب الرابع: إعداد البرامج التلفزيونية²

أولاً: التخطيط للبرنامج:

يساعد التخطيط على اكتمال المحتوى والموضوع الذي ستناقشه، وهذه أهم العناصر للبدء في التخطيط:

1. هدف وفكرة البرنامج:

لا بد من وجود هدف للبرنامج، وفكرة تحاول توصيلها للجمهور المستمع أو المشاهد.

2. تحديد الجمهور المستهدف من البرنامج:

دائماً نجد أن نوعية الجمهور تتغير بالنسبة لساعات البث، فمثلاً تجد أن بين الساعة 6 و9 صباحاً، توجه إلى العمال والموظفين، قبل ذهابهم إلى العمل بين الساعة 9 و11 إلى الذين لا يعملون... الخ.

3. حسن تقسيم الفقرات والالتزام بالوقت:

يجب أن تكون دقيق بالوقت، وأن تنتبه إليه جيداً، فالدقيقة تمر عليك سريعاً وأنت لا تريد أن تضيع تلك الدقائق، التي تتكلم بها أمام جمهورك في أمور غير هامة، أو أن تنتهي مدة برنامجك دون أن توصل الرسالة التي من أجلها أقيمت ذلك البرنامج، ولهذا عليك تقييم البرنامج إلى مجموعة فقرات صغيرة تتخللها

¹ عصام أنيس ، الوسائل المسموعة والمرئية تجربة النشأة والتطور ، الدار المصرية اللبنانية، دط، 2004، ص26

² محمد الجفيري: إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دار صناع الإبداع لإنتاج والتوزيع، قطر، 2015، ص ص

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

إعلانات تجارية أو غيرها.

4. اختيار موعد البرنامج ومدته:

يجب أن يعلم المعد في أي وقت بإمكانهم الاستماع أو المشاهدة، لأن البرنامج الذي نعطيه لبرنامج صباحي ليس نفسه للذي نعطيه للبرنامج المسائي، فالمشاهدين ليسوا بنفس الحالة النفسية في جميع الأوقات، ولا هم بنفس القدرة على الاستيعاب.

5. تحديد إيقاع البرنامج ولونه:

يجب تحديد الإيقاع بأن يكون سريع أم بطيء، واستخدام الأستوديو أو الموسيقى، فمثلا لا يتناسب التحدث في برنامج رياضي، وكراسي الأستوديو موضوعة بوضعية البرامج الاجتماعية.

6. اختيار الضيوف المناسبين لموضوع البرنامج:

يجب أن تحسن اختيار الضيوف للحضور والتحدث في البرنامج الذي تقدمه، فالضيف إن كان أسلوب البرنامج حواريا نقاشي تحليلي، يعتمد على الضيف ومن أهم الأمور التي يجب أن يهتم بها المقدم، اختيار الضيف الذي سيتشارك معه في البرنامج.

7. تحديد طرق التواصل مع البرنامج:

يجب أن يختار المعد طريقة التواصل، إذا كان باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، أو التويتر وهذا ليحدث التفاعل بين الجمهور والبرنامج.

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

ثانيا: تجميع مادة البرنامج:

وهي مرحلة التحضير للبرنامج، تبدأ حين يتم الاستقرار على الموضوع أو فكرته الأساسية بشكل عام وتحديد الهدف منه، ونذكر بعض المصادر التي تعتمد في تحضير مادة البرنامج:

1. الصحافة والإعلام: أن يكون المعد مهتم بقراءة الصحافة المحلية والعالمية، والمتخصصة والمعارضة وأنواعها الأخرى.
2. الملفات والتقارير
3. الاتصالات الشخصية
4. اللقاءات والثقافات العامة
5. الإنترنت.

ثالثا: كتابة السيناريو:

1. النص والتعليق
2. المقابلات والحوارات

رابعا: الاتصال والتنسيق:

تعتبر الممارسات النهائية لإعداد البرنامج كالاتصال بالمصادر، سواء لتجميع المعلومات أو الضيوف أو غيرهم، والتأكيد معهم على ميعاد التصوير والتنسيق مع فريق العمل، كالمخرج ومقدم البرنامج، والتواجد في مكان التصوير لمتابعة سير العمل وفقا للطريقة المتفق عليها والسيناريو المكتوب.

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

خامسا: الإنتاج:

وهو آخر مرحلة في الإعداد والتي يجب أن نتعرف فيها على أهم الشخصيات التي سنتعامل معها.

المبحث الثالث: مفهوم الإعلام الاجتماعي، مستوياته وشروطه.

المطلب الأول: تعريف الإعلام الاجتماعي:

يمكن تحديد الإعلام الاجتماعي كنسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالإنسان (فردا أو جماعة) كفاعل أو كمضمون للاتصال، وهذا التعريف يحيلنا في البداية على التصور الفلسفي للإنسان وللمجتمع، والذي يهدف إلى وضع الأفراد والمجموعات الاجتماعية في علاقات بعضهم مع البعض الآخر، ومن منظور الاستقلالية والمسؤولية وبشكل ملموس يبدو أن الإعلام الاجتماعي هو الفرصة للمجتمع المدني ليقدم مختلف مكوناته¹.

ليتعرفوا بعضهم على بعض وليتجاوزوا فيما بينهم، وهو الإمكانية المفتوحة لكل مواطن أو مجموعة من المواطنين للدخول بحرية وبفعالية للاتصال مع أي مواطن آخر أو مجموعة أخرى في جو من التسامح والاحترام المتبادل.

المطلب الثاني: مستويات الإعلام الاجتماعي:

1 المتلقي هو شريك

يمكن أن تؤول هذه الروحية للإعلام الاجتماعي الفعلي إلى عدة مستويات:

- البحث عن التفاعلية الحقيقية، سواء كانت عن قرب أو من خلال الميديا.
- تكمن ميزة الإعلام الاجتماعي بإبعاده أي مشكل من التنظيم الذي يحبذ العلاقات ذات الاتجاه الواحد، لأن الانخراط بعلاقة تفاعلية يفترض توفر عدد من الشروط.

¹ القادري عيسى ن هوند: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية: الوقوف على تخوم التفكيك مركز دراسات الوحدة العربية

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

- يعتبر متلقي الرسالة شريكا جديرا بالاستقلالية، وليس متلقيا سلبيا وطيعا إراديا.
- الحوار يتم بالتساوي على صعيد وسائل وإمكانات التعبير، وفي حالة اللاتوازن، يجب أن يستفيد الطرف غير المحظي من التدريب أو على الأقل من المساعدة التقنية.
- لكل محاور الخيار بأن يجيب بطريقة لا تكون مقبولة سلفا من قبل المرسل أو الناقل أو الوسيط أو الوسيلة الاتصالية، وهذا ما يجرد الاتساق شبه التفاعلية من أهليتها التي تقتضي إعطاء الانطباع بالتحاور، إذ يكفي الضغط على زر معلوماتي للحصول على الجواب المبرمج مسبقا.
- الاتصال يتم دون وسيط، وإذا تم اللجوء إلى وسيط لأسباب تقنية، فإن هذا الأخير يجب ألا يشكل عائقا للحوار، بل على العكس يجب أن يكون في خدمته، وفي إطار الحوار، لا شيء يرضي طلبات المحاور، لكن الحد الأدنى من الإجابة تقتضي إعطاء فعل لكلام آخر.

2 الاتصال البديل يرتكز على مجموعة قيم أخلاقية:

قد تكون هذه المعايير المذكورة أعلاه ذات صفة انتقائية، وهي تعود إلى مثاليات فطمح إلى الوصول إليها أكثر ما تعود إلى وقائع يومية معيشة، بما فيها داخل الأجهزة الإعلامية نفسها التي تقول إنها: أجهزة اتصال اجتماعي، لأن الحياة التعاونية التي يمكن أن تكون مصدرا غنيا لتجديد الحوار الاجتماعي توشك أن تقترب من مخاطر الماسة المتصلة وممارسة اللغة الخشبية. ففي العلاقة مع الشركاء، وبعيدا من المتطلبات الأخلاقية التي تبرز فرادته يبدو أن للاتصال الاجتماعي مهمة تتمثل في وضع الأفراد المهمشين والمجموعات في علاقة اتصال فيما بينهم، وذلك لتحسين الشراكة وللمساهمة استراتيجيا، فهو لا ينفصل في اغناء النسيج الاجتماعي. وبهذا فإن الاتصال الاجتماعي يمثل رهانا التنشيط الاجتماعي، المحلي والبلدي، إذ أنه في احترام الحميمية والحرية الشخصية لكل فرد، يقوم المنشط الاجتماعي أو الوسيط أو المنتخب بتسهيل التبادل من أجل بلورة مشاريع مشتركة، وهذه الهدف التوسطي يقع في قلب تجارب الحوار ما بين الثقافات والإثنيات التي تتعايش وهي تتصادم وتتجاهل بعضها البعض

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

ويرتدي الحوار أبعادا فعلية، كمثل اللقاءات الودية والأعمال المشتركة، وكذلك أبعادا اتصاليه (ريبورتاجات، ومقالات تحسيسية)¹.

المطلب الثالث: شروط الإعلام الاجتماعي :

من أهم شروط الإعلام الاجتماعي احترام الجمهور والبحث عن تفاعلية حقيقية معه ويتم تقويم الإعلام الاجتماعي تبعا لعدة معايير:

- احترام الجمهور والنظر إليه على أنه اتصال، وليس مجرد مستهلك بسيط للإعلام.
 - البحث عن تفاعلية حقيقية (مشاركة الجمهور في فعل الاتصال).
 - نظرة مختلفة أو بديلة للحياة السياسية والثقافية والاجتماعية.
 - أنماط معالجة إعلامية تخرج عن الأمور المطروحة.
 - هاجس تربوي يسعى ليكون الجمهور شريكا مستقلا ومتحملا لمسؤولياته.
 - انتباه خاص معطى لأخلاقيات الاتصال مستندا إلى الشرعية الأخلاقية الخاصة
- إذ يبدو الاتصال الاجتماعي، من هذا المنظور كنمط من العلاقة يمكن أن يعزز القيم التالية:
- البحث عن استقلالية المحاور.
 - احترام الأخلاقيات.
 - الحرارة في العلاقات.
 - التبادل المعاكس لكن واقع الحال يقول غير ذلك، لماذا؟

وإذا كان الاتصال الاجتماعي يريد أن يشغل المكان الذي يعود له في قلب الاتصال المؤسساتي والإعلامي، يبدو من الضروري وضع استراتيجية تنمية وتحفيز تمر بالمراحل التالية:

- متابعة جهود الاتصال الداخلي للقطاع الثالث أو للمجتمع المدني.
- تشجيع البحث حول مساهمة اتصال القطاع الثالث في علم الاتصال بشكل عام، ومساهمة الاتصال التعاوني في إشكالية الاتصال الاجتماعي.

¹ القادري عيسى نهوند، المرجع السابق، ص232.

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

- توسيع دائرة الوصول إلى الميديا.

والقطاع الثالث بحاجة إلى الوصول إلى الميديا كي يعرف عن نفسه. إما بالتسلل من خلال وسائل الاتصال الكبرى، وإما من خلال تطوير قطاع إعلامي مستقل، وكي يتمكن من تحقيق أهدافه عليه تحقيق عنصرين أساسيين هما:

- التلقي التقني للرسالة وفعاليتها، لأن الاتصال يهدف إلى تغيير إما الاستعدادات والميول الفكرية، وإما

إلى تغيير السلوكيات، أي الانتقال إلى الفعل، وذلك بحث المتلقي إما على الانضمام إلى السجل

المعرفي، وإما على الانضمام إلى السجل العاطفي، لأن الرسالة في الواقع، حتى وغم كانت تحمل إعلانا

تافها، فهي ليست أبدا محايدة، لا للمرسل ولا للمتلقي، بل إن الجانب المعرفي والجانب العاطفي يشكل

جزءا أساسيا من كل اتصال ذي هدف، حيث أن النتيجة المراد الوصول إليها من قبل الإعلام أو الإقناع

بوعي أو بلا وعي، تعود إلى مجالي المعرفة والعاطفة، وفي نسب مختلفة من رسالة إلى أخرى. ويمكن

نستعين بنموذج برنامج من برامج "التوك شو" الاجتماعي على شاشات الفضائيات العربية حيث كان يبث

على شاشة "الجزيرة" تحت عنوان: "للنساء فقط" إذ أننا حاولنا في ضوء هذه المعطيات رصد آلية خطاب

هذا البرنامج من خلال عدة الشغل المتمثلة في المقدمة التي تعد للبرنامج، والتقارير المعد حول الموضوع

والاتصالات التي ترد إليه وهو يذهب إليها والتحقيق الذي يرافقه أحيانا، ودور مقدمة البرنامج: حجم

تدخلاتها وطريقتها في طرح الأسئلة، وردودها على الاتصالات، ومقاطعها للضيوف، وترجيحها كفة

ضيف على آخر وتجاوزها موضوعات معينة وتوقفها عند أخرى، وإصرارها على بعض الأسئلة دون

غيرها وتعاملها مع مضامين الاتصالات وطريقة اختتامها البرنامج وحجم تدخل كل من المدعويين وحجم

مقاطعته من قبل المقدمة أو الضيوف الآخرين ومدى تنافره مع طرح مقدمة البرنامج أو توافقه معها،

ومدى ذهابه في اتجاه البرنامج أو محاولته أخذ البرنامج في الاتجاه الذي يريده هو، وأين يوفق، وأين

يتعثر¹.

المبحث الرابع: الإعلام الاجتماعي في تناول القضايا الاجتماعية.

المطلب الأول: وسائل الإعلام والمجتمع.

من الحقائق الثابتة، أن وسائل الإعلام تؤثر في المجتمع، بل إنها تؤثر في مجرى تطور البشر، وأن هناك علاقة سببية بين التعرض لوسائل الإعلام والسلوك البشري.

كما يختلف تأثير وسائل الإعلام حسب وظائفها، وطريقة استخدامها، والظروف الاجتماعية والثقافية واختلاف الأفراد أنفسهم، وقد تكون سببا لإحداث التأثير أو عاملا مكملا ضمن عوامل أخرى.

تأثيرات وسائل الإعلام عديدة، ومختلفة، ومتنوعة الشدة قد تكون قصيرة أو طويلة الأمد، ظاهرة أو مستترة، قوية أو ضعيفة، نفسية أو اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية، وقد يكون التأثير إيجابيا أو سلبيا.² كما أن الصفات التي توافرت في وسائل الإعلام جديرة بأن تجعله قبلة لأصحاب الفكر الهادف³ الواعي بما يحرق بالأمة العربية والإسلامية، من مخاطر وما تعانیه من ضغوطات على جميع المستويات وما تمر به

الشعوب العربية، من المحيط إلى الخليج من حروب ومآسي، وحصار، واحتلال.

وسائل الإعلام هي فضاء لتوعية الأجيال الشابة بقضايا أمته، وواقعها المعاصر لتنشأ نشأة مختلفة عما نراه اليوم بين شبابنا الذين يتعرضون لتسطيح إعلامي، يأخذهم نحو الانشغال بأمر تافهة، وشكلية ويلهيهم عن القضايا المهمة والمصيرية، فنتج لنا جيل جميل الشكل لكنه مجوف عقليا.

¹ القادري عيسى نهوند، المرجع السابق، ص 233-234.

² فهد بن عبد الرحمن الشميري، مرجع سبق ذكره، ص 56.

³ علي عبد الفتاح كنعان: الاعلام و المجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان (الاردن)، ط 1، 2014،

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

فوسائل الإعلام تساهم في اتخاذ سلوك مناسب حول قضايا المجتمع، وقادرة أيضا على تغيير سلوك وأنماط المجتمع، وقد يكون تأثير وسائل الإعلام في بعض الأحيان قويا جدا، وقادر على نشر نمط سلوكي وثقافي واجتماعي، ينتهجه المجتمع، وفي بعض الأحيان، يكون تأثير وسائل الإعلام على المجتمع أقل تأثيرا، ويستطيع المجتمع الخروج من النمط الفكري والمجتمعي والسياسي، الذي ترسمه وسائل الإعلام ويتوقف ذلك على مدى رغبة الجمهور للتعرض للرسائل والمعلومات التي تبثها هذه الوسائل الإعلامية المختلفة، فكلما كان المجتمع المتلقي لديه رغبات وإشباعات حول معلومات قضايا معينة، فإنه يتجه إلى المتلقي لبحث دائما في وسائل الإعلام بما يتفق مع أفكاره واتجاهاته.¹

المطلب الثاني: وظائف وسائل الإعلام في المجتمع

1. التشاور وتبادل الآراء:

تقوم وسائل الإعلام بهذه الوظيفة في المجتمع لإضفاء الشرعية على أوضاع المجتمع.

2. تدعيم المعايير الاجتماعية:

تساعد وسائل الإعلام في إعادة التأكيد على المعايير الاجتماعية، من خلال معاينة الخارجين عن هذه المعايير، فغالبا ما تكون هناك فجوة بين ما نقوله، وما نؤمن به، وما نفعله في الواقع.

3. التخدير:

أدرك "لازرسفيلد" و"ميرتون"، أن وسائل الإعلام تسبب خلافا وظيفيا غير مرغوب فيه في المجتمع، من خلال زيادة مستوى المعلومات، حيث يتسبب طوفان المعلومات لأعداد كبيرة من الناس، إلى جرعات من المعلومات التي تحول معرفة الناس إلى معرفة سلبية، وبالتالي توجد اللامبالاة، لأن وسائل الإعلام

1 علي عبد الفتاح كنعان: المرجع السابق، ص 15

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

تغمر الناس بالمعلومات، بدلا من أن توظف الجمهور، فإنها تؤدي في النهاية إلى تخدير الجمهور.

4. الترابط لاستجابة مجتمع البيئة:

حيث أن وسائل الإعلام تربط بين أجزاء المجتمع، حول القضايا الأساسية أو ردود أفعال المجتمع اتجاه البيئة المحيطة، وفي المجتمع الديمقراطي يتم تسليط الضوء حول القضايا التي تهم المجتمع، مما يؤدي إلى تطور الرأي العام.

5. نقل التراث الاجتماعي:

تقوم وسائل الإعلام بنقل التراث الاجتماعي عبر الأجيال، وقد أصبحت هذه الوظيفة أساسية بعد زيادة حجم المجتمعات، وصعوبة التواصل الشخصي، والترابط العائلي في المجتمعات. وقد فطن "لازويل" إلى أن وسائل الإعلام يمكن أن تصبح غير وظيفية، حيث أن تطوير المعارف المشتركة والتوافق بين أفراد المجتمع يمكن أن يعوق التحرك الطبقي، والأسوأ من ذلك أن تستخدم وسائل الإعلام لتضليل الناس لعدم تطوير الرأي العام، وافتقار النفاهم المطلوب في المجتمع، فالخلل يمكن أن يحدث نتيجة عدم قدرة وسائل الإعلام على إرسال المعلومات بكفاءة، أو عدم استقبال هذه المعلومات من جانب الجمهور بمهارة.

6. تسهيل التماسك الاجتماعي:

تساعد وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام، من خلال تقديم أساس للمعرفة المشتركة لتزيد من الانتماء للمجتمع، وتقلل من فرص الصراع داخله.

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

7. تفسير المجتمع لنفسه:

حيث تقوم باكتشاف قيم ومعتقدات مجتمع ما، عن طريق دراسة أنواع الترفيه الشعبية السائدة في المجتمع، والتي تعبر عن الوعي الشعبي.

8. خدمة النظام الاقتصادي:

من خلال ترسيخ الأوضاع الاقتصادية القائمة، والترويج لها والسعي لإثبات فعاليتها.

9. وظيفة الاكتشاف:

بفضل وسائل الإعلام يكتشف سكان البلد النامي أنماطا، وسلوكا اقتصاديا غير الذي ألفوه، ويكتشفون طرق تنمية جديدة تدفعهم في غالب الأحيان إلى تغيير سلوكهم، أو على الأقل إلى الاحتكاك بالطرق الجديدة في التنمية.

10. وظيفة سياسية:

والإعلام هنا يبلغ الناس رغبة السلطة في التغيير، ويشرح هذه الرغبة حتى يقع الاقتناع بها، ويجب حين إذن على السلطة أن تبحث عن تحقيق هذا الإقناع.¹

¹ سويقات لبنى : الاعلام المحلي وابعاده التنموية في المجتمع، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، المدرسة الدكتورالية للعلوم الاجتماعية والإنسانية بوهران، 2010 ، ص ص 36 - 38 .

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

المطلب الثالث: وظائف التلفزيون في المجتمع.

للتلفزيون دور ريادي في عصرنا الحالي، يعتمد عليه الفرد كثيرا في علاقته بالمجتمعات الأخرى، للتلفزيون وظائف عديدة نذكر منها:

1. التوجيه والإرشاد:

ترتبط وظيفة الإرشاد بتكوين الاتجاهات، وفي نفس الوقت أيضا تتطلب تكوين الاتجاهات الفكرية المرغوبة عند الشباب والأطفال، للتنسيق بين المسؤولين في التلفزيون، والحكومة والمجتمع بمؤسساته المختلفة، الأمر الذي يترتب عليه ظهور قيم واتجاهات جديدة فيه، أو تعديل وتغيير اتجاهاته القديمة، بما يتلاءم مع صيغة المجتمع، والتي تسمى بـ «الاتجاهات المرغوبة»، ويتوقف هذا على حسن اختيار المادة الإعلامية.

2. التعاون الاجتماعي:

يستطيع التلفزيون من خلال برامجه المختلفة، أن يسهم في زيادة الاحتكاك الجماهيري، سواء الأصدقاء أو الرؤساء، وذلك من خلال زيارات الأقارب، والتجمع الأسري، وقلة النزاع بين أفراد الأسرة من خلال عملية المشاهدة الجماعية.

3. الحوار والنقاش:

يساعد التلفزيون في تبادل المعلومات والآراء وتلاقح الأفكار في مختلف جوانب الحياة، من خلال عملية الحوار والجدل وتوضيح وجهات النظر، مما يزيد على القدرة المعرفية وتطور الوعي الاجتماعي في المجتمع، كما أن هذا يساعد في توحيد الأفكار والمشاركة في الوقت نفسه ويزيد التفاهم الكامل ويساعد على الاطلاع والتعرف على ظروف الأحوال المعيشية.

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

4. النهوض بالإنتاج الفكري:

يساعد التلفزيون أن يسعى لنشر الإنتاج الفكري في كافة التخصصات المختلفة، والتي تخدم قضايا المجتمع بطريقة أو بأخرى، وهذا ما يزيد من عملية التفاعل الاجتماعي وتهذيب الذوق العام، وفي نفس الوقت يساعد وتطوره باعتبار أن هذا الإنتاج الفكري سوف يخدم قطاعات التنمية بصورها المختلفة.

5. الوظيفة الإعلامية:

وتتمثل في الأنباء، والبيانات والصور والتعليقات وبنها بعد معالجتها، ووضعها في الإطار الملائم لها لفهم الظروف الشخصية والبيئية والدولية، وتمكين متلقي الخبر من الوصول إلى وضع يسمح له باتخاذ القرار السليم، وبجانب الدور الذي يلعبه في الدعاية التجارية والأغراض التي تكمن من وراء هذه الدعاية، سواء بالنسبة للسلعة المعلنة أو بالنسبة للمستهلك والتلفزيون أيضا.

6. الوظيفة الترفيهية:

تحتل الجوانب الترفيهية قدرا كبيرا من فكر رجال التلفزيون اليوم، ويطلق عليها البعض بوظائف التسلية، والإمتاع وهي تتضمن النوادر والطرائف وشملت الآن الإعلانات والأغاني والمسرحيات، وكل مجتمع له طريقة في الترفيه والتسلية، وتختلف هذه الوظيفة باختلاف الزمان ومستوى التحضر.

7. وظيفة الخدمات:

تتمثل هذه الوظيفة في النشرات الجوية ومعرفة أحوال الطقس والوقت والاستشارة القانونية والطبية والتعارف على عادات وتقاليد الشعوب.

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

8. الوظيفة الثقافية:

ترتبط بنشر المعرفة وتكوين الشخصية وتنمية الأذواق وتهذيبها وتنمية الطاقات البشرية وتوسيع الآفاق في المجتمع، ونشر الوعي الصحي والاجتماعي والسياسي والاقتصادي وغير ذلك من أنواع التنقيف الأخرى.

9. الوظيفة التربوية:

يقوم التلفزيون بدور كبير في هذه الوظيفة من حيث الاتساع في البرامج التعليمية، وبرامج التوجيه والتربية من خلال اعتماده على الصوت والصورة، فهو يساعد المدرس في عمله من خلال الشرح والإيضاح واستخدامه للخرائط والصور، كما يمكن للتلفزيون أن يكون حلقة اتصال سريعة بين عناصر العملية التعليمية المختلفة مثل معرفة مواعيد الامتحانات، وبدء العام الدراسي بين المدرسة الوزارة.

10. الوظيفة التنموية:

يستطيع التلفزيون أن يؤدي دورا هاما في تحقيق التنمية الشاملة، ظاهرة متعددة الجوانب وتنقسم إلى جوانب فرعية، لكنها ترتبط ببعضها البعض وتؤثر ويتأثر كل منها بالآخر، فهناك التنمية الاقتصادية الثقافية الإدارية والسياسية، وكل هذه الجوانب تتأثر بوسائل الاتصال خاصة التلفزيون.¹

¹ الدسوقي عبده إبراهيم: التلفزيون والتنمية، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية (مصر)، ط1، 2004، ص 113 - 117.

المبحث الخامس: نظرية التأثير الإعلامي (الاعتماد على وسائل الإعلام)¹

تكمن قوة وسائل الإعلام في سيطرتها على مصادر معلومات يعتمد عليها الأفراد والمجموعات والمنظمات والنظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم، وعلاقة الاعتماد هذه ليست ذات اتجاه واحد، وإنما تعتمد وسائل الإعلام أيضا على المصادر التي يسيطر عليها الآخرون.

فالحكومات الحديثة التي ترغب في الاتصال بمواطنيها، والمؤسسات التي ترغب في الاتصال بعملائها المحتملين، لا يستطيعون الاعتماد على الاتصال الشخصي بشكل وحيد أو أساسي، لكي يصلوا إلى ملايين الأفراد، وآلاف الجماعات والمنظمات التي يرغبون في الوصول إليها. وهكذا فإن النظم السياسية والاقتصادية والنظم الأخرى في المجتمعات الحديثة تعتمد على وسائل الإعلام لعمل الربط أو الاتصال بالجمهور المستهدف.

وفي نفس الوقت تتحكم وسائل الإعلام في المعلومات وموارد الاتصال التي تحتاجها المنظمات السياسية لكي تؤدي وظائفها بكفاءة في المجتمعات الحديثة المعقدة. ومن ناحية أخرى فإن وسائل الإعلام ليست قوية تماما، فهي أيضا تعتمد على موارد تتحكم فيها النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية الأخرى لكي تمارس عملها بكفاءة أيضا. ويمكن وصف ذلك بمفهوم "الاعتماد المتبادل" فوسائل الإعلام والمنظمات الأخرى في المجتمع لا تستطيع العمل بكفاءة بدون الاعتماد على بعضها بعضا.

المطلب الأول: مدخل عام لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

1. ينشأ تدفق الأحداث من المجتمع الذي يضم مجموعة من النظم الاجتماعية التي يحكمها الوظيفة البنائية، وتحدث علاقات اعتماد متبادلة ب هذه النظم الاجتماعية ووسائل الإعلام.

2. تؤثر عناصر الثقافة والبناء الاجتماعي للمجتمع على وسائل الإعلام إيجابيا وسلبيا وهي التي تحدد خصائص وسائل الإعلام التي تتضمن: الأهداف، والموارد، والتنظيم، والبناء، والعلاقات المتبادلة وتتحكم هذه الخصائص في وظائف تسليم المعلومات التي يتحكم فيها عدد الوسائل الإعلامية المتاحة، ودرجة مركزيتها، ويؤثر ذلك بالتالي على الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام أو ما يطلق عليها سياسات التشغيل.

كذلك تؤثر عناصر الثقافة وبناء المجتمع على الأفراد، يساهم ذلك في تشكيل الفروق الفردية، والفئات

¹ د. عبدالحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثيرات الإعلامية، جمع وتنسيق (أسامة بن مساعد محيا)، د ب،

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

الاجتماعية، والعلاقات الاجتماعية. ويعمل النظام الاجتماعي أيضا على خلق حاجات للأفراد مثل : الحاجة إلى الفهم والتوجيه والتسلية ويحدد الاعتماد المتبادل بين النظم الاجتماعية ونظم وسائل الإعلام على كيفية تطوير الناس اعتمادهم على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم النفسية والاجتماعية، مما يخلق التنوع في تأثيرات وسائل الإعلام على الأفراد.

3. تقوم وسائل الإعلام بتغطية الأحداث التي تقع داخل النظم الاجتماعية المختلفة، ومن الأشخاص داخل هذه النظم، وتتلقى وسائل الإعلام التركيز على بعض القضايا والموضوعات التي تشكل وسائل الإعلام المتاحة للجماهير.

4. العنصر الرئيسي في هذا الإطار التكامل هو الأفراد كأعضاء في الجمهور التي لوسائل الإعلام هؤلاء الأفراد لديهم بناء متكامل للواقع الاجتماعي تم تشكيله عبر التنشئة الاجتماعية والتعليم والانتماء إلى جماعات ديموغرافية، وعوامل التكيف الاجتماعي والتعليم والانتماء إلى جماعات ديموغرافية، وعوامل التكيف الاجتماعي، والخبرة المباشرة، ويستخدم هؤلاء الأفراد وسائل الإعلام لاستكمال بناء الواقع الاجتماعي الذي لا يدركونه بالخبرة المباشرة، وتتحكم علاقات الاعتماد المتبادل بوسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى في تشكيل رسائل المعلومات للجماهير.

5. حين يكون الواقع الاجتماعي محددًا ومفهوماً للأفراد، ويلبي حاجاتهم وتطلعاتهم قبل استقبال الرسائل الإعلامية، لن يكون لرسائل الإعلام تأثير يذكر سوى تدعيم المعتقدات والقيم وأنماط السلوك الموجودة بالفعل.

وعلى النقيض، حين لا يكون لدى الأفراد واقع اجتماعي حقيقي يسمح بالفهم والتوجيه والسلوك، فإنهم يعتمدون على وسائل الإعلام بقدر أكبر لفهم الواقع الاجتماعي، وبالتالي يكون لهذه الوسائل تأثير أكبر على المعرفة والاتجاهات والسلوك، لذلك يجب الأخذ في الاعتبار درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات كوسيلة للتنبؤ بآثار هذه الوسائل على الأفراد.

6. تتدفق المعلومات من وسائل الإعلام لكي تؤثر في الأفراد، وفي بعض الحالات تتدفق المعلومات أيضا من الأفراد لكي تؤثر في وسائل الإعلام وفي المجتمع ككل، ويتخذ ذلك بعض الأشكال مثل: الاعتراض الجماهيري الذي يزيد من مستوى الصراع في المجتمع، أو يؤدي إلى تكوين جماعات اجتماعية جديدة، مثل هذه الأحداث قد تؤدي إلى تغييرات في طبيعة العلاقات بالنظم الاجتماعية، ونظم وسائل الإعلام، مثل: تمرير قوانين جديدة يتم تصميمها لتغيير سياسات تشغيل وسائل الإعلام.

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

المطلب الثاني: علاقة وسائل الإعلام بالنظام الاقتصادي:

يعتمد النظام الاقتصادي على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف الآتية:

1. ترويج وتدعيم القيم الخاصة بالمشروعات الحرة الرأسمالية.
2. تأسيس وصيانة العلاقة بالمنتج أو البائع والمستهلك أو المشتري، لإبلاغ المستهلك عن المنتجات المتاحة، وتحفيزه على الشراء أو استخدام الخدمة.
3. التحكم وكسب الصراعات الداخلية مثل التي تحدث بالإدارة والاتحادات، أو الصراع مع المنظمات الخارجية، أو أي موقف يكون تهديدا للمؤسسات الاقتصادية. وتعتمد وسائل الإعلام على النظام الاقتصادي لتحقيق الأهداف التالية:
 - ✓ الربح من عائد الإعلانات.
 - ✓ التطوير التكنولوجي لتقليل النفقات والتنافس بفعالية من خلال امتلاك منتجات أكثر تقدما.
 - ✓ التوسع في المشروعات الإعلامية للوصول إلى جماهير أكبر وتحقيق عائد أعلى، ويتطلب ذلك الحصول على خدمات البنوك والتمويل، والتعامل مع التجارة الخارجية.

المطلب الثالث: علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي:

يعتمد النظام السياسي على موارد وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف الآتية:

1. زيادة وتدعيم القيم والمعايير السياسية مثل: الحرية المساواة - إطاعة القوانين - التصويت الانتخابي
 2. الحفاظ على النظام السياسي وتحقيق التكامل الاجتماعي من خلال بث روح الإجماع، وتكوين الرأي العام.
 3. تدعيم الشعور بالوطنية لتنفيذ الأنشطة الأساسية مثل: الحماس للحرب، أو المشاركة في التصويت الانتخابي.
 4. التحكم وكسب الصراعات التي تقع داخل السيادة السياسية مثل: صراعات الأحزاب، أو الصراعات بين النظام السياسي ونظم اجتماعية أخرى مثل: النظام الديني للفصل بالدين والدولة.
- ومن جانب آخر تعتمد وسائل الإعلام على النظام السياسي لتحقيق الأهداف التالية:
- ✓ اكتساب الحماية التشريعية والقضائية والتنفيذية مثل: حماية التعديل الأول من الدستور الأمريكي لوسائل الإعلام.
 - ✓ الحصول على معلومات رسمية وغير رسمية لتغطية الأخبار مثل: عقد المؤتمرات الصحفية، والحصول

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

على تصريحات بشأن الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية.
✓ تحقيق عائد من الإعلانات السياسية في أوقات الانتخابات.

ومع ذلك يمكن أن يحدث الصراع ب النظام السياسي ووسائل الإعلام بسبب رغبة الحكومات في فرض رقابة على النشر، وسرية المعلومات لعدم حصول وسائل الإعلام عليها، وإخفاء الفساد السياسي.

المطلب الرابع: الاعتماد المتبادل بين الأفراد ونظم وسائل الإعلام:

إن الأفراد مثل النظم الاجتماعية، يقيمون علاقات اعتماد على وسائل الإعلام، لأن الأفراد توجههم الأهداف، وبعض أهدافهم تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام، ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

1. الفهم مثل: معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات الفهم الاجتماعي من خلال معرفة الأشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.

2. التوجيه: ويشتمل على توجه العمل مثل: أن تقرر ماذا تشتري؟ وكيف ترتدي ثيابك؟ وكيف تحتفظ برشافتك؟ وتوجيه تفاعلي مثل: الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.

3. التسلية: وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل: الراحة والاسترخاء والاستثارة والتسلية الاجتماعية مثل الذهاب إلى السينما أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأصدقاء، أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة. ومع ذلك ينبغي ألا نبالغ في أهمية وسائل الإعلام للفرد، فهي تجعل بالفعل أهداف الفهم والتوجيه والتسلية أكثر سهولة ولكنها ليست الوسيلة الوحيدة لبلوغ هذه الأهداف، فالأفراد يتصلون في نهاية الأمر بشبكات داخلية من الأصدقاء والأسرة، وكذلك بنظم تربوية وسياسية وغيرها، تساعد الناس أيضا على بلوغ أهدافهم.

ولكن تكمن قوة وسائل الإعلام في السيطرة على مصادر معلومات معينة تلزم الأفراد لبلوغ أهدافهم الشخصية.

إن نظرية الاعتماد الفردي على وسائل الإعلام تتصور عملية نفسية إدراكية تزيد من احتمالات أن يتأثر المرء بمحتويات معينة في وسائل الإعلام.

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

المطلب الخامس: آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

يرصد " ملف ديفل " و " ساندرابول " مجموعة الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية هي: الآثار المعرفية، والآثار الوجدانية، والآثار السلوكية.

أولا: الآثار المعرفية:

1. الغموض: الغموض هو عبارة عن مشكلة نقص في المعلومات.
2. تكوين الاتجاه: مساهمة وسائل الإعلام في تكوين الاتجاهات نحو قضايا معينة.
3. ترتيب الأولويات: تلعب وسائل الإعلام دورها في ترتيب أولويات الجمهور في القضايا البارزة.
4. اتساع المعتقدات: ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات: الأسرة أو الدين أو السياسة.
5. القيم: تقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم مثل: الأمانة الحرة المساواة.

ثانيا: الآثار الوجدانية:

ترتبط العمليات الوجدانية ببعض المصطلحات مثل: المشاعر أو العطف، ويمكن التعرف على آثار وسائل الإعلام على الوجدان وقياس هذه الآثار، ويحدد " ديفل وروكيتش " هذه الآثار الوجدانية في: الفتور العاطفي أو اللامبالاة، والخوف والقلق، والدعم المعنوي والاعتراب.

• الفتور العاطفي:

يفترض أن كثرة التعرض للعنف في وسائل الإعلام يؤدي إلى الشعور بالتبؤ أو اللامبالاة.

• الخوف والقلق:

عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث والاعتقالات، فإنها تثير مشاعر الخوف لدى المتلقي.

• الدعم المعنوي والابتكار:

من بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام رفع الروح المعنوية لدى المواطن أو تزايد شعورهم بالاعتراب . ويلاحظ أن اغتراب الفرد يزداد حين لا يجد معلومات من وسائل الإعلام.

الفصل الثالث: البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

ثالثاً: الآثار السلوكية:

تتحصّر الآثار السلوكية لا عماد الفرد على وسائل الإعلام وفقاً لديفلور وروكيتشت في سلوك أساسي

هما:

1. التنشيط:

التنشيط يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، وهو المنتج النهائي لربط الآثار

المعرفية والوجدانية، وقد يتمثل هذا التنشيط في:

اتخاذ مواقف مؤيدة لمطالبة المرأة بحقوقها، والمساواة بالجنس، أو الإقلاع عن التدخين.

2. الخمول:

الخمول يعني عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل وقد يتمثل الخمول في العزوف عن المشاركة السياسية،

وعدم الإدلاء بالتصويت الانتخابي، وعدم المشاركة في الأنشطة التي تفيده المجتمع.

الفصل الثالث: الإطار

التطبيقي

1. تقديم عام لقناة MBC.

هي مركز تلفزيون الشرق الأوسط، واختصارها بالإنجليزية MBC، هي شركة تلفزيونية عربية سعودية، لرجل الأعمال السعودي وليد الابراهيم، تقوم ببث قنوات تلفزيونية ترفيهية متنوعة وغير ترفيهية، مقرها الرئيسي يتواجد حالياً في مدينة دبي بالإمارات العربية المتحدة، وتحديداً في مدينته دبي للإعلام، بدأ بثها في التسعينات ولديها قاعدة عربية كبيرة، وتمتلك أشهر البرامج العربية في العالم.

2. بطاقة تعريفية لبرنامج قمر

عبارة عن منصة إعلامية متاحة للمشاركة من كل دول العالم لمن يرغب، وذلك بالدخول إلى الموقع الإلكتروني الذي تم الإعلان عنه في نهاية عام 2015 للتعرف على الشروط والمواضيع التي يمكن المشاركة بها، وبإمكان أي راغب بالمشاركة أن ينتج فيديو لا يزيد عن 3 دقائق، بشرط أن يكون هادف ومؤثر وجذاباً ومبتكراً وليس بأسلوب تقليدي، وبعد ذلك يقوم بإرساله إلى الموقع وبعد ذلك يتم اختيار أفضل المشاركات وعرضها في البرنامج.

وعرض البرنامج تتم على مرحلتين الأولى عرض المشاركات على قناة MBC خلال شهر رمضان 2016، بحيث تكون كل حلقة تحتوي على عدد من المشاركات المرشحة، والتي تستهدف نفس موضوع الحلقة ثم في مرحلة لاحقة بعد رمضان يكون خلالها توزيع الجوائز على المشاركين الفائزين بالاختيار، البرنامج من تقديم أحمد الشقيري، المعروف ببرنامج الشهر خواطر الذي تم عرضه لمدة 11 موسم.

3. عرض وتحليل البيانات:

جدول رقم - 01 - توزيع العينة حسب طبيعة المادة

المرتبة	النسبة %	الزمن(ث)	طبيعة المادة
1	38.23	13	حوار بين شخصين
3	23.52	8	حوار بين أكثر من شخصين
2	38.23	13	خطاب للعامة
	100	34	المجموع

يتعلق الجدول رقم -01- بتوزيع العينة حسب طبيعة المادة المتضمنة في مشاهد برنامج قمره والتي كنت قد قسمتها كالتالي:

- حوار بين شخصين.
- حوار بين أكثر من شخصين.
- خطاب للعامة.

عادت النسبة الأكبر للحوار بين شخصين وخطاب للعامة بنسب متساوية (38.23%) في أغلب مشاهد الدراسة بما أن هذا النوع من الحوار يوضح وجهات النظر ويطغى عليه نوع من المفاهمة ومنه استطاعت هذه المشاهد أن تصل إلى أذهان المشاهدين وتبلغهم برسائل صريحة.

فالنوع الأول المتضمن للحوار بين شخصين نجده مثلا في الحوار بين أحد المشردين وأحد المتطوعين في مشهد رجل من عالم المشردين من حلقة مركز بسمة للإيواء والحائز على المركز الثاني لجائزة قمره 02. خاصة عندما جرى الحوار على قضية اجتماعية إنسانية مهمة جدا وتحتاج لهذا النوع من الحوار خاصة وأنه أصبح واقع معاش نراه يوميا في شوارعنا.

كشف سيناريو المشهد عن طريقة حياة واحد من المشردين الذين يجوبون شوارعنا دون أن نعرف ما هو السبب وراء تشردهم هذا حتى طريقة الحوار كانت هادئة ووصفت شخصية هذا الخص الذي تحول من

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

مشرد إلى رجل اجتماعي لا يخاف الناس ولا يهابهم وخاصة أن الهدوء هو من أكثر المميزات الحوار الذي يرسخ في أذهان الناس.

حيث دار بينهما الحوار حول أمنياته وحقه كإنسان يفترض أنه يعيش في مكان أفضل من هذا وكذلك محاولة مركز بسمة بأن يمحو آثار 6 سنوات التي دارت حول هذا الشخص في عالم خارجي مليء بكل أنواع التشرد والحرمان.

ومن خلال السيناريو نتوصل إلى أن هذا الشخص لم يكن بحاجة غير أنه تمنى أن يعيش حياة آمنة وفيها ما يكفي من راحة البال والاستقرار.

أما بالنسبة لخطاب العامة فهو يفيد المخرج في قضية وإيصال رسالتها مهما كان هذا النوع من القضايا. كان الخطاب مجسدا في مشهد مكافحة المخدرات من حلقة الجوكر حيث تحدث العميد أنور الطراونة مدير إدارة مكافحة المخدرات عن حجزهم لكمية المخدرات التي كانت مجهزة للبيع وأيضا يدعون لجملة ردع مادة الجوكر على ما تحتويه من خطر بكلمات صارمة ومدروسة ومتكاملة من خلال تقديمه للأرقام وإحصائيات وبجمل مركبة لإيصال رسالة لتبقى في ذهن المشاهد.

أما الحوار بين شخصين فقد جاء في المرتبة الثانية بنسبة (23.52%) وهذا النوع عادة ما يكون فيه التشويش والصخب الذي قد يؤدي إلى عدم الوصول لنتيجة ويكون طريقه مغلق للوصول إلى حل. الحوار بين أكثر من شخصين اتخذه بعض المخرجين لطرح العديد من الأفكار والقضايا الاجتماعية خاصة التي تكون في المنزل أو بين الأصدقاء أو في العمل ويخلق هذا النوع من الحوار جدالا بين مجموعة من الأشخاص وهذا قد يكون جليا في مشهد طفلة تحت الأنقاض من حلقة تحت الإسمنت حين سألت الفتاة الصغيرة والدها إذا ما كان هناك صاروخا سينزل عليهم وأجابها الله أعلم حتى تقاطعه زوجته وتصرخ عليه كيف يحدث طفلة في عمر 7 سنوات بهذه الطريقة ويخيفها ويرد عليها بأنه لم يقل شيء وهي في الأساس تعرف الوضع الحساس الذي تعيشه سوريا.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

وكان هذا النوع من الحوار صاخبا نوعا ما وحاد من خلال نبرات الصوت ويكمن المشهد دون وجود حل أو الاقتناع من الطرفين.

هذه القوالب الحوارية المتنوعة كانت مزيج استخدمه المخرجين من أجل تقديم هذه القضايا الاجتماعية المتنوعة ووضع كل قالب حوار في القضية التي تلائم الفكرة التي يريد إيصالها وتبليغها للجمهور.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

جدول رقم - 02 - توزيع العينة حسب اللغة المستخدمة

المرتبة	النسبة %	الزمن(ث)	فئة اللغة
2	20.83	5	عربية فصحي
1	79.16	19	العامية
	100	24	المجموع

الجدول رقم -02- يكشف توزيع العينة حسب اللغة المستخدمة في المشاهد المختارة من حلقات برنامج قمر 02. حيث تصدر المرتبة الأولى اللغة العامية بنسبة (79.16%)، ويرجع ذلك لكون اللغة العامية هي الأكثر تداولاً بين المجتمعات العربية، وتصل إلى أذهانهم وتشد نظرهم بسرعة، كما أنها تكون دائماً على ألسنة معظم الناس، وتكون في كافة تعاملاتهم وتواصلهم الكلامي مع بعضهم البعض، مثل رسالة قصار القامة من حلقة الأقسام، الذين أوصلوا كل مشاعرهم وما يحملون من غيظ وألم ووجع على لسان كل شخص يشتم من صعوبة التعامل مع المجتمع، وتعامل المجتمع معهم فقط لأنهم قصار القامة، أيضاً استطاعوا بلهجتهم المصرية العامية أن يوصلوا رسائلهم كون حقوقهم مهضومة، ولم يجدوا عملاً يساعدهم على تحدي الحياة وصعوبتها، كما أن نظرة المجتمع لهم بشفقة أوجعتهم كثيراً وأرغمتهم من دخول حالات اكتئاب متعبة.

اللغة العامية تمتاز بطلاقتها عند الحديث والتعبير، عما نريد وهذا ما حدث عندما شاهد الكثير وتفاعل مع

حلقة قصار القامة، كما أن اللغة العامية لغة البسطاء، لهذا صاحب الفكرة قدم لنا قالباً لغويًا نفهمه،

ليسهل من مشاهد الحلقة قضية مست جميع أطراف المجتمع.

أما في المرتبة الثانية فنجد اللغة الفصحى بنسبة (20.83%)، بما أن هذه اللغة لم تكن إلا في بعض

المشاهد من الحلقات المختارة قيد الدراسة، حيث نجدها في مشهد -علمني- حين كان المعلم يلقي درسا

لتلاميذه من حلقة للتحدي امرأة.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

جدول رقم - 03 - توزيع العينة على حسب الإخراج.

المرتبة	النسبة	الزمن(ث)	فئة الإخراج
3	17.42	23	أماكن التصوير
5	9.84	13	المؤثرات الصوتية
4	17.42	23	زوايا التصوير
2	25.75	34	حركات الكاميرا
1	29.54	39	سلم اللقطات
	100	132	المجموع

يكشف لنا الجدول رقم -03- توزيع العينة على حساب النظرية المعتمدة في تقنيات الإخراج في تصوير

مشاهد حلقات قمر 02 والتي قسمتها كالتالي:

- أماكن التصوير.
- المؤثرات الصوتية.
- زوايا التصوير
- حركات الكاميرا.
- سلم اللقطات.

تصدرت المرتبة الأولى في فئة الإخراج سلم اللقطات بنسبة (29.54%)، حيث اعتمدها المخرجين في

المشاهد لأنها تحدد المكان المناسب للكاميرا عند تصوير أي لقطة، بناءً على المساحة التي يراها

المشاهد، ولتحديد وجهة نظر المخرج من الحدث لزيادة الرؤية الدرامية وعدم تشتيت وإرباك المشاهد،

تناولت في هذه الفئة الفرعية اختيارات أخرى وهي:

- اللقطة العامة.
- اللقطة المتوسطة.
- اللقطة المتوسطة القريبة.
- اللقطة القريبة.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

حيث استطاع المخرج أن يأخذنا إلى اللقطة العامة التي من شأنها أن تعطي أكبر حجم للموقع، وأكبر كم من المعلومات للمشاهد، حيث تضعه هذه اللقطة لمعرفة تفاصيل كاملة، والتعرف على المنظر العام للقطة وتعرفه أيضا على مكان التصوير والأشخاص، وقد أستعملها المخرجين في الكثير اللقطات، من بينها مشهد قصار القامة من حلقة الأقرام، حيث عرض المخرج لقطة عامة للفتاة وهي تمشي، وهذا يجعل المشاهد يرى كيف تعيش هذه الفئة المهمشة في تلك الظروف الصعبة من معاناة وشقاء وتهميش. كما ذهب بعض المخرجين لاستعمال اللقطة المتوسطة، لنقل الشخصية عن طريق تصويرها كاملة، واستظهار الحالة ووضع الشخصية محل الاهتمام بكامل هيئتها، وهذه اللقطة نجدها مثلا في مشهد حلم تحقق عندما أظهر المخرج حالة طارق الصحية، واستفادته من الكرسي المتحرك الذي مر على دول كثيرة ليصل إليه بحب الكثير من الأشخاص.

أيضا جسد لنا بعض المخرجين المشاهد عن طريق اللقطة المتوسطة القريبة، فهذه اللقطة تظهر من صدر الشخص حتى أعلى الرأس، وتبرز تعبيرات وجهه، نرى هذه اللقطة في مشهد رجل من عالم المردين في حلقة مركز بسملة للإيواء، لإظهار مدى خيبة وحرقة قلب الرجل المرشد الذي احتواه المركز. وآخر لقطة قد صنفتها في هذه الفئة الفرعية هي اللقطة القريبة، التي تقص كامل الديكور وتركز على الشخص بقرب حيث تقطع صدر الشخصية فيظهر رأسه فقط، لينقل لنا نفسية الشخصية، وتصل إلينا بكامل ما تحمله سواء من فرح أو حزن، وهذا ما استخدمه المخرج في مشهد طفلة تحت الأنقاض من حلقة تحت الإسمنت، عندما ثبت المخرج اللقطة على عين الطفلة وتعايرها لأمها وهي تقرأ عليها بعض الآيات لشفائها.

في المرتبة الثانية نجد حركات الكاميرا التي أستخدمها المخرجين في المشاهد المختارة بنسبة (25.75%)، وهي نوعين إما تحريك رأس الكاميرا فقط، بينما هي مثبتة على الحامل أو تحريك الكاميرا نفسها وقد قسمتها إلى:

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

- حركات التنقل.
- حركات ثابتة.

عمل بعض المخرجين على حركات التنقل في مختلف المشاهد، لإضفاء نوعاً من الحركية والبانورامية على المشاهد، وفتح المجال أكثر أمام المتفرج، ليعرف موضع الشخصيات مجال التصوير، نجدها مثلاً في مشهد مهن حرفية في حلقة للتحدي امرأة.

واستخدم مخرج حلقة الجوكر في مشهد مكافحة المخدرات الحركة الثابتة، التي لم تتحرك فيها الكاميرا كثيراً إلا يمينا وشمالاً، موجهة نحو الشخصية المتحدثة، وفي مستوى نظر العين لينقل لنا أهمية اللقطة أثناء إلقاءه لمعلومات مهمة عن مادة الجوكر.

في المرتبة الثالثة نجد أماكن التصوير وزوايا التصوير في نفس المرتبة وبنفس النسبة (17.42%)، نبدأ بأماكن التصوير والتي قسمتها كالتالي:

- التصوير الداخلي.
- التصوير الخارجي.

وتتناسب الأماكن مع طبيعة القضايا المطروحة، والمراد معالجتها اعتمد بعض المخرجين على الأماكن الداخلية كالتصوير في البيوت، أو عند الحلاق، أو في المكاتب أو القسم في الكثير من المشاهد. أما بالنسبة للمحيط الخارجي، فتم التصوير في أماكن عامة كالشارع والغابات، مثلاً مشهد مدينة الألف قبة، وتم التصوير في هذه الأماكن لإضفاء الواقعية، وخاصة أنها تعبر عن حياة اجتماعية في الكثير من الدول.

ثم زوايا التصوير التي قسمتها إلى زاويتين:

- زاوية مستوى العين.
- زاوية منخفضة.

زاوية التصوير تترك العديد من المعاني والدلالات بقوة بلاغية وتأثيرية، في حين أنها تشمل المسافة

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

وحدود الكادر للموضوع المصور، وزاوية التصوير لها قوة وقدرة عالية في إيصال التعبير، والمعاناة الدقيقة، وهذا ما جعل المخرجين يجسدون هذه الزوايا ليوصلوا مضامينهم وفكرتهم للمشاهدين. الزوايا قد تختلف كل الاختلاف أثناء اختيارها عن التقنيات الإخراجية الأخرى، لأن المخرج عليه أن يختار الزاوية بدقة وزاوية دون الأخرى تساهم في إعطاء إشارات وقرارات ليست مقصودة. فاستخدامهم لزاوية مستوى العين، هي محاولة لعكس الواقع كما هو دون تأثير درامي، وهذه الزاوية نجدها في جميع المشاهد المختارة تقريبا. وأيضا الزاوية المنخفضة لها أهمية بالغة في مشاهد مختارة لأنها تعبر على إظهار قوة وحجم الموضوع. وفي المرتبة الأخيرة نجد المؤثرات الصوتية بنسبة (9.84%)، حيث من المعروف أن المؤثرات الصوتية هي جميع الأصوات والمقاطع الموسيقية المستخدمة في المشاهد، سواء كانت بشرية أم تسجيلية، من خلال اختيار المشاهد قيد الدراسة، استظهرت لنا فئة واحدة وهي الموسيقى التصويرية، التي نعني بها المعادلة المسموعة لمشهد ما، بحيث يتم إشراك الأذن، كما أنها الوسيلة الأقوى للاندماج، وهذا نجده في مشهد مدينة الألف مدينة قبة.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

جدول رقم- 04 - توزيع العينة على حسب الموضوع.

المرتبة	النسبة	الزمن(ث)	المواضيع
1	25	12	الاجتماعية
6	8.33	4	الاقتصادية
7	6.25	3	السياسية
2	16.66	8	صحية
5	10.41	5	سياحية
3	16.66	8	أمنية
4	16.66	8	ثقافية
	100	48	المجموع

يتعلق الجدول رقم -04- بتوزيع العينة حسب الموضوع المطروح في المشاهد المختارة من برنامج قمره

02، وقد تناولت في هذا الجدول 7 مواضيع:

- مواضيع اجتماعية.
- مواضيع اقتصادية.
- مواضيع سياسية.
- مواضيع صحية.
- مواضيع سياحية.
- مواضيع أمنية.
- مواضيع ثقافية.

حيث يتضح أن غالبية القضايا المطروحة هي قضايا اجتماعية، وكان هذا بنسبة (25%) باعتبارها

القضايا الأكثر انتشارا داخل المجتمعات، وتؤثر في شريحة كبيرة من الأفراد، نجد مثلا مشهد رجل من

عالم المشردين من حلقة مركز بسمه، حيث أصبحت قضية المشردين قضية اجتماعية نراها كل يوم، ولم

نجد لها حلول ولم نعرف لحد الآن كيف نتعامل مع هذه الفئة التي تستحق الاهتمام، وأخذها بعين

الاعتبار لتسلم من شرور الشارع، فالقضايا الاجتماعية اليوم أصبحت تنير اهتمام كل الناس، خاصة وإن

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

كانت قضايا تثير اهتمام كل المجتمعات العربية دون استثناء.

في المرتبة الثانية نجد كل من نجد كل من المواضيع الصحية والأمنية والثقافية على التوالي بنسبه

(16,66%)، حيث جسدت هذه القضايا في مشاهد مختلفة، نجد القضايا الصحية تطرح هنا كقضية

إنسانية بالدرجة الأولى، مثلما جسدت في مشهد حلم تحقق من حلقة رحلة كرسي، تبنى شخص حالة

الطفل طارق من دولة شقيقة لتمر على كثير من الدول، وتسجل في كاميرا لتصل إلى الطفل المعاق في

الجزائر، وهو يرى رسالة حب من كل شخص مر عليه الكرسي المتحرك، وبهذا يكون المخرج قد مرر لنا

قضية مهمة تربط الجانب الصحي بالجانب الإنساني.

ثم القضايا الأمنية التي نجدها خاصة في مشهد مكافحة المخدرات من حلقة الجوكر، حيث شرح لنا

العميد كيفية تناول كما بيع وشراء مادة الجوكر، التي تعتبر من أخطر أنواع المخدرات، لينقل لنا المخرج

مشهد قيم لتصل الرسالة إلى كل شخص مسؤول، علنا نصل إلى حل أممي يحمي الكثير من الشباب.

وبنسبة (16,66%)، نجد لأن المواضيع الثقافية قد جسدت في أكثر من مشهد، ومن أهم المشاهد

الثقافية نجد مشهد من حلقة للتحدي امرأة، حيث نقلنا المخرج إلى وعاء ثقافي عنوانه كيف تكون نشأة

الكون، أيضا نقلنا إلى قيمة اللغة العربية، لأن المشهد كان بالعربية الفصحى بدل من العامية.

أما في المرتبة الثالثة نجد أن المواضيع السياحية بنسبة (10.41%)، وكان في مشهد مدينة الألف قبة

من حلقة صيادو العقارب، حيث حملنا المخرج إلى مدينة وادي سوف بالجزائر، لنرى طريقة عيش

الأشخاص وسط رعب العقارب، وكيف يتم اصطيادها، ولكن قبلها تم عرض بعض الصور عن الجزائر

وإصطحابها بموسيقى جزائري.

في المرتبة الرابعة نجد المواضيع الاقتصادية بنسبة (8.33%)، من مجمل المواضيع المطروحة

تمحورت هذه القضايا الاقتصادية في البطالة، ومن بين المشاهد التي أخذت على عاتقها موضوعا

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

اقتصاديا هاما في البطالة خاصة على مستوى شريحة قصار القامة كواقع معاش في مصر، حيث أشار هذا المشهد إلى قلة التوظيف والتهميش من حلقة الأقرام، كما أشار المخرج في هذا المشهد إلى قلة فرص العمل التي تجتاح هذه الشريحة المهمشة في المجتمع.

أما في المرتبة الأخيرة نجد المواضيع السياسية بنسبة (6.25)، كأدنى نسبة حيث وضعنا المخرج في مشهد طفلة تحت الأنقاض من حلقة تحت الإسمنت، في مشهد حقيقي وموضوع سياسي يعتبر اليوم كابوس للعديد من البلدان من بينهم سوريا التي أصبحت تعيش تحت سقف الصواريخ وهدم الأسقف، والتطرف اللاعقلاني عندما يتعلق الأمر بسياسة الوطن نرى أن الأطفال هم أكبر شريحة سلبت حرمتها وطفولتها، وقد أبدع المخرج في هذا المشهد حينما جسد ثلاثي متكامل بين الطفلة التي تسأل إن كان هناك صاروخ سيضربهم، وبين الأب اللامبالي، وبين الأم التي تأكلها الحيرة.

المواضيع التي تم طرحها في هذا الجزء من قمرة، وفي هذه المشاهد المختارة هي أكثر المواضيع انتشارا في المجتمعات العربية، تعبيرا لما تعانيه الشعوب وتخبطها في مشاكل أغلبها لم يجد لها حل.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

جدول رقم- 05 - توزيع العينة على حسب الأهداف.

المرتبة	النسبة	الزمن(ث)	الأهداف
1	32.60	15	التعاون
5	8.69	4	التسويق
3	13.04	6	السلم
2	21.73	10	الإعانة
6	6.52	3	الترحال
7	6.52	3	التخفيف من تفشي الجريمة
4	10.86	5	التعليمية
	100	46	المجموع

يتعلق الجدول رقم 5 بتوزيع العينة حسب الأهداف التي يسعى المخرج لتحقيقها من خلال المشاهد

المختارة من حلقات قمرية 02، ولقد ضمنت فئة الأهداف سبعة فئات هي:

- التعاون.
- السلم.
- الإعانة.
- الترحال.
- التخفيف من تفشي الجريمة.
- التعليمية.

المر، كانت الأولى بنسبة (32.60%)، كانت لهدف التعاون المتمثلة في تحسين حال طارق من مشهد حلم

تحقق، وتشجيع الأشخاص على مد يد العون لنصل إلى مساعدة أكبر شريحة من الأشخاص المحتاجين على المستوى المعنوي أو صحي أو المادي، والتفطن لمثل هذه الشريحة والاهتمام بها وتوفير الإمكانيات اللازمة لهم، سواء من داخل أوطانهم أو خارجها.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

كما الهدف الأسمى هو بث روح التعاون بالكلمة الطيبة وطريقة مد يد العون حيث لا تسبب إحراجا للطرف الآخر.

في المرتبة الثانية نجد الإعانة كهدف بنسبه (21.73%)، تمثلت في مساعدة بعض المشردين من مشهد رجل من عالم المشردين من حلقه مركز بسمه للإيواء، حيث تم مساعدة رجل كبير في السن ومنحه سكن ومساعدات غذائية مجانية في مكان إقامته المؤقتة.

في المرتبة الثالثة نجد السلم كهدف بنسبه (13.04%)، فالمخرج قد وضح هدفا مباشرا وإن كان يحمل في طياته رسائل وشفرات، إلى أن الرسالة قد وصلت للشعوب الذين يعيشون واقعا متأزما ومأسويا من الحروب والمظاهرات اللاسلمية والدمار والتكسير والتخريب وهو البؤس بعينه لمجتمع كامل، وهذا ما جسده المخرج بعمق وحبكة في مشهد طفلة تحت الأنقاض ليجعل معاناة الشعب في حق تقرير مصيره، أكثر صرامة وغرس روح الإيمان بالوطن، كما براءة الطفولة المنتهكة كما انتهكت حرمت الأوطان والشعوب.

في المرتبة الرابعة نجد الهدف التعليمي بنسبه (10.86%)، ويدعو المخرج في بعض المشاهد المختارة للاهتمام بالنموذج التعليمي، واحترامنا وتمسكنا به كما اللغة العربية التي كانت في مشهد علمني من حلقه للتحدي امرأة وإن كانت العامية دائما في حياتنا اليومية، فإن اللغة العربية هي أصلنا الثابت، ومن خلال المشهد نرى كيفية التعامل مع التعليم كهدف للنهوض بفكر المجتمع أيضا الهدف منه في عرض معلومات لها أثر فعال في الجوانب الفكرية والثقافية للطالب.

في المرتبة الخامسة نجد الهدف التسويقي بنسبه (8.69%)، ونجده في مشهد حرف مهنية لتحدي إمرة، تمثل المشهد في الدعوة إلى تحسين الإنتاج خاصة الحرفي الذي يتطلب الاهتمام به كمجال نوع من الأعمال، ومن المناصب الذين يعانون من التهميش والبطالة، هذا ما أراد المخرج توضيحه كهدف فئة الشباب وتوجيهه ومحاولة الدعوة للشباب بأن الاستثمار الحر قد يساعدهم كثيرا ومحاولة السعي لا الانتظار من أن تمنحهم الحكومة مسلكا للعيش.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

وكهدف سادس نجد كل من هدف الترحال والتخفيف من تفشي الجريمة بنسبة (6.52%)، على التوالي.

الترحال نجده في مشهد مدينه الألف قبة، عندما أخذنا المخرج للتعريف بالدولة الجزائرية كما التعريف بمنطقة وادي سوف كهدف لأهمية الترحال في حياة الإنسان ومعرفة كل منطقة في دولة معينة كما اتضح لنا في نفس المشهد مميزات ومساوئ منطقة وادي سوف كما أن الترحال يطور الجانب الفكري والثقافي بسبب التطورات المكانية والاحتكاك بالغير.

بنفس النسبة هدف التخفيف من تفشي الجريمة في مشهد مكافحة المخدرات من حلقه الجوكر حيث تطرق المخرج إلى الدقة في التفاصيل، كيف أسست حملة مكافحة مادة الجوكر لخطورتها وهذا ما تطرق إليه العميد أنور طراونة مدير إدارة مكافحة المخدرات ونصيحته للشباب للابتعاد عن مادة الجوكر وما شابهها.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

جدول رقم - 06 - توزيع العينة على حسب القيم.

القيم	الزمن(ث)	النسبة	المرتبة
مجتمعية	16	28.07	1
وطنية	6	10.52	3
مهنية	5	8.77	4
السلامة الصحية	16	28.07	2
التبادل الثقافي	5	8.77	5
العدالة	4	7.01	7
معرفية	5	8.77	6
المجموع	57	100	

يتعلق الجدول رقم 06 بتوزيع العينة حسب القيم التي كانت تتمحور فيها المشاهد المختارة من برنامج قمره

02 تصدرت القيم المجتمعية والسلامة الصحية فئات الجدول بنسبه (28.07%)، حيث طرح المخرج

في هذه المشاهد العديد من القيم المجتمعية المتعلقة بالمجتمعات العربية وسلط عليها الضوء بغرض

محاربتها، وإيجاد حلول تساعد بالتخلي عنها أو التمسك بها، لأن القيم المجتمعية تختلف بين إيجابيه

وسلبية، وكلما حاول المخرج تقديم هذه المجتمعات بقيمة خاطئة يحاول جيدا تمثيل المجتمعات بقيمة

صحيحة، القيم المجتمعية هي مجموعه مبادئ وصفات التي يجب أن يحافظ عليها المجتمع ليكون لديهم

الاستقرار، نجد مثلا مشاهد تضمنت قيمة التضحية في مشهد حلم تحقق عندما اهتم فرد خاص لصالح

شخص معين لمساعدته وبذل وقته وماله لأجله، نجد أيضا مشهد رجل من عالم المشردين كقيمة للتكافل

الاجتماعي عندما تكفل مجموعة من الشباب بشخص ليكمل بينهم، ففي القيم المجتمعية هناك ترابط

وتماسك لضمان واستقرار المجتمعات وما انهيار الأمم إلا بانهايار القيم والأخلاق.

ونجد في نفس المرتبة قيمة السلامة الصحية في مشهد مباشر كمشهد حلم تحقق، تم أخذ العبرة من قيمه

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

السلوك الصحي وتبني قضايا صحية وتقديم مساعدات ممكنة، ونشر الثقافة الصحية وأيضا التنقيف الصحي المجتمعي، وذلك عن طريق الاعتماد على وسائل الإعلام لأنها تصل إلى عدد كبير من المواطنين على مختلف مستوياتهم.

نجد في المرتبة الثانية القيم الوطنية بنسبة (10.52%)، حيث ينقلنا المخرج إلى فصل شامل من القيم التي لا بد أن تكون في مجتمعاتنا العربية من أجل العيش الكريم وبوطن ينعم بأبناءه بالسلم والأمان، من بين هذه القيم في ما شاهدناه في مشهد طفلة تحت الإنقاذ عندما لم يبالي والدها بما يحدث في البلاد كان هذا خطأ لأن الوطنية هي مجموعها ضوابط تحدد سلوك المواطن في المجتمع الذي ينتمي إليه والسعي نحو الإصلاح.

كما نجدها كقيمة إنسانية في مشهد رسالة قصار القامة كقيمة فطرية يجب أن تكون في المجتمع، وكيفية تعاملهم الذي يجب أن يكون من هذه الشريحة من خلق حميد في التصرف، وأسلوب لبق في التعامل والمحبة الأخوية في ظل الفروقات والاختلافات والدين والمذهب دون تمييز.

أما في المرتبة الثالثة فنجد كل من القيمة المهنية، والتبادل الثقافي، والقيمة المعرفية بنفس النسبة والتي حددت ب (8.7%)، مثلا القيمة المهنية في مشهد مهن حرفية كمشهد يحتاج إليه المجتمع لكي يبقى متحدث ومتحمس، وهو مثال واقعي للكثير من المنظمات التي يديرها أشخاص عاديون تقوم بإنتاج سلع وتقديم خدمات للعالم أجمع، وتعلم الشخص كيف يتسم بأصول ليكسب رزقه، ويساهم في تقدم المجتمع وفي تلك الحالة يتطور الإنسان تبعا للقيم التي يتعلمها.

أما قيمه التبادل الثقافي فنجدها مثلا في مشهد مدينه الألف قبة من هذا المشهد بين لنا المخرج كيف يحتفظ الأشخاص بطريقة حياتهم الخاصة بهم بالإضافة إلى عاداتهم وتقاليدهم التي تميزهم عن غيرهم والتي يتفخرون بها وينقلونها وتشاركونها مع الأشخاص المختلفين عنهم ثقافيا.

أيضا القيمة المعرفية في مشهد علمي نجد في المرتبة الأخيرة قيمة العدالة بنسبه (7.01%)، نجدها في

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

مشهد مكافحة المخدرات، حيث أنها كقيمة تحقق المساواة بغض النظر عن مركز الشخص أو جنسه، أو دينه، وبهذا سوف يتحقق الأمن والأمان للجميع وسيكونون قادرين على العيش والقيام بأعمالهم دون الشعور بالخوف أو الظلم.

جدول رقم- 07 - توزيع العينة على حسب الإستمالات.

المرتبة	النسبة	الزمن (ث)	الإستمالات
1	56.52	26	عقلية
2	43.47	20	عاطفية
	100	46	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 07 الخاص بتوزيع العينة حسب الإستمالات المستخدمة المختارة من برنامج قمره 02 أن هناك نوعين من الإستمالات:

- استمالات عقلية.
- استمالات عاطفيه.

الإستمالات العقلية احتلت المرتبة الأولى بنسبة (56.52%)، حيث استخدم فيها المخرج تمثيلا واقعيًا معاش كمشهد رجل من عالم المشردين أو مشهد المخدرات، أو مشهد مهن حرفية، وهي المشاهد التي تخاطب العقل، الحقيقية الحكم والأمثال التي تتداولها المجتمعات والحقائق التي نجدها في الشوارع، وقد اعتمدها المخرجين لإقناع المشاهد أكثر.

أما في المرتبة الثانية فنجد الإستمالات العاطفية بنسبة (43.47%)، فهي تخاطب الوجدان والعاطفة، لتحسيس المشاهد بالواقع والآفات والقضايا، وبإمكانها أن تغير فيه الكثير، كمشهد طفلة تحت الأنقاض التي ضرب فيه المخرج وتر العاطفة من خلال حركات الطفلة التي كانت تصرخ تحت الخراب، نجد أيضا مشهد حلم تحقق عندما ضرب المخرج درسا في الإنسانية أين نجدها في رسالة قصار القامة الذين

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

هزت أصواتهم ومشاعرهم قلوب المشاهدين، هذه المشاهد يمكنها أن تغير مسار الكثير من المجتمعات العربية.

4. نتائج العامة للدراسة:

بعد إجراء تحليل المضمون لمشاهد مختارة من برنامج قمره 02 وطرحه للعديد من القضايا التي تمس المجتمعات العربية تم التوصل إلى النتائج التالية:

- 1- اعتمد المخرجين في المشاهد المختارة قيد الدراسة، على العديد من القوالب الحوارية لمناقشة مواضيع وقضايا كثيرة، نقلت واقع اجتماعي معاش وقد انقسمت إلى: حوار بين شخصين وخطاب للعامة كانا بنفس النسبة 38.23% ، أما حوار بين أكثر من شخصين فكانت بنسبة 23.52%.
- 2- الاعتماد على اللغة في المشاهد المختارة كان واضحا للمساهمة في تحقيق أهداف البرنامج، وإيصال أفكار المخرجين بكافة حذافيرها، فقد اعتمد المخرجين على اللغة العامية بما أنها اللغة البسيطة لكل المجتمعات وكانت بنسبة 79.16%، واللغة الفصحى كانت بنسبة 20.83% ووجهت للطبقة ذات المستوى التعليمي، وهذا ما يجعلنا نقول إن المخرجين قد راعوا في اختياراتهم للغة كل طبقات المجتمع العربي.
- 3- اعتمد المخرجين على توظيف العديد من تقنيات الإخراج بالاستعانة مع المصورين، على زوايا التصوير بنسبة 17.42% وحركات الكاميرا بنسبة 25.75% كأعلى نسبة، كما سلم اللقطات بنسبة 29.54%، لعدم تشتيت المتفرج وإيصال الفكرة بطريقة لا تصعب على المشاهد العادي، ومشاركته المشاهد كأنه يعيش داخل الشخصيات، كما أن زاوية التصوير قد نقلت الحدث بما يتماشى مع طبيعة القضايا والمواضيع المطروحة، واستعمال العديد من اللقطات لتعكس ما يودون إيصاله.
- 4- كما اعتمد المخرج على توظيف المؤثرات الصوتية التي كانت بنسبة 9.84% كأقل نسبة، فقد اعتمد على ضوء المشاهد التي قمت بتحليلها على الموسيقى التصويرية، لإيصال إحساس الشخصية أكثر، كما أن المخرجين قد اعتمدوا على التصوير في أماكن غير معقدة بسيطة مصممة بغرض توصيل فكرة

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

معينة، على غرار التصوير الخارجي لتسليط الضوء على الفئة البسيطة والمهمشة من المجتمعات لتعكس طريقة عيشتهم وقد كانت نسبة الأماكن التصوير بنسبة 17.42%.

5- تنوعت مواضيع المشاهد المختارة بين مواضيع: اجتماعية التي كانت كأعلى نسبة في التحليل بنسبة 25%، أما المرتبة الثانية فكانت لكل من الصحية والأمنية والثقافية بنفس النسبة 16.66%، والمواضيع السياحية المواضيع الاقتصادية أما المواضيع الاقتصادية كانت بنسبة 8.33%، وفي المرتبة الأخيرة المواضيع السياسية بنسبة 6.25%.

لتسليط الضوء على كل معاناة التي تمثل المجتمعات العربية وتعكس يومياتهم.

6- المشاهد المختارة سعت لتحقيق مجموعة من الأهداف لتوصيل معاناة شعوب كاملة، تختلف هذه الأهداف حسب نوعها، قدمت لتوعي وتوجه المجتمعات وتوصل رسالاتهم بطابع بسيط وقد قسمت هذه الأهداف إلى: التعاون كانت في المرتبة الأولى بنسبة 32.60%، أما في المرتبة الثانية فكانت كل من الإعانة بنسبة 21.73%، والسلم بنسبة 13.04%، أما كهدف في المرتبة الرابعة كانت التعليمية بنسبة 10.86%، وفي المرتبة الخامسة التسويق 8.69%، وفي المرتبة الأخيرة نجد كل من الترحال والتخفيف من تفشي الجريمة بنسبة 6.52%.

7- تناولت المشاهد العديد من القيم التي من شأنها إما تغيير أو تثبت عادات اجتماعية طاغية في المجتمعات العربية، لتوضح سمات الوطن وخصائص مجتمعه، وقد قسمتها إلى: مجتمعية والسلامة الصحية كأعلى نسبة 28.07%، والقيم الوطنية بنسبة 10.52%، أما المهنية والتبادل الثقافي والقيم المعرفية بنسبة 8.77%، وفي المرتبة الأخيرة العدالة بنسبة 7.01%.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

8-ركز المخرج على استخدام استمالات تتماشى وفق طبيعة طرح الموضوع للتأثير والإقناع بما يحدث في المجتمع والواقع، من خلال استمالات عقلية بنسبة 56.52%، والاهتمام بالخطاب العاطفي لكسب التأثير والتأثير من طرف الجمهور بالإستمالات العاطفية بنسبة 43.47%.

خاتمة

خاتمة

حاولت في هذه الدراسة جاهدة والتي جاءت بعنوان التناول الإعلامي للمجتمع في الفضاءات العربية على عينة من حلقات برنامج قمره الجزء الثاني على قناة الأم بي سي، على الوقوف كيف تناولت مثل هذه البرامج الاجتماعية قضايا المجتمع، برؤى العديد من المخرجين العرب وعلى العديد من عيون الأوطان العربية ونقلت اهتمامات المشاهد من واقع المعاش إلى تمثيل يوصل رسائلهم ومتطلباتهم للعديد من الشرائح المجتمعية الأخرى.

توصلت من خلال نتائج الدراسة التي كانت وليدة لأداة تحليل المحتوى لمشاهد مختارة من حلقات برنامج قمره 02 إلى أن هذا البرنامج ومن خلال اعتماده على تمثيل الواقع الاجتماعي لكنه اعتمد على الإعلام كوسيلة لي طرح فيها الأفراد معارفهم والآثار التي ينجم عليها الاعتماد على وسائل الإعلام. من أجل فك الغموض وتكوين الاتجاه نحو قضايا معينه أيضا ترتيب الأولويات من خلال أولويات الجمهور المشاهد في القضايا الاجتماعية البارزة.

أيضا استخدام فكره المعتقدات كالأسرة والدين والسياسة، والقيم التي تقوم وسائل الإعلام اليوم في توضيح أهميتها كما أن هذا النوع البرامج يلغي فكرة الفتور العاطفي والقلق والخوف ويدعم الابتكار، وأيضا من أجل تحسيس المتلقي بمعاناته وإيثار رسائل المشاهدين وتوعيتهم باعتماد هذا البرنامج على اللغة العامية البسيطة التي لا تحتاج لتفكيك كلمات كما اعتمد المخرجين على أماكن التصوير بطريقه بسيطة

خاتمة

وبديكورات توحى تواجد طبقات غنية ومهمشة وفقيرة كما تناولت هذه المشاهد قيم وأهداف كثيرة منها
المواطنة التعاون ترسيخ الأصالة العربية وهذا جميعه لاستمالة المتلقي بالعقل والعاطفة معا.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

(1) الكتب:

1. أحمد مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات، جامعة الجزائر، 2003.
2. الآغا إحسان، البحث التربوي (عناصره ومناهجه وأدواته)، ط4، غزة فلسطين، 2002. الحديث، 2005..
3. د. عبدالحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثيرات الإعلامية، جمع وتنسيق (أسامة بن
4. الدسوقي عبده إبراهيم: التلفزيون والتنمية، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية (مصر)، ط1، 2004. السعودية، وزارة المعارف، 1999.
5. صالح محمد العساف: المداخل إلى البحث في العلوم السلوكية، مكتبة العبيكان، الرياض، 1989.
6. طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1989.
7. عبد الباقي زيدان، قواعد البحث الاجتماعي، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة.
8. عبد الحميد محمد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار المشرق، القاهرة، 1983.
9. عبد الرحمن بن عبدالله الواصل، البحث العلمي (مراحله، أساليبه، مناهجه، ط1، مملكة العربية
10. عبدالرزاق أمين أبو شعر: العينات وتطبيقاتها في البحوث الاجتماعية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، د ط، 2006.
11. عدلي رضا وعاطف العيد، إدارة المؤسسات الإعلامية الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر، د ط، مصر.
12. عصام أنيس ، الوسائل المسموعة والمرئية تجربة النشأة والتطور، الدار المصرية اللبنانية، د ط، 2004.
13. علي عبد الفتاح كنعان : الإعلام و المجتمع ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان (الأردن) ، ط 1 ، 2014 .
14. عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية، ديوان المطبوعات الجامعية، 1990.
15. القادري عيسى ن هوند: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية: الوقوف على تخوم التفكير مركز دراسات الوحدة العربية بيروت، 2007 .
16. محمد الجفيري: إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دار صناع الإبداع لإنتاج والتوزيع، قطر، 2015.

قائمة المراجع

17. محمد شفيق، البحث العلمي مع تطبيقات في مجال الدراسات الاجتماعية، المكتب الجامعي
18. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات العلمية، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
19. محمد منير حجاب: الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة (مصر)، ط3، 2000.
20. نبيل محمد عبد الهادي: منهجية البحث العلوم الإنسانية، الأصلية للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، دط، 2006.
- والتوزيع، الجزائر، ط1، 2007.
21. يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيج-كوم للدراسات والنشر

(2) المذكرات الجامعية:

1. حدة موجاري وسلوى وقاف، الأساليب الإقناعية في البرامج التلفزيونية الجزائرية (دراسة تحليلية لبرنامج خط أحمر على قناة الشروق تيفي)، كلية الآداب واللغات والعلوم الإنسانية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2015/2014.
2. رزيق سامية، البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة برنامج ماوراء الجدران قناة
3. سويقات لبنى : الإعلام المحلي وأبعاده التنموية في المجتمع، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام
4. قاسمي أميرة وزغدودي صليحة وحزام شافية، المهارات الاتصالية لمقدمي البرامج التلفزيونية وتأثيرها على فاعلية الرسالة الإعلامية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال والمجتمع، جامعة 8ماي 1945، قالمة، 2015-2016.
- النهار -أنموذج-، جامعة العربي التبسي، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، المدرسة الدكتورالية للعلوم الاجتماعية والإنسانية بوهران، 2010.

(3) المواقع الإلكترونية

1. أمجد قاسم: منهجية البحث العلمي، 22 افريل 2011، الساعة 22:13 ، التاريخ 2020/08/21، الموقع <http://al3loom.com/>.
2. ليوم السبت 09 فيفري، الساعة 11:202 dz <http://elearn.univ.ourgla.11:202>

قائمة المراجع

(4) مراجع أجنبية:

C.wright mills : the sociological imaginationM 13-09-2016.

الملاحق

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة الإعلام والاتصال



استمارة تحليل المحتوى بعنوان:

التناول الإعلامي لقضايا المجتمع في الفضائيات العربية

دراسة تحليلية على عينة من حلقات برنامج قمره الجزء

الثاني. قناة MBC

مشروع مذكرة مكمّل لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري

إشراف الأستاذة:

سعاد سراي

إعداد الطالبة:

ليبي فراح مخلوف

السنة الجامعية: 2019 / 2020

الإشكالية:

اهتمام المجتمعات بوسائل الإعلام شيء ملفت للنظر في السنوات الأخيرة خاصة لما يصاحب العالم من أحداث وتطورات وأيضاً كميزة مباشرة، وكمؤثر مباشر وقوي على المستقبل فالتلفزيون كوسيلة إعلامية هو اختصار للزمان والمكان، ويتجاوب مع شريحة واسعة من الجمهور العام، وهو أيضاً يشغل الرأي العام العربي في مختلف الميادين.

وتعد البرامج التلفزيونية الاجتماعية من أهم ركائز البث التلفزيوني في العالم العربي وتشغل مساحة كبيرة من خريطة البث التلفزيوني وتشير الدراسات إلى أن هذا النوع من البرامج يحظى باهتمام ومتابعة المشاهدين ومن أسباب الاهتمام بهذه البرامج توعية الجمهور وكشف المستور وطرح حلول حول القضايا الاجتماعية التي تشغل الرأي العام العربي.

ومن بين البرامج الاجتماعية التي لاقت استحسان المشاهد العربي برنامج قمره من قناة MBC يعد منصة إعلامية وللمشاركة بموضوع هادف ومؤثر استطاع أن يحظى بمكانة جيدة ونسبة متابعة عالية كونه برنامج تفاعلي حين يتلقى محتواه من الجمهور من خلال مختلف القضايا التي تشغل الرأي العام العربي.

- كيف تناول برنامج "قمره" على قناة MBC المواضيع الاجتماعية التي تشغل الرأي العام؟

ولإثراء هذه الإشكالية عززناها بالأسئلة الفرعية التالية:

1. ماهي القضايا الاجتماعية التي عالجا برنامج قمره؟
2. ماهي الأساليب التي يستخدمها برنامج قمره في تناوله لهاته المواضيع؟
3. ماهو هدف برنامج قمره لتناوله القضايا الاجتماعية؟
4. ماهي القيم الاجتماعية التي يبيثها برنامج قمره للجمهور؟
5. ماهي تقنيات التصوير المعتمدة؟

أهداف الدراسة:

1. معرفة الواقع الاجتماعي من خلال البرامج الاجتماعية.
2. الكشف عن دور البرامج التلفزيونية في تناول القضايا الاجتماعية الهامة.
3. التعرف على مدى تأثير المجتمعات العربية بمثل هذه البرامج.
4. الكشف عن الرسائل المشفرة التي يبعث بها هذا النوع من البرامج
5. معرفة القيم التي يتضمنها برنامج قمره.

عينة الدراسة:

تتمثل العينة المختارة للدراسة حلقات من برنامج قمره وهم:

- تحت الاسمنت.
- مركز بسمة.
- رحلة كرسي.
- الأفرام.
- صياد والعقارب.
- للتحدي امرأة.
- الجوكر.

الملاحق

جدول المشاهد المختارة من حلقات برنامج قمره

المشهد	عنوان المشهد	توقيت المشهد	عنوان الحلقة
1	طفلة تحت الأنقاض	5:45-7:48	تحت الإسمنت
2	رجل من عالم المشردين	6:37-5:00	مركز بسمة
3	حلم تحقق	9:47-9:02	رحلة كرسي
4	رسالة قصار القامة	3:26-2:24	الأقزام
5	مدينة الألف قبة	2:34-1:53	صياد والعقارب
6	مكافحة المخدرات	8:35-7:53	الجوكر
7	مهن حرفية	07:24-06:38	للتحدي امرأة
8	علمني	06:37-06:01	للتحدي امرأة

التعريفات الإجرائية لفئات الشكل والمضمون:

1. فئات الشكل: (كيف قيل؟)

- فئة طبيعة المادة:

يقصد بها الأشكال الفنية المختلفة التي قدمت بها المشاهد المختارة قيد الدراسة والمتمثلة في الحوار الذي قسم كالتالي:

- حوار بين شخصين: هو حديث يدور بين شخصين مثال: مشهد مكافحة المخدرات (رجل الأمن يتحدث مع شخص آخر)
- حوار بين أكثر من شخصين: هو حديث يدور بين جماعة من الناس مثال: مشهد رجل من عالم التشرد (الرجل المشرد يتحدث مع مجموعة من المتطوعين من مركز بسملة)
- خطاب للعامة وهو التحدث لمجموعة من الناس عن أمر ما بجمل متناسقة أو نصوص وأقوال مثال ذلك مشهد حرف مهنية.

- فئة اللغة:

هي الفئة التي تكشف عن الوعاء الكلامي الذي يستخدمه المرسل للتعبير عن المشاهد المختارة للدراسة والتي قسمت كالتالي:

- عربية فصحي: العربية الفصحى هي لغة تواصل الناس مع بعضهم البعض ولغة القران وأهل الجنة كما أن لها أهمية بالغة لأنها كانت لغة الأدب والعلوم مثال: مشهد مدينة الألف قبة.
- اللهجة العامية فهي الكلام الذي ينطق به عامة الناس على غير الفصحى ويكون دائما في كلام الناس وأحاديثهم.

مثال: مشهد طفلة تحت الأنقاض (تتكلم باللهجة السورية) ومشهد رسالة قصار القامة (التحدث باللهجة المصرية) مشهد رجل في عالم التشرد (اللهجة المصرية).

الملاحق

- فئة الإخراج: الإخراج هو عملية لقيادة العمل الفني وتقرير العناصر الفنية التي تكون داخل تكوين الصورة من طرف المخرج والمتمثلة في:

1. أماكن التصوير: الأماكن التي تم فيها تصوير مختلف حلقات المشاهد وصنفت إلى:

• محيط داخلي مثال: أي يتم التصوير في مكان مغلق مثال مشهد طفلة تحت الأتقاض (تم التصوير داخل غرفة مغلقة)

• محيط خارجي مثال: أي يتم التصوير في مكان مفتوح وواسع مثل رجل من عالم التشرذ (صور المشهد في الشارع المصري)

2. المؤثرات الصوتية: جميع الأصوات والمقاطع الموسيقية المستخدمة في المشاهد وقسمت كالتالي:

• الموسيقى التصويرية: نعني بها المعادلة المسموعة لمشهد بحيث يتم إشراك الأذن كما أنها الوسيلة الأقوى للاندماج مع المشهد، مشهد طفلة تحت الأتقاض.

3. زوايا التصوير: الزوايا المقابلة لعدسة الكاميرا والتي تشمل المسافة وحدود الكادر للموضوع

المصور كما لها تأثيرات وظيفية ونفسية في عملية الإخراج كما أنها تستعمل لتدل على المسافة و جهة النظر وقسمت كالتالي:

• زاوية مستوى العين: تحاول أن تعكس الواقع كما هو دون تأثير درامي كما أنها تستخدم عندما نريد توضيح الفكرة مثال: مشهد حلم تحقق.

• زاوية منخفضة: هي الزاوية التي تكون بمستوى سطح الأرض هذه اللقطة تسهم في خلق الإثارة و الإبهار وفي إعطاء المبالغة من منظور الأجسام مثال: مشهد طفلة تحت الأتقاض

الملاحق

4. حركات الكاميرا: هي اللقطة التي تتحرك فيها الكاميرا وتتبدل اتجاهاتها لتظهر الصورة لتغير منظور

المتفرج للأجزاء التي يريد المخرج لفت نظر المشاهد إليها وتتمثل في:

• حركة التنقل: تسمى أيضا بحركة التتبع وتتمثل في تحريك الكاميرا وتنقلها في الفضاء بغرض

تصوير المنظور وكانت هذه الحركة في اغلب المشاهد قيد الدراسة أن لم تكن جميعها مثال: مشهد

مدينة الألف قبة

• الحركة الثابتة: وتثبت فيها الكاميرا على الحامل دون تحريكها مثال: مشهد رسالة من قصار

القامة.

5. سلم اللقطات: هو الجزء الذي يظهر على الشاشة داخل إطار الصورة وهو ما يرى في البداية من

خلال عدسة الكاميرا و قسمت كالتالي:

• اللقطة العامة: هي اللقطة التي تُوَظَر الديكور بكامله حيث أن الكاميرا توضع بعيدة عن الممثلين و

بقية الأشياء وظيفتها الوصف أو إحداث وخلق تأثير جمالي مثال: طفلة تحت الأنقاض.

• اللقطة المتوسطة: تعرض هذه اللقطة الجسم من فوق الركبة إلى ما فوق تركّز على الحدث وتحتويه

مثال: مشهد مهن حرفية

• اللقطة المتوسطة القريبة: تحتوي راسي وكتفي اثنين من الناس وتكون بموقع بين اللقطة المتوسطة

واللقطة القريبة مثال: مشهد طفلة تحت الأنقاض.

• اللقطة القريبة: تحدد الإنسان بوجهه الكامل مع الكتفين حيث تمنح المشاهد التركيز أكثر مثال:

مشهد قصار القامة.

فئات المضمون (كيف قيل؟):

1. فئة الموضوع: هي الفئة التي تكشف عن مجموع القضايا المتناولة في مقاطع المختارة للدراسة

الملاحق

وقد صنفناها إلى المواضيع التالية:

- مواضيع اجتماعية: هي تلك المواضيع التي تعالج وتطرح هموم وانشغالات المجتمع المتعلقة بالعلاقات الاجتماعية مثال: مشهد رجل من عالم التشرد (مشهد إنساني حيث قام مجموعة من الشباب المصريين المتطوعين بالتكفل برجل كبير في السن مشرد في الشارع ثم القيام بحلق رأسه وإلباسه ثياب نظيفة)
- مواضيع اقتصادية: هي المواضيع التي تعالج النشاط البشري من إنتاج وتبادل واستهلاك السلع والخدمات مثال: مهن حرفية
- مواضيع سياسية: تلك المواضيع التي تعالج الحقوق الأساسية للإنسان في الحياة والحرية والأمن مثال: مشهد طفلة تحت الأنقاض (يحكي قصة طفلة صغيرة تبحث عن أهلها بعد القصف وهي تحت الأنقاض).
- مواضيع صحية: تلك المواضيع التي تعالج الجوانب الصحية مثال مشهد حلم تحقق (متطوعين يوفرون كرسي متحرك لطفل معاق)
- مواضيع سياحية: تلك المواضيع التي تبرز مناظر لمناطق معينة وامتيازات لبلدان معينة مثال: مشهد مدينة الألف قبة.
- مواضيع أمنية: تلك المواضيع التي تعالج أمن المجتمع مثال: مشهد مكافحة المخدرات.
- مواضيع ثقافية: تعالج مواضيع المجتمع فتهتم بوجوده وعقله فهما اللذان يبينان الحضارة بالفن الخلاق والفكر المبدع، مثال: مشهد علمني.

2. فئة الأهداف:

تستعمل هذه الفئة للبحث عن مختلف الأهداف الذي يريد المرسل تبليغها للمشاهد من خلال المقاطع المختارة قيد الدراسة الوصول إليها وقد قسمت كالتالي:

الملاحق

- التعاون: هي مجموعة النتائج التي يسعى من ورائها إلى التوصل لحلول قد تساعد في التخفيف من التوترات الاجتماعية السائدة بين المجتمع وهو عبارة عن توزيع الجهد على جميع أفراد المجموعة. مثال مشهد رسالة من قصار القامة.
 - التسويق: مجموعة الأهداف التي تسعى الأنشطة والوسائل التسويقية لتحقيقها وكيفية الترويج لها ضمن إطار زمني محدد وتشمل أهداف ربحية مثال: مشهد المهن الحرفية
 - السلم: هي مجموعة النتائج التي يسعى من ورائها تجسيد مفهوم الحرية المشروعة التي لا تكون بالخراب إنما بالأمان مثال: مشهد طفلة تحت الأنقاض.
 - الإعانة: النتائج التي تسعى إليها لمساعدة الأشخاص المحتاجين للمساعدات سواء الصحية أو الوقائية، مثال: مشهد حلم تحقق.
 - الترحال: النتائج التي تسعى إليها للقيام بشرح الأشياء التي تتميز بها بلد معين أو منطقة معينة. مثال: مشهد مدينة الألف قبة.
 - التخفيف من تفشي الجريمة: محاولة نشر الثقافة والوعي بين الناس والحد من استهلاك المشروبات الكحولية والمخدرات ومعالجة المدمنين، مثال: مشهد مكافحة المخدرات.
 - التعليمية: هو السلوك المتوقع حدوثه من التعليم نتيجة لحدوث عملية التعلم، مثال: مشهد علمي
3. **فئة القيم:** ونعني بها مجموعة المبادئ والمقاييس المتضمنة في المشاهد قيد الدراسة إما بالتكرارات أو الزمن والتي تمثلت في التالي:
- قيم مجتمعية: وهي العادات التي يكتسبها الفرد من مجتمعه وتأثر بها وأصبحت جزءا من شخصيته ويتصرف على أساسها مع الآخرين مثال مشهد رجل من عالم المتشردين ورسالة من قصار القامة.
 - القيم الوطنية: وهي مجموعة المبادئ والضوابط التي تقوم بتحديد سلوك المواطن في المجتمع

الملاحق

الموجود فيه وهي عبارة عن الإخلاص نحو السعي للقيام بواجباته وغرس هذه القيمة في نفوس الأشخاص مثال المواطنة: مشهد طفلة تحت الأنقاض.

- قيم مهنية: وهي القيم التي يحتاج إليها المجتمع لكي يبقى متحمس فهناك الكثير من المنظمات التي يديرها أشخاص عاديون تقوم بإنتاج سلع وتقدم خدمات لكسب الرزق والمساهمة في تقدم المجتمع مثال: المهن الحرفية.

- قيم السلامة الصحية: نقصد بها القيم التي يجب إتباعها للحفاظ على الصحة من خلال الوقاية وإتباع العادات الصحية السليمة كالنظافة وممارسة الرياضة... الخ مثال: مشهد حلم تحقق.

- قيم التبادل الثقافي: نقصد بها القيم التي تعمل على تنمية التبادل السياحي والمعلومات المهمة حول بلد معين وحول أفكار شعبه وتقارب المسافات الاجتماعية مثال: مشهد مدينة الألف قبة.

- قيمة العدالة: وهي تضبط البوصلة الأخلاقية لدى الإنسان منذ الصغر وعدم التعدي على الإنسان الآخر بأي إساءة نفسية أو جسدية أو تفشي الموبقات في المجتمع، مثال: مكافحة المخدرات.

- القيم المعرفية: القيم التي تتضمن تعميق إيمان الطفل بالعلم وأهميته في تقدم الإنسانية، وتقدير العلم والعلماء والاكتشاف، مثال: مشهد علمني.

4. الإستمالات الإقناعية: وهي الفئة التي تكشف عن الطرق والوسائل التي يتم اعتماد عليها

لتدعيم القضايا المطروحة ضمن المشاهد المختارة للدراسة وحددتها كالتالي:

- استمالات عقلية من خلال ما تطرحه من أفكار تنير العقل وتساعد على اتخاذ القرارات مثال: مدينة الألف قبة.


- استمالات عاطفية من خلال اللعب على وتر عاطفة لدى المشاهد مثال: مشهد طفلة تحت الأنقاض.


وحدات التحليل:


اعتمدت في الدراسة على وحدة الزمن كوحدة للقياس يتم بموجبها قياس المدة الزمنية في سياقات المختلفة للمشاهد المختارة للدراسة وعلى التكرار كوحدة للعد ووحدة الفكرة كوحدة للتحليل التي يتم بموجبها تحديد كيفية تناول برنامج قمره للعديد من القضايا الاجتماعية.


ملحق (02)


بيانات كمية لفئات الدراسة و عناصرها


فئة أسلوب تقديم المادة 1 2 3 


فئة اللغة 4 5 6 

فئة الإخراج 7 8 9 10 11 
أ ب أ ب أ ب ج د


فئة الموضوع 12 13 14 15 16 17 18 

فئة الأهداف 19 20 21 22 23 24 25 

فئة القيم 26 27 28 29 30 31 32 

فئة الإستمالات 33 34 

دليل الاستمارة:

فئة رئيسية. 

فئة فرعية 

اختيارات الفئة الفرعية 