

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3
كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري
قسم السمي البصري



الرقم التسلسلي:

الرمز:

مذكرة ماستر

التخصص: سمي بصري

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

المعالجة الإعلامية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية

دراسة تحليلية لبرنامج "قلبي إطمأن" المواسم الأربعة على قناة MBC1

إشراف الأستاذ :

د. غدار نور الإسلام

إعداد الطالبتين:

- مخلوف هجرة.

- سوايح رانية.

السنة الجامعية: 2021-2022م

دورة جوان 2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الشكر والعرفان

﴿ يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ

خَيْرٌ ﴾ [المجادلة: 11]

لله الحمد كله والشكر له

الذي وفقنا وأهملنا الصبر لإنجاز هذا العمل المتواضع

وأسمى عبارات الإمتنان والشكر والتقدير

لأساتذتي الدكتور غدار نور الاسلام

على تفضله بقبول الإشراف العلمي على هذه المذكرة

وكل ما قدمه لنا من توجيهات ومعلومات قيّمة

ساهمت في إثراء موضوع دراستنا من جوانبها المختلفة

ونوجه كلمة عرفان وشكر لأعضاء لجنة المناقشة الموقرين

على قبولهم تقييم ومناقشة هذا العمل

كما نشكر كل من مد لنا يد العون

من الأساتذة الأفاضل ومن قريب أو بعيد

في الأخير لكم جزيل الشكر والتقدير

وجزاكم الله ألف خير.

شكراً

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	الشكر والعرهان
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
3-1	مقدمة
59-5	الفصل الأول: الإطار المنهجي ولمفاهيمي لدراسة موضوع الدراسة
5	1-1- تحديد مشكلة الدراسة
9	1-2- أسباب إختيار الموضوع
9	1-3- أهمية الدراسة
10	1-4- أهداف الدراسة
11	1-5- المفاهيم الأساسية في الدراسة
16	1-6- الخلفية النظرية للدراسة
34	1-7- الدراسات السابقة المشابهة لموضوع الدراسة
39	1-8- منهج الدراسة
44	1-9- مجتمع الدراسة وعينة الدراسة
47	1-10- أدوات جمع البيانات
85-61	الفصل الثاني: البرامج الإجماعية في القنوات التلفزيونية الفضائيات العربية
61	1-1- البرامج الإجماعية
61	1-2- مفهوم البرامج الإجماعية.
61	1-3- كيفية إعداد البرامج الإجماعية
62	1-4- عناصر البرامج الإجماعية.
62	1-5- خصائص وسمات البرامج الإجماعية
63	1-6- أهمية وأهداف البرامج الإجماعية

67	2-1- القنوات الفضائية العربية مجمع MBC1
67	2-2- تعريف القنوات الفضائية العربية
67	2-3- تاريخ ونشأة القنوات الفضائية العربية مجمع MBC
68	2-4- نوعية البرامج في مجموعة MBC
72	2-5- أهمية القنوات الفضائية العربية
74	2-6- إيجابيات القنوات الفضائية العربية
75	2-7- سلبيات القنوات الفضائية عربية
75	2-2- البرامج التلفزيونية في الفضائيات العربية.
77	2-3- أشكال وقوالب البرامج التلفزيونية بالفضائيات العربية.
80	2-4- عوامل نجاح البرامج التلفزيونية في الفضائيات العربية.
83	2-5- بعض المظاهر السلبية للبرامج التلفزيونية بالفضائيات العربية.
133-89	الفصل الثالث: عرض وتحليل وتفسير البيانات الدراسة التحليلية للبرنامج الإجمالي "قلبي إطمأن"
90	2-3- عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية
92	2-4- عرض البيان والمعلومات الأولية عن البرنامج الإجمالي "قلبي إطمأن"
116	2-5- عرض النتائج الخاصة بتحليل خصوصية فئات الشكل للبرنامج الإجمالي "قلبي إطمأن" مع تحليل وتفسير الأبعاد الكمية المتحصل عليها ووضعها في سياقات مناسبة.
116	2-6- عرض النتائج الخاصة بتحليل خصوصية فئات المضمون للبرنامج الإجمالي "قلبي إطمأن" مع تحليل وتفسير الأبعاد الكمية المتحصل عليها ووضعها في سياقات مناسبة.
130	3-1- النتائج العامة في ضوء التساؤلات
136-135	الخاتمة
149-138	قائمة المصادر
154-151	قائمة الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان
46	-جدول رقم (01) يمثل حلقات برنامج قلبي اطمأن المعروض على قناة " MBC1 المواسم 4 "
90	الجدول رقم (2) يوضح بيانات ومعلومات أولية عن البرنامج الإجمالي "قلبي اطمأن"
93	جدول رقم (3) يوضح تكرارات ونسب فئة المدة الزمنية لكل حلقات العينة للبرنامج الاجتماعي "قلبي اطمأن"
95	جدول رقم (4) يوضح توزيع الحجم الزمني في معالجة القضايا في كل حلقة من البرنامج الاجتماعي "قلبي اطمأن" موزعة بين المشاركين وبين مقدم البرنامج غيث.
99	جدول رقم (5) يمثل توزيع تكرارات ونسب فئة اللغة المستخدمة في البرنامج الإجمالي "قلبي اطمأن "
100	الجدول رقم(6) يوضح توزيع التكرارات ونسبة فئة اللهجات المحلية العربية المستخدمة في البرنامج الإجمالي "قلبي اطمأن "
102	جدول رقم (7) يوضح توزيع تكرارات ونسب الأشكال الإعلامية المستخدمة في البرنامج الاجتماعي "قلبي اطمأن "
106	جدول رقم (8) يمثل فئة عناصر الإبراز والدعائم المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجمالي "قلبي اطمأن"
108	جدول رقم (9) يمثل توزيع تكرارات ونسب فئة نوع الموسيقى المستخدمة في البرنامج الاجتماعي "قلبي اطمأن "

109	جدول رقم (10) يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة المؤثرات الصوتية المستخدمة في البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن"
111	-جدول رقم (11) يبين توزيع التكرارات ونسب فئة نوع اللقطات الكاميرا المستخدمة في البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن"
113	جدول رقم (12) يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة التصوير في البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن"
114	الجدول رقم (13) يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة طبيعة بيئة التصوير الداخلية في البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن"
115	الجدول رقم (14) يوضح توزيع تكرارات نسب فئة طبيعة أماكن التصوير الخارجية في البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن"
117	جدول رقم (15) يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة المواضيع في البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن".
119	جدول رقم (16) يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة قيم التحلي والتخلي في البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن"
123	الجدول رقم (17) يوضح توزيع التكرارات وفئة نوع الأساليب الإقناعية المستخدمة في معالجة البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن"
124	جدول رقم (18) يوضح توزيع تكرارات والنسب المئوية للجمهور المستهدف في البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن"
125	جدول رقم (19) يمثل توزيع تكرارات ونسب فئة لأهداف المعالجة في البرنامج الاجتماعي "قلبي اطمأن"

128	جدول رقم (20) يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة الفاعلين حسب الجنس في البرنامج الاجتماعي "قلبي اطمأن"
129	جدول رقم (21) يوضح توزيع التكرارات ونسبة فئة الفاعلين حسب الشريحة الاجتماعية في البرنامج الاجتماعي "قلبي اطمأن"

ملخصات الدراسة

ملخص الدراسة:

تهدف دراستنا التي تتمحور حول المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في البرامج الاجتماعية في الفضائيات العربية، إلى دراسة تحليلية لبرنامج "قلبي إطمأن" بمواسمه الأربعة على قناة MBC1 بشكل عام إلى تحليل البرامج الاجتماعية، وهذا النموذج يتمثل في برنامج "قلبي إطمأن" الذي تم عرض مواسمه خلال شهر رمضان المبارك. عرض رسميا لأول مرة في سنة 2018 على القناة الخاصة MBC1، من خلال دراستنا "البرنامج قلبي إطمأن" كان لابد علينا أن نجري الهدف العام إلى أهداف فرعية تساعدنا إلى الوصول إلى الهدف العام، حيث تم إختزال هذا الأمر في فئتين رئيسيتين: فئة شكل البرنامج وفئة مضمون البرنامج، اللتين تعكس بدورهما مجموعة من التساؤلات التي طرحتها الدراسة ، ضمن هاتين الفئتين الرئيسيتين، وإنطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي: كيف كانت المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن" في قناة MBC1 من حيث الشكل والمضمون؟

إنّ الدراسة التي بين أيدينا تنتمي إلى الدراسات الوصفية المستخدمة للمنهج الوصفي التحليلي وفي إطاره يعتبر تحليل المحتوى الأداة الأنسب له، ما جعل الدراسة تعتمد عليها كأداة رئيسية، وتم جمع بيانات الدراسة التحليلية من خلال إستمارة تحليل المحتوى التي تم تصميمها لتمكننا من الإجابة على التساؤلات التي طرحناها وتحقيق أهداف الدراسة التي وضعناها، وتم الإعتماد على العينة العشوائية المنتظمة لكل الحلقات الخاصة بالمواسم الأربعة، من برنامج قلبي إطمأن والتي تم بثها على قناة MBC1، وقد إعتدنا في هذه الدراسة على خطة منهجية شملت ثلاثة فصول الفصل الأول تضمن فيه كل من الإطار المفاهيمي والمنهجي لدراسة أما الفصل الثاني فكان هناك تخصيص أكثر في شرح للبرامج الاجتماعية والقنوات العربية الفضائية ، والفصل الأخير كان بمثابة عرض وتفسير وتحليل بيانات الدراسة التحليلية .

الكلمات المفتاحية: المعالجة الإعلامية، القضايا الاجتماعية، البرامج الاجتماعية.

Abstract :

Our study, which focuses on the media treatment of social issues, aims at social programs Arab Satellite TV Analytical Study of My Heart Program Reassured by Its Name 4 on Its MBC1 Channel In general, to analyze social programs, this model is the program of my heart rest that has been presented

Its seasons during the holy month of Ramadan were officially shown for the first time in 2018 on the special channel MBC 1 Through our study of My Heart program, we should have divided the overall objective into its sub-objectives, Help us reach the overall goal where this has been reduced to two categories The programmer and its content, which in turn reflects a range of questions raised by the study Within these two main categories, the study proceeded from the following key question: **How was the media treatment of social issues in the social programmer My heart reassured in MBC1 in terms of form and content?.**

The study in our hands belongs to the descriptive studies used for the analytical descriptive approach in its framework; content analysis is the most appropriate tool for it, making the study dependent on it as a key tool. The analytical study data was collected through the content analysis form designed to enable us to answer the questions we have raised and achieve the objectives of the study we have developed; the regular random sample of all four-season episodes has been relied upon.

From my heart reassured programmer that aired on MBC1. In this study, we have adopted a systematic plan that includes three chapters.

Chapter 1: The conceptual and methodological framework of the topic of study, **Chapter 2 :** Social Programmes in Arab Satellite TV Channels We talked at the first search for Arab satellite TV and the MBC complex, In addition to the social programs. **Chapter 3:** At last we have presented, interpreted and analyzed the study data for the program Social heart reassure the form and content in addition to the general results obtained in this study..

Key words: Media treatment, social issues, social programs

مُقَدِّمَةٌ

إنّ دول العالم المتطورة في عصرنا الحاضر تعتمد في بناء نفسها على ثلاث أركان أساسية السياسة، الإقتصاد، الإعلام المسمى بثالث السلطة والتحكم في العالم.

ولعل الإعلام له أهمية كبيرة، كون وسائل الإعلام تحتل مكانة مميزة جدا داخل المجتمعات الإنسانية، فنظرا لأهمية الوظائف التي تقوم بها وما تملكه من قوة في التأثير على الفرد وما تحدثه من آثار وإنعكاسات على بناء الفرد والمجتمع على حد سواء، كما أنه يقودنا هذا التقدم المستمر في وسائل الإعلام والاتصال الحديث عن ظهور الأقمار الصناعية والبنث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية أو البث الفضائي المباشر، حيث شهد البث التلفزيوني بمرور الزمن تطورات هائلة في أدواته وتقنياته، مما سمح بظهور ما يعرف بالقنوات التلفزيونية الفضائية الذي جعلت من التلفزيون وسيلة إعلامية مهمة والأكثر تأثيرا في الجمهور المتلقي في مختلف المجالات.

كما سمحت هذه القنوات التلفزيونية بالتقارب الإنساني والحضاري بين الأفراد وشعوب العالم عامة خاصة مع تطور الإعلام الجديد تحت ظل البيئة الرقمية، نظرا للخصائص والمميزات التي يتمتع بها البث الفضائي المباشر ما كان على الدول العربية على غرار دول العالم إلا أن تدخل عصر الأقمار الصناعية ، الذي ولد بذلك ترسانة من القنوات الفضائية التي شهدت مؤخرا نقلة نوعية وكمية تماشيا مع التغيرات الاجتماعية، الإقتصادية والسياسية في المنطقة العربية منشأة بعد ذلك برامج تلفزيونية، وما تحمله من مضامين في شتى المجالات مخلفة بذلك تأثيرات إيجابية وسلبية على المجتمع باختلاف أعمارهم ومستوياتهم.

بدأت فكرة هذا البحث لدينا عندما تولدت لنا مجموعة من الأفكار حول البرامج الاجتماعية التلفزيونية أنها تكاد أن تكون نسخة واحدة لكن بمسميات مختلفة، عكس برنامج "قلبي إطمئن" الذي ولد بداخلنا بعد مشاهدة جميع حلقاته في المواسم الرمضانية السابقة إحساس بالاختلاف بين هذا البرنامج وغيره من البرامج الاجتماعية التلفزيونية، كون هذا البرنامج الاجتماعي وضع بصمته الخاصة من خلال الفكرة وطريقة تنفيذ والأهم من كل هذا هو طريقة التقديم، وما يحمله من رسائل، وبالاطلاع نحن كباحثين على بعض الدراسات السابقة حول البرامج الاجتماعية المعالجة للقضايا الاجتماعية

هذا الأمر خلق لدينا حافز بدراسة أهمية كيفية وخصوصية معالجة القضايا الإجتماعية والكشف عن طبيعة ما يحتويه من أفكار ومضامين .

بناء على ما سبق طرحه إشملت خطة البحث في الدراسة التي بين أيدينا على أربعة فصول هي:

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي لدراسة لموضوع الدراسة.

- لإعداد وتأسيس أرضية مفاهيمية ومنهجية ثابتة مبنية على أسس علمية يتضمن هذا الفصل مجموعة من الإجراءات والمفاهيم الأساسية بالشرح، وعليه يتناول هذا الفصل التعريف بالإشكالية البحثية وتساؤلاتها ثم المفاهيم الأساسية في الدراسة مروراً بالأهداف، وأسباب وأهمية الدراسة، كما أن الفصل الأول تضمن عرض للدراسات السابقة المماثلة والمشابهة لموضوع الدراسة الحالية، ثم عرض الإجراءات المنهجية، نوع ومنهج الدراسة ثم أدوات جمع البيانات وأساليب البحث التحليل.

كما تضمن هذا الفصل أيضاً عرضاً للمداخل النظرية أو ما يعرف بمنظور الدراسة، وأهمية تبني مدخل أو نظرية في الدراسات الإعلامية، وقد اعتمدت الدراسة على نظرية الأطر الإعلامية كمنظور لدراسة.

الفصل الثالث: البرامج الإجتماعية في القنوات التلفزيونية الفضائيات العربية.

أما الفصل الثالث فقد خصص كمدخل للبرامج الإجتماعية والقنوات التلفزيونية في الفضائيات العربية، والذي قسم بدوره إلى مجموعة من المباحث، حيث تطرقنا في المبحث الأول عن كل الفضائيات العربية التي تخص مجمع **MBC**، لتتطرق بعدها في المبحث الثاني كمدخل عام للبرامج الإجتماعية من خصائص البرامج وكيفية إعدادها وغيرها، لنختم هذا الفصل بالبرامج الإجتماعية في الفضائيات العربية (أشكال وقوالب. عوامل نجاح، وغيرها).

الفصل الرابع: عرض وتفسير وتحليل بيانات الدراسة التحليلية للبرنامج الإجتماعي "قلبي إطمأن":

تناول هذا الفصل عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة المتعلقة بمضامين البرنامج الإجتماعي "قلبي إطمأن" على قناة **MBC1** من حيث خصوصية الشكل والمضمون وفق الرؤية والنظرية التي تم تسطيرها في الفصول السابقة.

لتختم الدراسة بوضع الإستنتاجات والنتائج العامة المتوصل إليها على ضوء تساؤلات البحث، نظرياته مرفقة بالخاتمة، قائمة المصادر والمراجع والملاحق، الفهارس بداية بفهرس المحتويات مروراً بفهرس الجداول .

وفي الختام نرجو أن تقدم هذه الدراسة صورة واضحة وموضوعية عن طبيعة الشكل والمضمون التي قدم بها برنامج "قلبي إطمأن" في قناة MBC1 مجموعة من القضايا الإجتماعية التي عالجها في وطننا العربي، ونتمنى بذلك أن تكون دراستنا هي بداية لدراسات أخرى أعمق لمختلف البرامج الإجتماعية كوافد جديد في البرمجة التلفزيونية نسترشد بنتائجها في تحسين وتطوير المجتمع والنهوض به.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

تحديد موضوع الدراسة:

1-1- تحديد مشكلة الدراسة.

1-2- أسباب إختيار الموضوع.

1-3- أهمية الدراسة.

1-4- أهداف الدراسة.

1-5- ضبط المفاهيم.

1-6- منظور الدراسة.

1-7- الدراسات السابقة.

1-8- المنهج.

1-9- مجتمع وعينة الدراسة .

1-10- أدوات جمع البيانات.

1-1- مشكلة لدراسة:

مع البدايات الأولى لظهور وسائل الاعلام مع الصحافة المكتوبة، فالسينما والإذاعة مرورا بالتلفزيون وصولا للوسائل الإعلام الرقمية، ومع تقدم التي شهدته من تطورات تكنولوجية حديثة على مستوى الوسيلة الإعلامية أحدثت تغير على كافة الأصعدة.

كما أنّ هذه الأخيرة باتت من المؤكد أنها تلعب دورا جوهريا إزاء القضايا الاجتماعية والاقتصادية، السياسية، الثقافية والصحية، والعديد من القضايا الذي يعيشها الفرد في المجتمع، حيث تعد وسائل الإعلام هي إحدى الوسائل المهمة التي تلجأ إليها المجتمعات للحفاظ على هويتها وحضارتها وخاصة مع تزايد إنتشارها، وقدرتها على التأثير في حياة المجتمعات، وصياغة معارف الناس وأراءهم مما أكسبها قوة ودور فعال لتأطير المجتمع والمحافظة على استقراره.

بالإضافة إلى أنّ وسائل الإعلام تلعب دورا متناميا في تثقيف الأفراد، وتشكيل الوعي لديهم باعتبارها واحدة من وسائل التنشئة الاجتماعية من جهة، وبسبب التقدم التقني والمعلوماتي والفضاء المفتوح من جهة أخرى، مما ساهم في ممارسة الإعلام لدوره في تشكيل الوعي الجماهيري، وعند التطرق لتشكيل الوعي الجماهيري لابد من ظهور التلفزيون في المقدمة، كونه وسيلة من أهم الوسائل الإعلامية الأخرى .

- فالتلفزيون كوسيلة إعلامية سمعية بصرية هو من أهم الإكتشافات في خمسينيات القرن العشرين، حيث يعد التلفزيون من أقوى الوسائل، حيث استطاع أن يحقق نمو وتطورا تقنيا في السنوات القليلة فقط¹، فقد تفرد هذا الأخير بمجموعة من المزايا، جعلته يتفوق على باقي وسائل الإعلام الأخرى، فهو يحمل بين طياته مزايا "السينما" من حيث الصورة واللون ومزايا الإذاعة الصوتية "الراديو والمسرح، من حيث الحركة والحيوية التي يتمتع بها، فالتلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية يقوم بالضح والإرسال المستمر للمعلومات حيث أنّ هذا الأخير يؤدي دورا جوهريا في تغطية ومعالجة مضمون القضايا والأحداث الحاصلة في المجتمع، وكذلك مواكبة الأخبار بصورة حية وفعالة.

¹ - رحيمة الطيب العيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط1. عالم الكتب الحديث وجدال للكتاب العالمي، الأردن، 2007، ص 142.

كما أنه ينوع في طبيعة واتجاهات، وعرض المواد والبرامج التي يقدمها لتتوافق مع الشرائح الاجتماعية على اختلافها ليزيد من جاذبيته، وهذا ما يؤكد الوسيلة أبلغ في التأثير من الرسالة وفق رؤية الفيلسوف الكندي "مارشال ماكلوهان" صاحب المقولة الشهيرة: (الرسالة هي الوسيلة)¹؛ مما جعل التلفزيون يحمل على عاتقه مجموعة من الأدوار والوظائف في تنمية المجتمع كونه وسيلة تربوية وتعليمية، وتنشئة اجتماعية، وتغيير لسلوك الاجتماعي.

لم يتوقف الأمر عند هذه النقطة بل أن التلفزيون أخذ مساق جديد، فمع مرور الوقت برزت قوة التلفزيون في عين المتلقي وذلك بفضل الإختراعات التي ساهمت في تطويره، كظهور الأقمار الصناعية فتزامنا مع ظهور الثورة الإعلامية والتطور التكنولوجي ظهر ما يعرف بأقمار البث الفضائي مخلفا هذا بيئة اتصالية جديدة إتسمت بظهور العديد من القنوات الفضائية، حيث أصبحت وسيلة اتصالية الأكثر انتشارا وتوسعا من خلال ما تقدمه من مضامين إعلامية تبنى في غالب الأحيان على ميول ورغبات المتلقي مخاطبا بذلك كافة شرائح المجتمع.

وفي ظل هذا التزايد الكبير للقنوات الفضائية اكتسحت القنوات الفضائية العربية الساحة الإعلامية فقد شهدت السنوات القليلة الماضية تدفقا هائلا لرأس المال العربي في مجال إطلاق القنوات الفضائية العربية سواء من خارج المنطقة أو داخلها وقد إستطاعت العديد من هذه القنوات جذب اهتمام المشاهد العربي، وحققت نجاحا جماهيريا، خاصة وأن كثير من الدراسات التي أجريت في هذا الشأن تؤكد نسبة تعرض الجمهور العربي لمختلف الفضائيات العربية حيث تشير دراسة "سامر رجا الغليلات" إلى أن 95% من الجامعيين يشاهدون القنوات الفضائية.

وهذا التنامي مرتبط بتنامي المادة الإعلامية التي تبثها وتأطرها هذه الفضائيات ومن البرامج التلفزيونية التي تقدمها والتي تعالج مختلف المواضيع والقضايا في المجتمع حيث أصبحت هذه البرامج التلفزيونية بمثابة الجسور للتواصل مع الجمهور، فقد ساعدت هذه البرامج التلفزيونية بنقل الإعلام المرئي إلى مرحلة متقدمة وجديدة للإنتتاح، من خلال إثارة الجمهور بمختلف القضايا والمشكلات المطروحة في

¹ - مالك شعباني، التلفزيون والتنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد السابع، جانفي، 2012

المجتمع السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية، هذه الأخيرة تشهد إقبالا واسعا من طرف الجماهير، نظرا للمحتوى التي تقدمه على اعتبار إنها تعرض مشاكل المجتمعات وتوجهاتها الفكرية.

كما تعرف البرامج الاجتماعية على أنها مبادرة تهدف إلى تحسين الظروف المعيشية لسكان ومن المعلوم بأن هذا النوع من البرامج موجهة إلى المجتمع بأسره أو إلى قطاع مهم له إحتياجات معينة لم يتم تلبيتها بعد، ولعل هذه الأخيرة تعتبر المرآة العاكسة لواقع المجتمع، حيث تعد البرامج الاجتماعية من البرامج التي حظيت باهتمام القنوات الفضائية العربية فتنوعت هذه البرامج في موادها وأشكالها وإهتماماتها فقد أتاحت للمشاهد العربي فرصة لمعرفة ما يدور حوله من أحداث وواقع معاش.

وفي ظل التزايد الملحوظ للقنوات الفضائية العربية، أصبحت تعيش جو من التنافس فيما بينها من أجل جلب أكبر عدد من المشاهدين لذلك سعت هذه الأخيرة إلى تأطير مواد إعلامية تكسب بها المشاهد لذلك برزت البرامج الاجتماعية كأفضل حل لذلك من خلال معالجتها لإشكالات وقضايا المجتمع الراهنة، وقناة MBC من بين القنوات الفضائية التي أثبتت مكانتها في المشهد الإعلامي العربي، كأول قناة عربية بدأ بثها عام 1991 تبث باقية من البرامج الاجتماعية، منها من يعرض في أيام العادية، ومنها من يعرض في شهر رمضان بشكل خاص.

ومن بين هذه البرامج الاجتماعية البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن"¹، حيث كانت بدايته الأولى رسميا في 13 ماي 2018 على أربعة مواسم متتالية حيث يقدم البرنامج 30 حالة إنسانية يقدمه رجل مجهول الهوية يدعى "غيث الإماراتي" يعرض هذا البرنامج حالات اجتماعية واقعية، وقد كان هذا الأخير من بين البرامج التي لفت إهتمام وتداول واسع من طرف المشاهدين فور بثه وذلك لإختلاف طابعه وبنيتها على البرامج الاجتماعية الأخرى.

فمن بين الأهداف الظاهرة التي سعى لها هذا البرنامج "قلبي إطمئن" بما يحمله من مضامين وقيم إلى بث القيم إيجابية والروح الإنسانية التي يجب أن يتحلى بها كل فرد في المجتمع، وفي نفس الوقت إذا كان الفرد على وعي بكل تلك القيم التي يبثها البرنامج، سيكون بذلك قد حقق ما كانوا يصبوا

¹ - جاءت قناة mbc1 من ضمن أوائل القنوات العربية الناطقة بالعربية الأكثر مشاهدة في المنطقة العربية حسب الإحصائيات والتقارير.

إليه من جهة يقتدي الفرد بما اكتسبه من سلوكيات إنسانية وإيجابية وقيم أخلاقية، ومن جهة ثانية قد يكون هذا البرنامج قد حقق هدف من أهدافه المعلنة، في هذا الإطار تتحدد إشكالية دراستنا في التساؤل الرئيسي التالي :

كيف كانت المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمئن" في قناة MBC1 من حيث الشكل والمضمون؟

- التساؤلات الفرعية:

1)- كيف كانت المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمئن" على قناة MBC 1 من حيث الشكل؟

- المؤشرات:

- المدة الزمنية.

- اللغة المستخدمة.

- القوالب الفنية.

- عناصر الإبراز المستخدمة .

- عناصر الإخراج.

2)- كيف كانت المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمئن" على قناة MBC1 من حيث المضمون ؟

- المؤشرات

- القيم.

- المواضيع.

- الأساليب الإقناعية.

- الفاعلون.

- الأهداف.

1-2- أسباب إختيار الموضوع:

- أسباب ذاتية:

- الرغبة الشخصية في الدراسات المتعلقة بمعالجة القضايا الاجتماعية، وخاصة سلسلة "قلبي إطمأن".
- وقوع موضوع الدراسة في مجال التخصص الأكاديمي والتي تشمل دراسة وسيلة إعلامية MBC.

- أسباب موضوعية:

- الشهرة التي اكتسبها برنامج "قلبي اطمأن" لدى الجمهور العربي بواسطة طريقة تقديمه، وأيضا لشموليته لحالات عدة من مختلف الدول العربية، وكذلك تنوع مواضيع الحلقات والفئات المستهدفة.
- التفاعل المستمر مع البرنامج عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي من طرف مختلف الجماهير داخل المجتمع العربي، مما أدى إلى خلق جو من النقاش والجدال بين مختلف الفئات سواء أكان داخل الإمارات أم خارجها.
- الدور الذي لعبه البرنامج التلفزيوني في كشف مناطق داخل الوطن العربي لا تزال يعاني سكانها من أبسط ضروريات الحياة، ومحاولة تقديم يد المساعدة لهم، عن طريق إقامة عدة مشاريع لها أثر كبير في محاربة العديد من الظواهر السلبية التي تهدد تماسك المجتمع العربي مثل المخدرات، والبطالة، الهجرة السرية، الحروب والنزاعات، اللجوء السياسي.
- ترويج البرنامج للعديد من السلوكيات والقيم الإيجابية المعروفة في ثقافة الشعوب العربية الإسلامية والعمل على ترسيخها، بين الأفراد والمنظمات لتحقيق التنمية الاجتماعية والمساهمة في رقي وتطور المجتمع .

1-3- أهمية الدراسة:

لكل موضوع أو دراسة أهميه توضح سبب التطرق له والأهمية تعبر على ما يستند إليه الباحث في حل مشكلات الواقع ومساعدة الباحثين، المهتمين بالموضوع إذ أن دراسة البرامج الاجتماعية على قناة MBC من خلال برنامج "قلبي اطمأن" بمواسمه الأربعة، تعتبر ذات أهمية بالغة لأنّ المشاهد بإعتباره فرد من المجتمع تواجهه العديد من المشاكل بشكل يومي. والذي يسعى ويطالب من أجل إيجاد

حلول لها إعتقادا على مجموعة من الوسائل، بما فيها القنوات الفضائية العربية التي تعد مرآة تعكس الواقع لإيصال المطالب للسلطات في إطار تحسين الوضع المعاش.

وهذا ما صورته ووضعته برنامج قلبي اطمأن، الذي قام بعرض مجموعة من القضايا الاجتماعية والمحاولة لإيجاد حلول لها وتقديم مساعدات، كذلك تنمية الوعي والمسؤولية الاجتماعية، القيم والسلوك الاجتماعي لبعض القضايا الاجتماعية لتوفير حياة أفضل، كما يعمق البحث الحس الاجتماعي لدى الفرد وتنمية قدراته العقلية والسلوكية بتقديمه إضافة سلوكية من خلال ما يمكن أن يساهم به برنامج قلبي اطمأن في تصحيح بعض ممارسات الفرد السلبية من جهة، ومن جهة أخرى توجيه الفضائيات العربية في تحسين مادتها الاعلامية وذلك بصياغتها بشكل هادف، وهذا في سياق معالجة مختلف القضايا الاجتماعية.

1-4- أهداف الدراسة:

للبحث العلمي غاية من وراء نتائجه وأهداف مبدئية ونهائية يسعى لتوضيحها فالبحث العلمي في بادئ الأمر ينطلق من أهداف أولية قد تكون وصف وتفسير الظواهر محل الدراسة، كما تسعى لتحديد أهداف نهائية تتمثل في الفهم والضبط تختلف الأهداف حسب نوع الدراسات العلمية، وتختلف الأهداف حسب نوع الدراسة العلمية.

وتسعى هذه الدراسة إلى وصف وفهم الظاهرة المدروسة بتقديم إطار وصفي تحليلي لأداء القنوات العربية الفضائية من خلال قناة MBC1 على صعيد معالجة الحالات الاجتماعية في البرامج الاجتماعية، من خلال برنامج "قلبي اطمأن" من حيث الشكل لمعرفة مجموعة من العناصر المكونة له كالزمن، اللغة المستخدمة، القوالب المستخدمة، نوع الموسيقى والمؤثرات الصوتية المستخدمة نوع اللقطات وحركات الكاميرا وبيئة التصوير، وكذلك من حيث المضمون، وذلك من خلال معرفة طبيعة الحالات الاجتماعية في برنامج "قلبي اطمأن"، أنواع الأساليب الاتقاعية والمصدر، بالإضافة إلى الأطر وللوصول إلى الهدف الرئيسي لابد من المرور على مجموعة من الأهداف الفرعية المتمثلة في :

- الكشف عن المدة الزمنية المخصصة لمعالجة الحالات الاجتماعية في البرنامج الاجتماعي "قلبي اطمأن".

- معرفة اللغة المستخدمة في معالجة الحالات الاجتماعية في برنامج "قلبي اطمأن".

- معرفة القوالب الفنية التي قدمت من خلالها الحالات الإجتماعية في برنامج "قلبي إطمأن" .
- معرفة عناصر الإخراج الفني (موسيقى-مؤثرات صوتية-بيئة التصوير-لقطات الكاميرا).
- معرفة القيم المتضمنة في معالجة برنامج "قلبي إطمأن" للحالات الإجتماعية ؟
- معرفة أهداف المعالجة الإعلامية للحالات الإجتماعية في برنامج "قلبي إطمأن" ؟
- معرفة الفاعلون الأساسيون في مضامين القضايا الإجتماعية لمعالجة البرنامج الإجتماعي "قلبي إطمأن"
- ماهي الأساليب الإقناعية المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية في البرنامج الإجتماعي "قلبي إطمأن" .
- معرفة المواضيع التي تناولها وعالجها البرنامج الإجتماعي "قلبي إطمأن" .

1-5- المفاهيم الأساسية في الدراسة:

يعبر الباحث عن معنى مشكلة بحثه بتحديد بعض من المصطلحات والمفاهيم التي تجمل أكثر من معنى، تحديدا كاملا والتي تشير إلى طبيعة الظواهر محل الدراسة¹، لتحديد المفاهيم أهمية كبيرة في أي بحث علمي، حيث يمثل ترميز أبعاد الظاهرة المدروسة بمفردات علمية واضحة، فمن الواجب على الباحث تحديد المفاهيم وتعريف المصطلحات الأساسية، التي تدخل في مجال وحدود دراسته لضبط السياق العام.

- مفهوم المعالجة الإعلامية Media Treatment :

- لغة : المعالجة في اللغة العربية مشتقة من الفعل عالج وعالجا بمعنى زاوله ودواه كما يأتي الفعل العالج بمعنى أصلح فتقول عالج الأمر بمعنى أصلحه²، وعالج المشكلة بحث في أخطائها وصححها كما تأتي المعالجة بمعنى ممارسه مزاوله أمر ما فكل أمر زاولته، ومارسته فقد عالجه³.
- وعرف قاموس Larousse المعالجة على أنها اجراء لفحص وحل المشكلة او قضيه معينه⁴.

¹ - حسين عبد الحمير رشوان، أصول البحث العلمي، مؤسسة شباب الجامعة لنشر، مصر 2003. ص ص 215.214.

² - طاهر أحمد زاوي، الترتيب القاموس المحيط على طريقة المصباح المنير وأسس البلاغة، ط3، دار الفكر، ص 291.

³ - المنجد في اللغة العربية والإعلام، ط4، دار الشرق، لبنان، 2003، ص 525 .

⁴ - le petite la rousse illustré, dictionnaire, encyclopédie, France, 1995, p 102.

- في حين ذهب قاموس **Oxford** إلى القول ان المعالجة عمليه او طريقه تحدد من خلالها طبيعة التصرف اتجاه شخص أو شيء ما أو التعامل معه¹.

-**إصطلاحاً:** يرتبط هذا المصطلح بمعالجه القضايا ومعالجه المشاكل، وبهذا الاستخدام يقصد بالمعالجة الإشارة إلى مجموعة أفعال مخططة تقوم بها تحسبا لتضاعف مشكله معينه، أو لمضاعفات مشكله قائمة أصلا، وهذه المعالجة لغرض إعاقة المشكله بشكل جزئي أو كلي أو لغرض إعاقة ومضاعفتها أو إعاقة كليهما².

- **إذا المعالجة الإعلامية:** هي العملية التي يقوم بها الصحفيون والاعلاميون لنقل البيانات والمعلومات عن موضوع معين في شكل أخبار، تحقيق حوار حديث المقابلة أو بأي شكل من الأشكال والفنون الصحفية في اطار السياسة التحريرية للوسيلة الاعلامية³.

من الناحية الإصطلاحية تعتبر المعالجة في الممارسة الإعلامية، أو المعالجة الإعلامية، تعني العمل الإعلامي التي تزاوله الصحف، أو أي وسيلة إعلامية في تغطيتها لمختلف الأخبار السياسية والثقافية والإجتماعية والدينية والإقتصادية والعلمية⁴.

من خلال ما تم طرحه من التعريفات السابقة، يمكننا القول أن معظم التعريفات طرحت مؤشراتها مفادها أن المعالجة الإعلامية التلفزيونية عملية تتطوي على مهتمين أساسين يقوم بها الطاقم الصحفي لأي وسيلة إعلامية، أولهما جمع المعلومات والبيانات عن جوانب ومزايا معينة لموضوع، أو حدث معين لصب هذه المعلومات حسب القالب التلفزيوني، أثناء المعالجة تتدخل مجموعة من العوامل لتحديد الكيفية أو تحكم الأسلوب التي تظهر هذه المعلومات للمتلقي، فضلا عن مراعاة الجوانب الشكلية، وجوانب

¹ - Joyce M , Hawkin , and Suzan , **le rouse ,the oxford reference dictionary** , Bath press , Avon , great .Britain , 1994 , p875 .

² - حمزة قدة، معالجة الصحافة الوطنية لظاهرة الهجرة الغير شرعية في الجزائر ، تحليل المحتوى لعينة من الصحف رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2010- 2011 ص04.

³ - محمد جاد المولى، الأطر الخبرية لتغطية الصحف الإلكترونية العربية لأزمة قطر، 2017، مجلة وسائل الإعلام العربية والمجتمع، العدد 25، 2018، ص 84 .

⁴ - محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد السادس، دار الفجر لنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص 252.

المضمون بما يتوافق وطبيعة القناة الفضائية، التي هي بصدد بث ونشر هذه المعلومات وكذا سياستها الإعلامية¹.

- مفهوم القضايا الاجتماعية Social issues:

- لغة: القضايا أو القضايا جمع مفردة قضية وأصل قضية: قضى عليه يقضى قضاء وقضية الأخيرة: القضية القضاء أي حكم، ومنه قوله تعالى ﴿وقضى ربك ألا تعبد إلا إياه﴾ فنقول قضى دينه بمعنى أنه، وقد استعار معناها في دلالة الحسم والإنهاء²؛ فبذلك تصبح القضية موضوع أو مسألة تتنازع فيها على القاضي، للبحث والفصل، أما القضية في المنطق قول مكون من موضوع ومحمول يحتمل الصدق والكذب لذاته ويصح أن يكون موضع للبرهنة، وعلى العموم فالقضية مسألة تحت النظر مطروحة لتفكير والإمعان³.

- إصطلاحاً: تعكس القضية والمشكلة الاجتماعية جوانب مختلفة ما جعل الباحثون، وعلماء الاجتماع يختلفون حول تحديد مفهوم قاطع وواضح لها كمفهوم سوسيولوجي، فهناك من يتناولها من خلال المعيار الذاتي الذي يركز على قياس الضرر الاجتماعي الناتج عن وجود المشكلة والمعيار الموضوعي لها الذي يهتم بكيفية وقوع هذا الضرر، ومن يتناولها خلال مستوياتها المختلفة، ويقول بلومير "Blumer" و"طومسون Thompson". إنَّ القضايا الاجتماعية هي الشروط التي يسوغها، أو يعبر عنها كيان

¹ - وهيبه مسامح، المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في البرامج التفاعلية في الفضائيات العربية، دراسة تحليلية لبرنامج قمر 2 على قناة mbc1. رسالة دكتوراه، قسم إشهار وعلاقات عامة. جامعة سطيف 2، السنة الجامعية 2020-2021

² - محمد أحمد شحاته حسين، القضايا الكلامية وأثرها في ضبط العقلية العلمية والجدل الأصولي، مجلة الشريعة والقانون العدد 34 الجزء الأول، 1441هـ -2019م ص ص 124.125 .

³ - معجم المعاني متوفر على الرابط www.almaany.com تاريخ الولوج 29 ماي 2022.

مؤثر يهدد قيم المجتمع، ويؤثر على أغلبية اعضائه، وهذه الظروف يمكن أن تحلل مجموعة من الأنشطة المشتركة، ويمكن للكيان أن يكون متحدًا عامًا أو أن يكون موضوعًا للإستعراضات في وسائل الإعلام¹.

- التعريف الإجرائي للقضايا الإجتماعية:

القضايا الإجتماعية في هذه الدراسة نقصد بها المحتوى الإعلامي، الذي قدمه برنامج "قلبي إطمأن" والذي بدوره ضم مجموعة من المواضيع الإجتماعية من خلال معالجتها، وبثها من خلال البرنامج الإجتماعي " قلبي إطمأن " على قناة **MBC 1** خلال شهر رمضان الكريم 1440هـ الموافق لسنة 2018م.

مفهوم البرامج التلفزيونية:

- لغة: جمع برامج على نسق واحد، وأهداف موحدة منتظمة متناسقة.

- إصطلاحاً: يعرف بأنه فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في قالب تلفزيوني معين، بإستعمال الصوت والصورة بكامل تفاصيلها الفنية لتحقيق هدف معين². ويعرف أيضا على أنه: سيل متدفق من المواد المرئية المتتبعه صوتا وصورة وذات الأنواع التلفزيونية المختلفة، ولا توجد أي مادة تلفزيونية خارج هذه الأشكال المتدفقة من المواد التلفزيونية³.

- إجرائياً : يقصد بالبرنامج التلفزيوني في هذه الدراسة، ذلك البرنامج التلفزيوني المسمى " بقلبي إطمأن" حيث يقوم هذا الأخير بتقديم مجموعة من المساعدات الإقتصادية والإجتماعية مختلفة للفئات الهشة والمحرومة في شتى البلدان العربية، وهو برنامج يعرض عبر قناة **MBC**، وعبر مواقع التواصل الإجتماعي، بما فيهم قنواتهم الخاصة على اليوتيوب، بالتزامن مع شهر رمضان المبارك، هذا البرنامج

¹- ستي روضة الحميدة، القضايا الإجتماعية في رواية مأساة زينب، لعلي أحمد باكثير دراسة تحليلية وصفية-، رسالة ماجستير، كلية الأدب والعلوم الإنسانية، قسم اللغة العربية وأدبها، جامعة الرانيري الإسلامية الحكومية، أندونيسيا 2014 ص 20

²- عبادي إيمان، رزيوق شريفة، دور البرامج التلفزيونية في إبراز صورة المرأة الجزائرية الفعالة في المجتمع -برنامج دنيا المرأة بالتلفزيون الجزائري - مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد 02، ص 378.

³- بديسي وحيدة، القيم في برامج قناة **MBC 3** الموجة للأطفال، مجلة المعيار، العدد 42، 2017. ص 505.

يقدم تحت رعاية الهلال الأحمر الإماراتي، ويتولى تقديمه رجل يتعمد إخفاء ملامحه على الجمهور ويطلق عليه إسم غيث الإماراتي، والهدف من وراء ذلك محاولة التركيز على الحالات التي يتناولها البرنامج.

- البرامج الاجتماعية: هي مبادرة تهدف الى تحسين الظروف المعيشية للسكان موجه الى المجتمع بأسره، أو على الأقل الى قطاع مهم له احتياجات معينة لم يتم تلبيتها بعد¹.

-إجرائيا: وهي البرامج التي تقوم على عرض حالات اجتماعية واقعية، لتقديم مساعدات وتلبية حاجيات المحتاجين.

- القنوات الفضائية:

- لغة : القناة مفردة وجمعها قنى وقناة وقنوات، لغة هي الرمح الأجوف، وهي بمعنى مجرى الماء يقال صلب القناة، أي صلب القامة².

-اصطلاحا: القنوات الفضائية لفظة حديثة نوعا ما فهي في الواقع اختصار لقنوات التلفزيون الرقمية التي تبث من خلال أو عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة تحدد عموما بالزاوية والاتجاه والبوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة من القنوات الفضائية التي يتم بثها على قمر من الأقمار³، فهي تستقبل من الفضاء الخارجي عبر الأطباق أو الشبكة العنكبوتية، أو الجوال وتبث بطريقة رسمية وغير رسمية، وتبث برامجها عبر الأقمار الصناعية، والتي يتم استقبالها بواسطة هوائيات مقعرة⁴.

وحسب " محمد منير حجاب "فإن القنوات الفضائية وسيلة إعلامية تم من محطة الإرسال الأرضية الموجودة في محطة البث الفضائي الخاص بالبلد، وذلك عن طريق استخدام هوائي طبقي ذو قطر كبير ومنه إلى محطة الاستقبال الموجودة في أماكن مختلفة، في حيز الخاص بالقمر الصناعي والتردد

¹ - محمد حسن الجعيفري، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيوني، ط1، دار صناع الإبداع، القاهرة، 2015، ص13.

² - معجم المعاني الإلكتروني، متوفر على الرابط www.almaany.com، تاريخ الولوج 30 مارس 2022.

³ - سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة لنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 25.

⁴ - سعيد مراح ومحمد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة، العدد 39، ص 347.

المستخدم في حيز طاق المايكرويف، كما أنّ هناك ترددات أخرى تقاس بالجيجا هرتز، وهي أعلى من التردد المستخدم في البث الأرضي¹.

-القنوات الفضائية العربية-

قنوات تبث عبر شبكه من الأقمار الصناعية كما انها قنوات حديثه الناشئة، تتميز بالتنوع في برامجها ومضامينها (السياسية، الثقافية، الترفيهية، الاجتماعية)، وذلك لإشباع حاجات ورغبات الشباب أو المشاهد أهمها تلفزيون الشرق الأوسط، وهي أول قناة عربية تبث باقة متنوعة من البرامج² تاجين حتى عقب انتهاء عرضه.

- إجراءات:

نقصد بها القنوات الفضائية التلفزيونية الناطقة بالعربية الغير مشفرة، والمملوكة برأس مال عربي خاص موجهة للمتلقي أو المشاهد العربي، والتي يمكن التقاطها من خلال أقمار البث الفضائي وتتمثل في دراستنا بقناة **MBC1**.

1-6- الخلفية النظرية للدراسة:

-نظرية تحليل الأطر الإعلامية: Analysis of the media frame theory-

من الروافد الحديثة في دراسات الإتصال نظرية تحليل الأطر الإعلامية، التي أصبح لها أهمية وشعبية كبيرة خلال العقود الأخيرة في مجالات بحثية عديدة، لعل أهمها تحليل بحوث الإعلام³. حيث تسمح هذه النظرية بقياس المحتوى الضمني -الغير صريح- لرسالة الإعلامية، التي تعكسها وسائل الإعلام المختلفة، وفي هذا الصدد تقول -دوريس قرابر doris graber أنّ كلا المصدر والمتلقي يفسر الرسالة بطرق تتخطى الحدود الظاهرة للمحتوى الاتصالي.

¹ - محمد منير حجاب، وسائل الإتصال ونشأتها وتطورها، ط1، دار الفجر، مصر، 2008، ص91.

² - هنا السيد، الفضائيات وقادة الرأي، ط1، مصر، العربي للنشر، 2005، ص 37.

³ - Margaret linstom and willemein Marias ,**Qualitative news frame analysis :a methodology**. Communication science journal. 2012. Vol.Issue.1.p 21.

وعليه لا ينبغي أن يقتصر التحليل على الكلمات والجمل فقط، بل يجب أن يمتد ليشمل السياق الذي يندرج المضمون في طياته¹، وتعمل النظرية على تقديم تفسير منظم لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وعلاقة ذلك بإستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا². كما تساعد كذلك على تحديد السياق من خلال إبراز الإهتمام التي توليه وسائل الإعلام لجانب أحداث معينة والتركيز عليها لتقديمها للجمهور، بعد وضعها في إطار ذو معنى³.

-الخلفية المعرفية لنظرية الأطر الإعلامية:

تشكلت هذه النظرية خلال عقد الثمانينات من القرن العشرين الماضي في الولايات المتحدة الأمريكية ملامح مدخل نظري جديد، يضرب بجذوره في أسس ومفاهيم التفاعل الرمزي وبناء الواقع الإجتماعي فهذه المرحلة كانت بمثابة الإختيار التطبيقي لفروض النظرية. ترجع الأصول الأساسية لنظرية الأطر للباحث الإجتماعي "قوفمان Goffman" وهو أول من إستعمل مصطلح الأطر، حين ألف كتابه تحليل الأطر الذي طور مفهوم البناء الإجتماعي والتفاعل الرمز⁴، ومنذ ذلك الحين أصبح مدخل تحليل الأطر محل إهتمام الباحثين في العلوم الإجتماعية وجاء أول تطبيق عملي، لتحليل الأطر في الدراسات الإعلامية للباحثة "Tucuman" التي وظفت تحليل الإطار كأداة منهجية لتحليل المضمون الإخباري في وسائل الإعلام المختلفة عام 1976 و1978، وفي عام 1980 إستخدم عالم الإجتماع "git lin" تحليل الإطار في دراسته للمضمون الإخباري خلال فترة زمنية ممتدة .

ويعود الفضل في أول محاولة لإستخدام النظرية في الدراسات الإعلامية في أول تطبيق عملي لنظرية يتسم بالدقة العملية والمنهجية في الدراسة "robert antman" في أواخر الثمانينات وأوائل التسعينات، الذي عبر عن وضوح الأطر في النصوص من خلال وجود أو غياب بعض الكلمات الرئيسية

¹ - محمد جاد المولى. الأطر الخبرية لتغطية الصحف الإلكترونية العربية لأزمة قطر 2017، مرجع سابق، ص 87

² - حسن عماد مكاي، ليلي السيد حسين، الإتصال المنهج ونظرياته المعاصرة، ط1، دار المصرية اللبنانية، 1998 ص،348

³ - Ala bakur Alshaih، Twitter: The framing process on twitter by the analysis of vision 2030 in Saudi Arabia. Mass communication research journal, issue. 52: July 2019.p 10.

⁴ - Erving Coffman. **Frame analysis: an essay on the organization of experience.** New York. NY: Harper&Rom1974.p1.

العبارات والصور النمطية، ومصادر المعلومات والبيانات التي تعزز الوقائع والأحكام، وربط بين تحليل الأطر وتمثيل المعلومات من قبل أفراد الجمهور¹. ومن هنا بدأ التشكيل النظري الحقيقي لملامح المدخل النظري الجديد الذي تربطه معه علاقة قوية مع التفاعل الرمزي والواقع الاجتماعي.

وفي 1996 طور "Riechert" دليل إستخلاص الأطر بوصفه أسلوباً كميًا لتحليل المحتوى الظاهر فضلاً عن المحتوى الضمني في الرسالة الإعلامية، وذلك بهدف الوقوف على الأطر السائدة في تغطية وسائل الإعلام للقضايا العامة².

وعليه فلأصول النظرية لفكرة تشكيل الأطر الإعلامية تتحدر من رافدي الدراسات الاجتماعية والنفسية التي ترى أن التعديلات التي تدخل على التعريفات الأحكام تؤدي إلى التغيير فيها، وهو ما أشار إليه كل من "leynger&simon" بقولهما إن مفهوم التأطير تتحدد أسسه في مجال علمي النفس والاجتماع، ومن هنا كان الفكرة الأساسية لتشكيل الإطار الإعلامي، أما أمثال & Goffman 1974 & bateson 1972 ينظرون إليه باعتباره على أحداث ورموز وصور نمطية معينة داخل النص الصحفي ويراه علماء النفس تغييرات في الأحكام³.

- تحليل الأطر الإعلامية (النشأة، الفرضية):

يعتبر مفهوم الإطار "farme" أو التأطير "framing" أو الأطر "frams" أحد المفاهيم الجوهرية التي يتفاعل في تكوينه العديد من المداخل النظرية التي تسعى لتناول دور وتأثيرات وسائل الإعلام

¹ LIBBY Hemphill & others. **Framing in social media: How the U.S.C congress uses twitter hashtags to frame political. issues p 5.** August 28.2013. available at <https://ssrn.com/abstract=2317335> date October 28.2019

² - إسماعيل شرقي، الهجرة الغير شرعية من خلال مواقع الفضائيات الإخبارية، دراسة تحليلية مقارنة لموقعي فرانس 24 والعربية نت، أطروحة دكتورا غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة 1، 2017-2018، ص-ص 57.56.

³ - عزة أحمد علي أبو العز، أطر معالجة قضايا الإصلاح السياسي العربي في خطاب المجلات العامة المصرية والإمريكية وأثرها في تشكيل الإتجاهات الصفوة المصرية، دراسة تحليلية وميدانية خلال عامي 2004-2005 رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، جامعة القاهرة، مصر، 2012، ص 74.

ويوجد خبط في مجال الدراسات الأطر الإعلامية أساسه عدم إتفاق الباحثين على استخدام مصطلح علمي موحد دلالة على التأطير.

فهناك ثلاث مصطلحات صريحة تدل على التأطير: التأطير framing الذي يشير إلى عملية التأطير على أنها عملية إتصال جماهيري متعددة الأطراف. الأطر frams وهو يشير إلى الزوايا والجوانب الذي يتم من خلالها تغطية الأحداث والموضوعات والشخصيات والقضايا المختلفة، وتأثيراتها في الجمهور فيما يشير مصطلح إطار Framework إلى إطار عمل ويعتبر فير معبر بدقة عن المقصود بعملية التأطير¹ وتعددت في المقابل وجهات النظر في تحديد المقصود بـ " تحليل الأطر الإعلامية"².

- يرى كل من Lodge&hamil إختلافاً إصطلاحياً بين مفهوم الإطار "frame" والنص المكتوب writtentext والنسق المعرفي schema، وهناك من الدراسات التي ربطت التأطير بمفاهيم أخرى مثل: وضع الأجندة "agenda setting" والتهيئة المعرفية priming، حيث رأى الباحثان " Mccombs.show.weaver أن التأطير هو إمتداد لوضع الأجندة، مستخدمين مصطلح second-level-agenda setting، أي وضع الأجندة من المستوى الثاني، وذلك لوصف أثر عناصر الإبراز لمميزات التغطية الإعلامية في تفسير الجماهير لتغطية الإخبارية، ونتيجة لهذا التناقض، وعدم الترابط المنطقي بين المفاهيم والمصطلحات، وإعتبرت دراسات أخرى أن الأجندة والتأطير مفهومان غير مختلفان³.

والإطار الإعلامي كما يعرفه "قوفمان" Goffman هو بناء محدد لتوقعات التي تستخدم لتجعل الناس أكثر إدراكاً للمواقف الإجتماعية في وقت ما.

¹ - سلام عبده، إتجاهات التغطية الإخبارية للمعالجة الصحفية للقضايا العربية في المجلات المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 33 ، 2009 ، ص 143 .

² - سحر محمد وهبي، المصطلحات السياسية في الصحافة المصرية بعد ثورة 25 يناير 2011، مجلة كلية الأدب جامعة سوهاج العدد 35، أكتوبر 2013، ص 372 .

³ - Deitram A Scheufele، Framing as a theory of media effects , journal of communication .vol 49, No 1,1999 .p 103 .

ويشير "Entman" إلى أن الأطر الإخبارية يتم تشكيلها من خلال الكلمات الرئيسية "keywords" والوصف المجازي "Metaphors"، والمفاهيم "concepts"، والرموز "symbols"، والصورة المرئية "visual images"، والتي يتم التركيز عليها في سرد الأخبار¹، فمن خلال التكرار والتدعيم لكلمات وصور معينة يتم إبراز أفكار معينة، وإستبعاد أفكار معينة وكأحد أبرز باحثي التأطير.

فخلال تقييمه ومراجعته للإسهامات الباحثين السابقين في هذا المجال قد قدم مفهوما لتأطير يتضمن بصفة جوهرية كل من الإنتقاء والبروز، فالإطار يعني إنتقاء بعض جوانب الواقع، وجعلها أكثر بروزا في النص الصحفي من خلال أسلوب معين يهدف إلى تعريف وتحديد مشكلة ما وتقديم التفسير لازم لأسبابها وتقييمها وتقديم حلول لها².

ويعرف "حسن عماد المكاوي وليلى حسين السيد" الإطار الإعلامي لقضية ما بأنه إنتقاء متعمد لبعض جوانب الحوادث أو القضية وجعلها أكثر بروزا في النص الإعلامي، وإستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة، تحديد أسبابها وتقديم أبعادها وتقديم حلول مقترحة بشأنها³.

أما "أحمد زكريا" يرى الإطار عملية تفاعلية بأطراف ومكونات عملية الإتصال الجماهيري يحكمها سياق ثقافي معين، تبدأ بإنتقاء القائم بالاتصال والوسيلة الإعلامية لبعض جوانب الواقع والتركيز عليها ببروزها في نصوصها المختلفة بإستخدام اليات وأدوات أخرى، في ضوء معايير ومتغيرات مهنية وإيديولوجية، لتأثير في إستجابات الجمهور إتجاه محتوى هذه النصوص، إما لتتبيه لهذه الجوانب بدرجات ومستويات مختلفة، أو العمل على إعادة تأطيرها وفقا لمعايير وعوامل مختلفة، أو العمل على إعادة تأطيرها وفقا لمعايير وعوامل مختلفة، أو العمل على إعادة تأطيرها وفقا لمعايير وعوامل خاصة بأفراده⁴.

¹ Entman Robert, **Framing U S Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the AL and Iran Air incidents**, journal communication 41 (4), 1991, p.12.

² - Robin L. nabi, **exploring the framing Effects of Emotion: DO Discrete Emotions Differentially Influens Information Accessibility, Information, seeking and Policy Preference**. Communication Research, volume 30, number 02, 2003, p 255.

³ - حسن عماد المكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 348.

⁴ - نسرین حسونة، ملخص كتاب نظريات الإعلام والإتصال، 2015-1436 .

وتفترض هه النظرية أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين وإنما تكتب مغزاها من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها ويضفي عليها قدر من الإتساق¹.

وتفترض البحوث الخاصة بالأطر الإعلامية فرضا علميا، وهو أن تركيز وسائل الإعلام في رسائلها على الجوانب بعينها في القضية دون غيرها من الجوانب، أي تحديدها لأطر خبرية بعينها يؤدي ذلك بدورها إلى وجود معايير مختلفة يستخدمها أفراد الجمهور، عندما يفكرون بهذه القضية ويشكلون آراءهم بشأنها.

وفي هذا الإطار فإن تأطير الأطر الإعلامية على الإتجاهات السياسية للجمهور يتم من خلال مستويين:

-المستوى الأول: ويهتم بقياس المحتوى غير الظاهر لوسائل الإعلام ، أو ما يعرف بالمحتوى الضمني، ويعتبر هذا الأسلوب أن التأطير يقدم وصفاً للعملية التي يدرك من خلالها الفرد المعلومات المقدمة وينظمها وفقاً لأطرها .

-المستوى الثاني : ويهتم بقياس أطر وسائل الإعلام، وهو المستوى المؤثر في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضية موضع الدراسة، حيث إن وسائل الإعلام من خلال تركيزها على جوانب معينة تحدد لنفسها أطرا إعلامية تستطيع في النهاية أن تؤثر على تشكيل معايير الجمهور بشأن القضايا الأمر الذي ينعكس على تحديد آراء واتجاهات الجماهير نحو القضايا²، آراء المرجعي ورؤيته للعالم المحيط .

¹ - حسن عماد المكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 348.

² - نصيرة تامي، المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات الإخبارية العربية المتخصصة - دراسة تحليلية مقارنة بين قناة الجزيرة القطرية وقناة العربية السعودية، أطروحة دكتورا غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 3 . 2013 .

ويمكن القول أن الإطار يحدد العلاقة بين عدة عناصر مرتبطة في النص والتي بدورها أي العلاقة تقودنا إلى فهم أكثر للموضوع ، أو القضية التي تتم تغطيتها في النص وعليها فأي رسالة تحتوي على عنصري أولهما محتوى معين والثاني الإطار الذي يظهر كيف ينبغي أن تكون الرسالة¹.

- سمات الأطر الإعلامية:

- إهتم Stephen بالحديث عن الأطر الإعلامية، حيث أشار إلى أنها تتسم بمجموعة من السمات أهمها:
- تنظيم المعلومات، حيث ينقل الإطار جزءاً من الوقائع، وبعضاً من تفاصيل ومعلومات القضية ويربطها بالحدث الآني مما يعطي المعنى لهذا الحدث طبقاً للهدف الذي يرغب القائم بالاتصال تحقيقه، وبعد ذلك تصبح القضية ذات مغزى لدى الجمهور².
- يعد الإطار الإعلامي فكرة يتم الترويج لها في تناول القضية باعتباره منطلقاً فكرياً يتم توظيفه لشرح وتفسير الحدث .
- تعمل الأطر من خلال أدوات رمزية ومجردة، إذ يتم التعبير عن الإطار وترجمته من خلال مجموعة من الألفاظ الرمزية التي تحمل إيماءات معينة، وتضفي دلالة على النص الإعلامي
- الأطر الإعلامية هي بناءات معرفية للقضية التي يتم إبرازها من خلالها، حيث يتناول الإطار الإعلامي أحد الأبعاد أو أكثر ويتجاهل الأبعاد الأخرى، ويبدو ذلك في صياغة الموضوع وتفسيره³.
- أما (Cappella & Jamieson) يقترحاً بأنه يجب أن يكون هناك أربعة معايير تتسم بها الأطر:
- يجب أن يكون لدى الأطر الإعلامية تصوراً مميزاً وخصائص لغوية .
- يجب أن يلاحظ الإطار في الممارسة الإعلامية

¹ - نجلاء جعفر عبد الوهاب جعفر، أطر تقديم قضايا المرأة في الإعلام الجديد وعلاقتها بإتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا ، رسالة ماجستير غير منشورة قسم الصحافة، جامعة القاهرة، مصر، 2017 .

² - طه نجم، "الأطر الإخبارية للمقاومة الإسلامية اللبنانية في الصحافة العربية: دراسة تحليلية لعينة من صحيفتي الوطن السعودية وتشرين السورية خلال الحرب الإسرائيلية على لبنان، يوليو/أغسطس 2006"، العدد السابع والعشرون، المجلة المصرية لبحوث العالم، (جامعة القاهرة: كلية العالم، يوليو-سبتمبر 2007) ص 74.

³ - طه نجم . مرجع سابق . ص 191.

- يجب أن يكون هناك احتمال لتمييز الإطار بشكل موثوق به عن الإطارات الأخرى.
- يجب أن يكون لديه صالحة تمثيل الحدث أو القضية، على سبيل المثال يكون معترف به من قبل الآخرين وليس مجرد تلفيق من قبل الصحفيين¹.
- أهمية نظرية الإطار الإعلامي :
- تؤكد الكثير من الدراسات على الأهمية الكبيرة التي تحظى بها عملية التأطير من خلال دورها في عملية الاتصال الجماهيري فيما يأتي :
- تتحدد أهمية الأطر في قدرتها التأثيرية على كيفية تفسير الجمهور للقضايا والأحداث المختلفة من حوله.
- أهمية الأطر كبناء ذهني يسهم في إدراك الأحداث في الصراعات الدولية حيث تعد الأطر أسلوباً ملائم الاختبار مكانة وسائل الإعلام في السياق الدولي، كما تضيف الأطر معنى على الأحداث والقضايا، فوسائل الإعلام ال يقتصر دورها على مجرد تقديم المحتوى الإخباري و إنما أيضاً يقوم ببناء معنى لهذا المحتوى.
- تبرز قوة الأطر في مدى قدرتها على بناء أو هدم معالم أي نص إعلامي من خلال مفردات ومصطلحات متناقضة².
- تعد نظرية الأطر واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال، لأنها تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، وتقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل
-
- ¹ - مد عويس، "اتجاهات التغطية الإخبارية للشئون الخارجية في الصحف المصرية وعلاقتها بالمتغيرات 54 الخاصة بالصحف.. دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية والحزبية الخاصة خلال عامي 2005 - 2006"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الزقازيق: كلية الآداب-قسم العالم، 2008) ص 76،77.
- ² - رشا مزروع "أطر معالجة القنوات العامة والسالمية للصراع بين القوى السياسية الفاعلة بشأن الاستفتاء على الدستور بعد ثورة 25 يناير-دراسة تحليلية مقارنة"، العدد التاسع، دورية إعلام الشرق الوسط، (جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية، 2013) ص 5،6.

الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا¹.

- تمارس الأطر دوراً مؤثراً في عملية تشكيل الواقع، كما يعد مفهوم الإطار أساسياً في فهم دور وسائل الإعلام في تشكيل الجدل حول الموضوعات والقضايا المختلفة².

- تسمح للباحث بقياس المحتوى الصريح وغير الصريح للتغطية الإعلامية التي تقدم من خلال وسائل الإعلام للقضايا السياسية المثارة.

- أهداف بحوث الأطر الإعلامية :

يرتبط جوهر بحوث الأطر الإعلامية بمجموعة من الأهداف الأساسية تدور حول المفهوم الرئيس في هذه النظرية، والمتمثل في الإطار "Frame" بالإضافة إلى مفهوم تأثير الإطار "Framing effect"، وتحدد هذه الأهداف في:

- إستخلاص ووصف المضمون الخطابي لوحدات نصية معينة، ويوصف هذا الاستخلاص بالإطار.

- شرح وتفسير أولويات ترتيب أو تنظيم المعلومات والسياقات السياسية التي يتم تركيب الأطر الإعلامية النصية في ضوءها.

- تحديد الطريقة التي تتفاعل بها الأطر الإعلامية مع المعلومات الأولية، أو البناء المعرفي للأفراد بصورة تدفعهم إلى تفسير واستدعاء المعلومات من الذاكرة بالشكل الذي يتناغم مع الإطار.

- تحديد الكمية التي تؤثر بها الأطر الإعلامية في العمليات على المستوى الاجتماعي، سواء ما يرتبط بالرأي العام أو المناظرات حول القضايا السياسية³.

- وظائف نظرية الإطار الإعلامي

¹ - حسن مكاي، ليلي السيد، مرجع سابق، ص 348.

² - جيلان شرف، "أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء (Show Talk) في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2004) ص 38.

³ - نسرين حسونة، مرجع سابق، ص 21.

- أصبحت وظيفة الأطر نقطة اهتمام عند الكثير من الباحثين، نتيجة لمساهمة الأطر فتفسير وتقييم مفهوم العالم الاجتماعي¹، لذلك فإن الأطر:
- تؤدي دوراً حيوياً في تحفيز المعارضة أو حشد الدعم لحدث أو قضية
 - تحدد الأطر بشكل فعال معنى الرسائل الإعلامية، وتشكل المناقشات والاستنتاجات لدى تحدد الأطر بشكل فع الأفراد حول هذه الرسائل.
 - يؤثر التأطير على ادراكات الجماهير الحقيقية، وقد تكون التأثيرات إما محدودة أو مستمرة، ويستمر الصحفيون في تحديد اتجاهات وآراء الجمهور.
 - وأشار بعض الباحثين إلى دور نظرية تحليل الأطر في تحقيق التماسك الاجتماعي، وذلك من خلال الدور الذي يمارسه الإعلام في تحديد الأطر المرجعية التي يستخدمها القارئ لتفسير الأحداث العامة ومناقشتها، وكما يقول نيومان جاست وكريجلير: "فإن الإعلام يعطي للقضية الحبكة الدرامية اللازمة، مع الوضع في الاعتبار القيود التنظيمية، والأحكام المهنية، والأحكام المعنية بالجمهور، وفي الوقت نفسه تتأثر معالجة الأفراد للمعلومات بالتكوينات المسبقة للمعاني و النظم".²
 - وضع (Entman 1993)أربعة وظائف أساسية للأطر الإعلامية تتمثل في :
 - تعريف المشكلات، وتحديد الأسباب الكامنة وراءها، وحجم المكاسب والخسائر، ويقاس ذلك من خلال القيم الثقافية العامة.
 - تقوم الأطر بتشخيص الأسباب وتحديد القوى الفاعلة التي سببت المشكلة.
 - تشير الأطر إلى التقييمات الأخلاقية لتلك العوامل السببية وتأثيراته.
 - تقترح الأطر الإعلامية حلولاً للقضية ومحاولة علاجها³.

¹ - <http://dalya6848.blogspot.com/2014/04/37.html> تاريخ النشر : 15 أبريل 2014 ، تاريخ الولوج :

30 ماي 2022 .

² - طه نجم، مرجع سابق، ص 194.

³ - Robert M. Entman. **Framing Toward Clarification of a Fractured Paradigm**, *Journal of Communication*, Vol. 43, No.4, 1993, P.52.

- عملية بناء الأطر الإعلامية والعوامل المؤثرة فيها

ويضمن هذا المطلب عملية بناء الأطر الإعلامية وأدواتها وآلياتها، والعوامل المؤثرة في عملية بناء الأطر الإعلامية.

-عملية بناء الأطر:

يعد بناء الأطر ممارسة إعلامية أساسية، فاختيار الإطار المناسب لتقديم القضية يعد أهم قرار يتخذه ، الإعلامي وتعود هذه الأهمية إلى أن الاعتقاد الراسخ بأنّ الأطر هي التي تمنح المعنى للأحداث والقضايا، خصوصاً عندما تستخدم الصورة للحدث المناسبة التي لديها القدرة على جذب اهتمام المتلقي¹.

ولذا فإن قرار بناء إطار معين لقضية معينة، ونشرها بطريقة معينة يعتمد على أسلوب السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية، والقيم المهنية، والأحكام الفردية، وعوامل أخرى، وعليه فإن تأطير الأخبار هي مجموعة عمليات تمر بها الأخبار بدلاً من النشر الفوري للأخبار².

وتتكون الأطر من العناصر الاتصالية الأربعة التي تتكامل في عملية التأطير، وتظهر بشكل واضح في بناء الأطر، ووضع الأطر، وتأثير الأطر على الجمهور، وهذه العناصر هي :

- القائم بالاتصال: وهو الذي يضع أطر حاكمة بوعي أو بدون وعي في تحديد ماذا يقال، وهم محكومون بدورهم بالأطر التي تنظم أنساقهم المعرفية، والضغوط المهنية التي يعملون في ظلها كضغوط نمط السيطرة والملكية والتمويل التي تحدد السياسة التحريرية، وكذلك ضغوط المساحة وسرعة العمل الإعلامي.

- المحتوى: الذي يحتوي على أطر تظهر في غياب وحضور كلمات معينة وعبارات معتادة وصور نمطية ومصادر للمعلومات وعبارات تقدم مجموعة من الحقائق أو الأحكام عن موضوع يتم تناوله.

¹ - عبد الرزاق الدليمي ، نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرين ، ط1 . دار اليازوري العلمية لنشر والتوزيع ، الأردن ، 2016 ، صص 210-211 .

² - محمد عويس، مرجع سابق، ص 85.

- **المتلقي:** باعتباره المتعرض للأطر التي تقود إدراكه وحكمه، وقد تعكس أطر إدراكه بعد ذلك (الصورة الذهنية بتعبير دراسات الصورة) أطر النص ونوايا أطر القائم بالاتصال أو ال تعكس أو لا تعكس .
- **الثقافة:** والتي تعتبر هي السياق العام الذي تستمد منه الأطر التي يتم توظيفها باعتبارها معالم ثقافية منظمة وثابتة في الواقع الاجتماعي اليومي ونظام متكامل لتفسير الرموز الاتصالية دراكها وخلال الحياة اليومية¹.

- أدوات وآليات الإطار الإعلامي:

- يقصد بـ الموقع الذي تحتله القصة الإخبارية في الصحيفة، وكذلك وجود رموز أو إشارات تشير إلى أهمية القضية الخبرية، واستخدام العناصر الشكلية المرافقة، مثل: الصور والرسوم البيانية، والعناوين الفرعية وأخيراً حجم الخبر².

أدوات الإطار الإعلامي

- حدد كلا من (Lasch&Gamson) العديد من أدوات التشكيل العاطفية والعقلانية التي يمكنها أن تعمل معا بصورة منفردة من أجل العمل على إيجاد أطر التشكيل.

- وتتمثل الأدوات العاطفية في:

-الإستعارات

-العبارات الجذابة

-الأمثلة

-الوصف

-الصورة المرئية

بينما تتمثل الأدوات العقلانية في:

-الجذور

¹ - محمد عبد الحميد، نظريات الأعمال وإتجاهات التأثير ، مرجع سابق، ص 406.

² - نسرين حسونة، مرجع سابق، ص، 23

-العواقب

-العودة للمبادئ حيث يتم من خلالها تقديم تفسيرات أو أسباب للقضية¹.

وأضاف Stone الأدوات الآتية:

الصور البلاغية: وهي عبارة عن أداة لغوية يتم من خلالها تمثيل الكل في أحد أجزائه.

الأرقام: عبارة عن طريقة لوصف الظواهر أو الأحداث بواسطة القياسات، وبصورة أكثر تحديداً فإن

الأسلوب المفضل يتمثل في استخدام أرقام كبيرة جداً أو صغيرة جداً للإيضاح الفكرة وتمثيلها².

أما Kard Tan يقدم مكونات أكثر شمولاً، حيث يشير إلى وجود قائمة، تشتمل على

10 آليات لتحديد الأطر، وهي:

-العناوين الرئيسية.

-العناوين الفرعية.

-الصورة الفوتوغرافية.

-التعليقات على الصور الفوتوغرافية

-المقدمة

-المصادر

-الإقتباسات

-السمات لطباعة النص مثل: الشعارات.

-الإحصائيات والصور البيانية.

-الخاتمة³.

¹ - طه نجم، مرجع سابق، ص 195، 196.

² - المرجع السابق، ص 195، 196.

³ -Tan Kard, J.W: **The Empirical Approach to the Study of Media Framing in S.D. Reese, O.H. Gandy @ A.E. Grant (Ends), Framing Publicize** (p.p. 95). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2001

واتفق الباحثون على أن أدوات التأطير هي العناصر النصية والمرئية المحددة¹، وتأثير الأطر يكون من خلال الفقرات التمهيدية والختامية مع إضافة معلومات حصرية للإطار، مع إبقاء الفقرات الأخرى كما هي في محتواها²، و تقسيمها إلى أقسام تحتوي على الإطار وأخرى على الحقائق³.

-آليات وضع الإطار الإعلامي:

يقوم الإطار الإعلامي ببناء الواقع الاجتماعي من خلال التركيز على بعض جوانب الحدث أو إغفالها، وتتفق الأدبيات في وجود عدة آليات رئيسية، تستخدم في وضع الأطر الإعلامية في قضايا معينة، وهي:

- آلية الانتقائية: وتعد الانتقائية هي الركيزة الأساسية لوضع الأطر الإعلامية، وتشكل آلية الانتقاء والتركيز على بعض الجوانب دون غيرها تأويلاً للحدث.

-آلية الإبراز: وهي تعكس قيام وسائل الإعلام بنوع من الاختيار، حيث يتم انتقاء بعض الجوانب والتركيز عليها بحيث تظل باقية في الأذهان من خلال التكرار أو الربط بينها وبين بعض الرموز الثقافية، مما يطرح في النهاية قراءة معينة للحدث، ويفسر الواقع وقيمه، ويتفق ذلك مع ما ذكره Entman حول مفهوم الإطار ودوره في تشكيل الجدل حول القضايا السياسية المطروحة.

- آلية الاستبعاد: تتضح أهمية آلية الاستبعاد عند تحليل الأطر الإعلامية، فهي تنطوي على إغفال بعض المعلومات، سواء عن عمد أو عن جهل، وهي الوجه المقابل لآلية الانتقائية⁴.

¹ -Price, V., & Tewksbury, D., **News Values and Public Opinion. A Theoretical Account of Media Priming and Framing.** In G. Barnett & F.J. Boster (Eds), **Progress in Communication Science**, 1997.

² -Neuman, W.R., Just, M. R., & Crigler, A.N, **Common Knowledge, News and the Construction of Political Meaning Chicago:** The University of Chicago Press, 1992.

³ -Cappella, J.N. & Jamieson, K.H.: **Spiral of Cynicism. The Press and the Public Good.** New York: Oxford University Press, 1997.

⁴ -نسرين حسونة، مرجع سابق، ص 24 .

-أنواع الأطر الإعلامية:

يوجد العديد من المتغيرات التي أدت إلى تنوع تصنيفات الباحثين الأطرية الإعلامية أهمها اختلاف السياسات التحريرية والتوجهات الفكرية لوسائل الإعلام، والجمهور، والمجتمع وغيرها من العوامل، لكن تظل هناك مجموعة من الأطر تتصف بالشهرة وتكرر اختبارها على حد كل من (Simon وIyengar) نوعين من الأطر الإعلامية وهما:

-الإطار المحدد "Episodic Frames":

يعد هذا الإطار أحد أهم تصنيفات الأطر الإعلامية وهو إطار حديث في بحوث الاتصال، وقد أشار كل من (Simon & Iyengar) إلى أن الأطر المحددة تركز في عرض القضايا المثارة على نماذج ملموسة، ووقائع محددة، مثل: حوادث الاغتيال، والأعمال الإرهابية، وهو يهدف إلى جعل القضايا شخصية¹. ويبيد بعض الباحثين انتقاداتهم لهذا النوع من الأطر المتمثلة في أنها ضعيفة وباهتة وبطيئة الإيقاع وأنها عرضة لشبهة التحيز وغلبة الرأي عليها، كما أنها أحياناً تبدو قاصرة في تغطية بعض القضايا الهامة وربما تفقد قيمتها الإخبارية².

- الإطار العام "Thematic Frames":

وهو يعالج القضايا المثارة في سياق يتسم بالعمومية أو التجريد، ويقدم براهين ودلالات عامة، ويقدم وصفاً أوسع لها، وموجزا أكثر من خلال وضعها في سياق مناسب³.

¹ -Shanto Iyengar & Adam Simon: **News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming and Framing, Communication Research**, Vol. 20, No. 3, June 1993, P. 383-365.

² -Olaf Werder, **Debating the Euro: Media Agenda -Setting in Across-National Environment, Gazette**, Vol.64, No. 3, P. 222.

³ -Shanto Iyengar & Adam Simon, Op. Cit, P. 383-365.

وإن كان لكلا الإطارين تأثيره في الإقناع إلا أنّ الإطار العام يزيد من صعوبة التأثير والإقناع لصعوبة تحديد المشكلات وحلولها به¹. وترتبط الأطر السابقة بنوعين من المسؤولية في إطار تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته وذلك على النحو الآتي :

المستوى الأول: ويتعلق بالسبب المسؤول عن المشكلة ويتم التركيز على منشأ أو سبب المشكلة أو القضية .

المستوى الثاني: ويتعلق بمسؤولية التناول والمعالجة ويشير إلى الفعاليات المطلوبة للحد من المشكلة والتخفيف من وطأتها².

تصنيف MCcombset. AI وفقا للسمات البارزة:

تم تصنيف الأطر وفقا للسمات البارزة في التغطية الإخبارية للقضايا ، حيث ارتبط مفهوم السمات البارزة بالحملات الانتخابية باعتبارها تؤثر في أحكام الجمه

- **السمات الموضوعية:** وتتضمن المعلومات الأساسية عن القضايا أو المرشحين، مثل: أطراف القضية، والأسباب، والحلول، وهي ترتبط بالمستوى المعرفي

- **السمات العاطفية:** وتتضمن كيفية عرض أطراف القضية أو المرشحين في إطار إيجابي أو سلبي أو محايد، وهي ترتبط بالمستوى العاطفي³.

- **تصنيف tversky & Kahneman من زاوية سلبية أو إيجابية الأطر :**

ويقصد بالسلب والإيجابي وضع تصورات متعلقة بإدراك الفرد لجانب بعينه من واغفاله للجوانب الأخرى لنفس القضية، وهنا يأتي تأثير الأطر على إدراك جوانب القضية الجمهور وحكامهم تجاه القضية المثارة، وأكد الباحثان على أن الفرد عندما يتعرض للإطار الإيجابي يميل إلى تجنب المخاطرة، في حين

¹ - محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 405.

² - بيسوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1(القاهرة: عالم الكتب، 2008) ص 181.

³ - انتصار سالم، "دور الصحف المصرية في تشكيل معارف جمهور القراء واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية - دراسة تطبيقية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الزقازيق: كلية الآداب، 2009)، ص 85.

يميل الفرد إلى المخاطرة¹ في حالة التعرض للإطار السلبي الذي تطرح الخسائر المتوقعة وذلك أمالاً في أن تجني مكاسب من وراء هذه المخاطرة².

- تصنيف semetko & Valkenburg وفقاً للقضايا والأحداث:

حدد الباحثان عدداً من الأطر الإعلامية المتعلقة بالقضايا والأحداث، والتي يتم استخدامها بشكل متكرر، حيث أجريت العديد من الدراسات الاختيارية تأثير استخدام أنواع محددة من تلك الأطر على إدراك الرأي العام لتلك القضايا وهي :

-إطار الصراع: "Conflict Frame"

يعتبر الأكثر انتشاراً واستخداماً في التغطية الإخبارية للقضايا، وهو يؤكد على عنصر الصراع بين الأفراد، والجماعات، والمؤسسات، وكثيراً ما يستخدم أثناء الحملات الانتخابية حيث تحول المشكلات الاجتماعية والسياسية المعقدة إلى صراعات بسيطة.

-إطار الإنسانية الإهتمامات "HumanInterests Frame"

يركز على الجانب الشخصي والعاطفي للحدث، حيث يربط بين الحدث أو القضية وبين عناصر عاطفية وجوانب إنسانية.

-إطار النتائج الاقتصادية "EconomicConsequences Frame":

يعرض الحدث أو الموضوع أو القضية بإبراز النتائج والتأثيرات الاقتصادية على الفرد أو الجماعة أو الدولة.

-الإطار الأخلاقي "Morality Frame":

يضع هذا الإطار الحدث أو القضية في سياق عقائدي، أو توصيف أخلاقي، و يستخدم الإطار هذا إعلامياً بصورة مباشرة، ونما يكون عن طريق اقتباس مقولات بالإضافة إلى العبارات والاستدلالية، بحيث يحتوي النص على رسالة أخلاقية، أو كود محدد السلوك.

¹ - American ، Values and Frames. Choices. Daniel Hahnemann & Amost Versky

Psychologist، P.P. 341-350، April 1984، No.4، Vol. 39

² - نسرین حسونة ، مرجع سابق، ص26.

-إطار المسؤولية: "Responsibility Frame": يقدم الموضوع أو المشكلة بأسلوب يربط بين مسؤولية تلك القضية أو هذا الحدث وبين أي فرد أو جماعة، ويقدم مسؤولية التسبب في المشكلة وحلها¹.

-إطار الإستراتيجية "Strategic Frame": يطلق على هذا الإطار إطار اللعب "Frame Game"، ويستخدم بكثرة خلال الحملات الانتخابية والتنافس بين أكثر من مرشح، ويتفق الباحثون في مجال دراسات الأطر الإعلامية على أن هذا الإطار يستخدم في التغطية الإعلامية من خلال مصطلحات استراتيجية (دالة عليه، مثل: الخسارة والمكسب وفرص الرهان)².

توظيف النظريات السابقة في موضوع الدراسة: إنّ التأطير النظري لدراسة بتبني الباحث لتيار فكري من براديجم أو نظريات معينة خطوة ضرورية لا يمكن الإستغناء عنها، فهي تعتبر دليلاً في إعداد إجراءات، وكذا مراحل البحث ووضعها في مكانها وسياقها المناسبين، ونظراً لطبيعة موضوع الدراسة فنظرية التأطير الإعلامي تعد المنظور أو البراديجم النظري العام لدراسة، والذي قدم نظرة تكاملية محددة المعالم لمسار البحث، كما يعتبر الأنسب لموضوع الدراسة إن دراسة القضايا الاجتماعية داخل إطار معين، يؤدي إلى وجود مجموعة من المعايير المختلفة، والتي يستخدمها المتلقين، عندما يفكرون في القضايا الاجتماعية التي طرحها البرنامج الاجتماعي " قلبي إطمأن"، حيث يختزل التأطير المعلومات حول هذه القضايا في جوانب محددة وفق رغبات القائم بالاتصال، من أجل الإستلاء على المتلقي والتأثير عليه. فقد إستندنا في موضوع الدراسة من أجل فهم أنواع الأطر التي عرضت بها القضايا الاجتماعية في البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن" وكذلك أدوات وأليات تقديمها، حيث تقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، فمن خلال إستخدام هذه النظرية يمكننا من تحليل الأطر التي تم تناولها، وتقديم القضايا الاجتماعية والزوايا التي تم التركيز عليها كما تم الإعتماد عليها بشكل أساسي في طرح وصياغة التساؤل المتعلق، بفئة أطر تقديم، ومن هنا جاءت أهمية توظيف هذه النظرية في دراسة القضايا الاجتماعية، والتي يطرحها برنامج "قلبي إطمأن" وهذا لتحديد قدرة البرنامج على ترسيخ الأفكار المقدمة حول القضايا الاجتماعية المطروحة .

الإجراءات المنهجية للدراسة: ينظر إلى الإجراءات المنهجية على أنها مجموعة من المناهج والتقنيات التي توجه إعدادات الباحث وترشيده للطريقة العلمية لتحليل ومعالجة مشكلة البحث، فهي بذلك تصور للباحث حول الطريقة

¹ - مرجع سابق نفسه، ص 25.

² - خالد النامي، "معالجة قضايا حقوق الإنسان في الصحف وشبكة الأنترنت في المملكة العربية السعودية"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2010) ص 68.

والخطوات التي يسلكها للكشف عن الحقيقة العلمية بشأن المشكلة محل الدراسة¹، وفيما يلي أهم الإجراءات المنهجية المرتكز عليها في موضوع الدراسة.

1-7- الدراسات السابقة والمثابفة لموضوع الدراسة:

على إعتبار أن العلم قائم على التكامل ويتطور بالتراكم الناتج عن بناءات النظريات والتعميمات التي إنتهت إليها البحوث السابقة أو نتائج الممارسة والتطبيق لهذه التعميمات والنظريات العلمية، بما يساهم في تقدم المعرفة الإنسانية². إن من الضروري في مجال البحث العلمي الوقوف على أدبيات البحث أو ما يدعى بالدراسات السابقة والدراسات المثابفة وإشتقاق بعض الفرضيات والطروحات التي يمكن الإعتماد عليها في الدراسة الحالية ، ليكون دليل للباحث في تصميم خطة بحثه، ويشكل إستعراض الدراسات السابقة تقليدا وجزء أساسيا في البحوث والدراسات العلمية حيث أسفر الإهتمام بالدراسات السابقة المتعلقة بالبرامج التلفزيونية والإهتمام بدراساتها. وبرغم أننا لم نتوصل إلى دراسات تتصل إتصالا مباشرا ودقيقا بموضوع هه الدراسة، كما أنه لا يمكن أن نغفل على الدراسات التي تتعلق بمشكلة البحث المدروسة، سواء كانت رسائل علمية أو أبحاث منشورة، وهو ما يشكل أساس الدراسات السابقة³، حيث تناولت متغيرات الدراسة بوجه عام، والتي تمثل إضافة مرجعية لدراسة الحالية، وللوقوف على أهم ما توصلت إليه الكتابات والبحوث العلمية في موضوع هذه الدراسة قد تم تصنيف هذه الدراسات السابقة والبحوث العلمية المثابفة كما يلي :

-الدراسة الأولى : المعالجة الإعلامية للقضايا الإجتماعية في البرامج التفاعلية في الفضائيات العربية "دراسة تحليلية لبرنامج قمره 2 على قناة MBC1"⁴

هدفت دراسة الباحثة إلى رصد خصوصية البرامج التفاعلية من خلال برنامج قمره 2، حيث قدمت دراستها نموذجا حول الإعلام التفاعلي في الفضائيات العربية المتمثل في برنامج قمره 2، التي تم عرضه في

¹ - وهيبه مسامح. المعالجة الإعلامية للقضايا الإجتماعية في البرامج التفاعلية في الفضائيات العربية، مرجع سابق، ص 70.

² - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات العليا، ط1، علم الكتب والطباعة والنشر والتوزيع، مصر 2000، ص 69. تاريخ النشر: 19 مارس 2020 - <https://youtube.com/watch?v=GVBQbA9XpFo&feature=share> ³

تاريخ الولوج 28 ماي 2022.

⁴ - وهيبه مسامح، المعالجة الإعلامية للقضايا الإجتماعية في البرامج التفاعلية في الفضائيات العربية، دراسة تحليلية لبرنامج قمره 2 على قناة mbc1، رسالة دكتوراه، قسم إشهار وعلاقات عامة، جامعة سطيف 2، السنة الجامعية 2020.2021.

شهر رمضان موسم 2017 على القناة الخاصة 2017 على قناة MBC1، حيث تظهر في محاولتها الجادة لجعل البرامج التفاعلية ذات دور بارز لنهوض بالمجتمع. وتمحورت الإشكالية التي سعت الدراسة لمعالجتها في التساؤل الرئيسي التالي :

- كيف كانت المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في البرنامج التفاعلي قمر 2 على قناة MBC1 من حيث الشكل والمضمون؟

ويندرج ضمن هذا مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- التساؤلات الخاصة بتحليل المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في البرنامج التفاعلي قمر 2 في قناة MBC1 من حيث الشكل ؟

- ما هو الحجم الزمني المخصص لمعالجة القضايا الاجتماعية في البرنامج التفاعلي قمر 2 ؟
- ماهي اللغة المستخدمة في معالجة البرنامج التفاعلي قمر 2 ؟
- ماهي القوالب الفنية التي قدمت من خلالها القضايا الاجتماعية في البرنامج التفاعلي قمر 2 ؟
- ماهي عناصر الإبراز والدعائم المستخدمة في معالجة القضايا الاجتماعية في برنامج قمر 2 ؟
- ماهي عناصر الإخراج الفني (المؤثرات الصوتية، الموسيقى المصاحبة، بيئة التصوير، لقطات الكاميرا)

- التساؤلات الخاصة بتحليل المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في البرنامج التفاعلي قمر 2 في قناة MBC1 من حيث المضمون ؟

- ماهي القضايا الاجتماعية التي عالجها البرنامج التفاعلي قمر 2 ؟
- ماهي القيم المتضمنة في معالجة البرنامج التفاعلي قمر 2 ؟
- ماهي الأساليب الإقناعية المستخدمة في معالجة القضايا الاجتماعية في البرنامج التفاعلي قمر 2 ؟
- التعليق على الدراسة السابقة:

هدفت دراسة الباحثة بشكل عام إلى رصد وتحليل خصوصية البرامج التفاعلية من خلال برنامج قمر 2 حيث قدمت هذه الدراسة نمودجا حول الإعلام التفاعلي في الفضائيات العربية، وتعرضت من خلالها للكثير من القضايا الاجتماعية التي تهم المجتمع العربي، في حين أن دراستنا ركزت على تحليل

محتوى البرامج الاجتماعية في حد ذاتها وذلك بتحديد مظاهرها وأبعادها، في حين أن هذه الدراسة ركزت على نوع من أنواع البرامج الاجتماعية التي تقوم على أساس، حيث تتفق مع دراستنا من حيث نوع البحث، وأدوات جمع البيانات أما نقاط الاختلاف فكانت من خلال المنهج وعينة الدراسة، وتم الاستفادة من هذه الدراسة في الجانب النظري والمفاهيمي .

- النتائج التي توصلت إليها الدراسة :

- خصوصية عناصر الصوت والصورة الموظفة في البرنامج التفاعلي قمر 2 وتوظيفهم لعناصر الإخراج الفني المناسبة من صوت وصورة وخصوصية البنية الشكلية وتطوراتها بالبرامج التفاعلية وطروحات الواقعية والتفاعلية .

- عدم توظيف كل حلقات البرنامج التفاعلي قمر 2 على استخدام اللغة الإعلامية في معالجة القضايا الاجتماعية، حيث وظفت اللهجات العربية المحلية المرتبطة بمنشأ هذه القضايا المعالجة .

- استخدام الأطر الاجتماعية في تقديم البرنامج التفاعلي قمر 2 لمختلف القضايا الاجتماعية، حيث استخدم البرنامج محل التحليل مجموعة من الأطر المختلفة حسب مواقف وأراء القائم بالاتصال وأبرز هذه الأطر إطار الاهتمامات الإنسانية بنسبة 22.22%، وتم التأطير بمجموعة من الأدوات وبأليات مختلفة نظرا لإرتباط الجانب الاجتماعي بمختلف جوانب الحياة.

- عرض البرنامج التفاعلي قمر 2 القضايا الاجتماعية المعالجة في منظومة متماسكة من المعلومات من أجل تكوين صورة ذهنية موضوعية عن هذه القضايا الاجتماعية المعالجة كما سعى إلى الحد من سلبيات وتداعيات القضايا الاجتماعية التي عالجها من أجل الحفاظ على إستقرار المجتمع .

- دعم البرنامج التفاعلي قمر 2 القيم الاجتماعية السائدة أكثر من تكوين قيم جديدة ، من خلال عرض القيم الاجتماعية والدعوة إلى التحلي بها .

- الدراسة الثانية:

- القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية الشروق TV، و MBC1 و A3، والوطنية 1، دراسة تحليلية مقارنة للبرامج الاجتماعية خط أحمر، كلام نواعم، للعائلة، رأيك أصلح، أطروحة مقدمة لنيل

شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، 2019-2020، إعداد
الطالبة: أسماء لمرباط¹.

- هدفت دراسة الباحثة الى:

- كشف طبيعة القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية من خلال اجراء تحليل محتوى البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية التي هي مجال الدراسة.

- محاولة معرفه مدى اهتمام القنوات الفضائية العربية الخاصة والعمومية بموضوع القيم الأخلاقية من خلال اكتشاف جهة المقارنة بين القنوات الفضائية العربية القادرة على تبليغ رسالة القيم الأخلاقية سواء كانت قنوات فضائية عربية عمومية أم خاصة.

- إستظهار أهم الخصائص الإعلامية للقنوات الفضائية العربية الخاصة والعمومية بما تتضمنه رسالتها البرمجية من قيم اختلاقيه وعكس للتفاعل الحضاري فيها والذي يعتمد على تراكم ثقافي تراثي باعتماد ادوات منهجية لمعايشه الحداثة والتغير القيمي.

- محاولة معرفه مدى إنسجام او تعارض طبيعة المحتوى الإعلامي البرامج الاجتماعي للقنوات الفضائية العربية مع القيم الأخلاقية السائدة بين افراد مجتمع الدراسة، ومن ثم المجتمع الجزائري.

- تباين قدره القنوات الفضائية العربية على إحداث تغيير قيمي أخلاقي، من خلال ما تعرضه من برامج اجتماعيه تشكل جزءا من شبكه برامجه سبب قوتها التأثيرية والإخراجية، والتنوع المخاطب للعقل والوجدان. وتمحورت الإشكالية التي سعت الدراسة لمعالجتها في التساؤل الرئيسي التالي: هل المنظومة الإعلامية التي تعتمدها القنوات الفضائية العربية هي وسيله لنشر المنظومة الأخلاقية للمجتمع العربي؟

- وجاءت التساؤلات الفرعية على النحو التالي:

- هل المنظومة الإعلامية للقنوات الفضائية العربية هي وسيله لدعم ونشر منظومه القيم الأخلاقية للمجتمع العربي؟

¹ أسماء لمرباط القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية الشروق TV، و mbc 1، و A3 والوطنية I، دراسة تحليلية مقارنة للبرامج الاجتماعية خط احمر، كلام نواعم، للعائلة، رأيك أصلح، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، 2019-2020.

- هل المنظومة الإعلامية للقنوات الفضائية العربية هي وسيلة او سبب لفساد منظومه القيم الأخلاقية للمجتمع العربي؟
- هل تعتمد القنوات الفضائية العربية في تغيير هذه القيم على منظومه القيم الأخلاقية الخاصة بالمجتمع العربي؟
- تقع هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية واعتمدت الباحثة لمعالجه إشكالية دراستها على المنهج المسحي ومن خلال المسح بالعينة، إكتفت الباحثة بدراسة جزء من أجزاء المجتمع الممثل للدراسة، والذي ينصب على عدد من الحالات، بما يساعد على التحليل الكمي والكيفي المقارن لموضوع دراستها.
- وعليه وقع اختيار الباحثة على القنوات الفضائية العربية الجامعة: قناة الشروق tv قناة جزائرية، قناة MBC1 A3 الوطنية، كما إعتمدت الباحثة على مجموعة من النظريات تحت منظور النظريات العلمية وهي: نظرية الحتمية القيمية، النظرية الوظيفية، ونظرية المسؤولية الاجتماعية، واعتمدت الباحثة على ادوات جمع البيانات المتمثلة في: استمارة سبر الرأي وتحليل المحتوى السمعي البصري للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية الخاصة والعمومية.
- ومن بين النتائج التي توصلت إليها الدراسة نذكر:
- الرسالة المشتركة بين القنوات الفضائية العربية الخاصة والعمومية في نشر رسالة القيم الأخلاقية انطلاقا من معالجه قضايا المجتمع العربي وعكس واقعه بامتداد جغرافي لدول مغاربية جزائرية وتونسية خليجية ودول المشرق العربي.
- الاقتباس في البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية والقائم على التقليد السطحي للبرامج الاجتماعية الأجنبية ولكن بصيغه عربيه وهو ما سجلناه على مستوى البرنامج الاجتماعي كلام نواجم على القناة الفضائية الخاصة والجامعة MBC1، والبرنامج الاجتماعي رأيك أصلح للقناة الفضائية العمومية والجامعة الوطنية 1.
- إعتمدت البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة في نشرها لرسالة القيم الأخلاقي
- التشويق الفكري: القائم على حرية تداول الأفكار ومناقشتها والحوار بين الضيوف والمذيعات في إطار زمني متطور.

- **التشويق القلبي:** الذي ادخل نوعا من الفرحة والبهجة كذلك الأسى على رسالة القيم الأخلاقية حسب ما اقتضته طبيعة موضوع كل حلقة.

- **التشويق الأخلاقي:** انطلاقا من الاعداد والايخارج للبرامج الاجتماعية والذي أبرز عديد القيم الأخلاقية وبأبعاد مختلفة عبرت عن التراث القيمي، وكذلك الثقافي للوطن العربي.

- **عكس البرامج الاجتماعية عينة الدراسة قيما أخلاقية بوجهها المادي والمعنوي مرتبطة بطبيعة الموضوع ذاته الخاص بكل عدد مهنية، المذيعات، مقدمات البرامج وكمخصصات في عديد المجالات في بعض الاعداد، وحتى فئات ومستويات الجمهور والحالات الفاعلة في هذه القيم التي تحلت في القيم الأخلاقية، الايمانية، القيم الاخلاقية النفسية القيم الاخلاقية الاجتماعية والقيم الاخلاقية التربوية.**

- **التعليق على الدراسة:**

هدفت دراسة الباحثة إلى محاولة معرفة مدى إهتمام القنوات الفضائية العربية الخاصة والعمومية بموضوع القيم الأخلاقية من خلال إكتشاف جهة المقارنة بين القنوات الفضائية العربية القادرة على تبليغ رسالة القيم الأخلاقية سواء كانت قنوات فضائية عربية عمومية أم خاصة.

وبينما هدفت دراستنا في معالجة البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية من خلال برنامج "قلبي اطمأن" على قناة MBC1 المواسم 4 شكلا ومضمونا، وتتفق هذه الدراسة مع دراستنا، من حيث الدراسة التحليلية للقنوات الفضائية العربية، وتحليل مضمون البرامج الاجتماعية، في حين اختلفت في النقاط التالية من حيث منهج الدراسة، العينة، الأداة، النظرية، الأهداف، مجتمع الدراسة، التساؤلات، والنتائج، وتم الاستفادة من هذه الدراسة في الجانب النظري، والمفاهيمي.

1-8- نوع الدراسة ومنهجها:

- **نوع الدراسة**

البحوث والدراسات العلمية أصناف مختلفة والتي تعتمد على معايير تصنيف متعددة، وبطبيعة الحال فالبحوث العلمية في مجال الاعلام والاتصال نصيب من تعدد التصنيفات، فغالبا ما يصنف الباحثين نوع البحث العلمي في مجال علوم الاعلام والاتصال حسب اتجاهين: الاتجاه الأول يتحدد بناءا على الهدف من الدراسة، وتصنف البحوث العلمية حسب هذا الاتجاه إلى بحوث استطلاعية، وصفية وتفسيرية

والاتجاه الثاني مرتبط بطبيعة البيانات المراد الحصول عليها أو حسب المنهج المتبع ويتضمن هذا المستوى بحوث كمية وأخرى كيفية أو نوعية¹، حيث تتمثل الفروق بينهما باختلافات تتعلق بالافتراضات الهدف، منهجية وتصميم البحث، دور الباحث، مصادر البيانات ووسائل جمعها وغيرها. كما تصنف على أساس النتائج النهائية إلى بحوث تطبيقية ميدانية وبحوث نظرية ومكتبية أساسية .

وبناء على التصنيفات المذكورة أعلاه فالدراسة الحالية تعد من الدراسات الإعلامية والبحوث في مجال الإعلام والتي تعرف بأنها "النشاط العلمي المنظم للكشف عن الظواهر الإعلامية والحقائق المتصلة بالعملية الإعلامية، وأطرافها، والعلاقات بينها، وأهدافها والسياقات الاجتماعية التي تتفاعل معها من أجل تحقيق هذه الأهداف، ووصف هذه الحقائق وتفسيرها، والتوقعات جاهات الحركة فيها².

وتدخل هذه الدراسة على أساس أهداف البحث العلمي ضمن الدراسات الوصفية التحليلية لأنها تستهدف الوصول إلى وصف كامل وتحليل لطبيعة المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في برنامج "قلبي اطمأن"، من خلال وصف مختلف القضايا الاجتماعية للبرنامج محل التحليل وذلك بتحليل شكل ومضمون حلقاته، في إطار وضع تأطير لهذه القضايا الاجتماعية، وتقديم من خلال أطر إعلامية محددة، وذلك بهدف الحصول على بيانات كافية ودقيقة عن الأسئلة الخاصة بالشكل والمضمون التي تحاول الدراسة الإجابة عنها، والتي يمكن من خلال هذا النوع من البحوث الإجابة عليها بصورة علمية منهجية دقيقة.

ثم بعد جمع تلك البيانات والمعلومات يتم تبويبها، تفسيرها وتحليلها تحليلًا شاملاً يجعل من اليسير على الباحث أن يخرج منها بنتائج ودلالات معينة مفيدة³، وتعرف الدراسات أو البحوث الوصفية

¹ - محمد البشير بن طبة، فاطمة نغاف، صلاحية البحوث الكيفية والبحوث الكمية في ظل الظاهرة الاتصالية الجديدة - قراءة نقدية-، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الثامن، أغسطس 2019، ص 262.

² - محمد عبد الحميد مرجع سابق، ص 9.

³ - مساعد بن عبد الله المحيا وعبد القادر طاش، القيم في المسلسلات التلفازية-دراسة تحليلية وصفية مقارنة من المسلسلات التلفازية العربية-، ط1، دار العاصمة للنشر والتوزيع الرياض، المملكة العربية السعودية، 1414هـ، ص

على أنها مجموعة الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها وصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها في بيئتها والمجال العلمي الذي ينتمي إليه¹.

وهي أيضا الدراسات التي تهتم بتقديم معلومات وبيانات دقيقة وحقائق راهنة عن الظواهر أو الأحداث أو المواقف، كما هي عليه في الواقع دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها، عن طريق وصفها وصفا دقيقا، وتحليلها وتفسيرها بما يقدم توضيحا للعلاقات بين عناصر الظاهرة المدروسة²، ويساعد الفرد على فهم الظاهرة محل الدراسة والعوامل التي تؤثر فيها³.

وعليه هذا يستهدف هذا النوع من البحوث تصوير وتحليل و تقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد⁴، هذا لأنّ جزء كبير من البحوث في ميدان الإعلام تعتبر بحوث وصفية، علاوة على كونها أكثر قابلية لدراسة الظاهرة الإعلامية إضافة إلى أنها تنصدر الدراسات الإعلامية مقارنة بالأنواع الأخرى من الدراسات كالأستطلاعية والتجريبية.

ولأن الدراسات الوصفية تتفق في أهدافها وخصائص المناهج المستخدمة مع طبيعة الدراسات الإعلامية التي تستخدم الدراسات الوصفية لأغراض الوصف المجرد والمقارن للأفراد والجماعات، ووصف الاتجاهات والدوافع والحاجات، واستخدامات وسائل الإعلام والتفضيل والاهتمام، وكذلك وصف النظم والمؤسسات الإعلامية الوقائع والأحداث، أنماط السلوك المختلفة، ثم وصف وتفسير العلاقات المتبادلة بين هذه العناصر و بعضها في إطار علاقات فرضية يمكن اختبارها⁵.

¹ - منال هلال المزاهرة، **مناهج البحث الإعلامي**، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط 1، 2014، 1435، ص309.

² - فريد كامل أبو زينة وآخرون، **مناهج البحث العلمي طرق البحث النوعي**، ط2، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الأردن، 2007، ص32.

³ - ذوقان عبيدات وآخرون، **البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه**، ط13، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص214

⁴ - سمير محمد حسين، **بحوث الإعلام الأسس والمبادئ**، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، مصر، ص 125.

⁵ - محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، مرجع سابق، ص 13.

وتدخل ضمن الدراسات الكمية من حيث طبيعة البيانات، أو من حيث أسلوب البحث والدراسات الكمية هي تلك البحوث التي تستخدم المناهج الكمية، وتهدف إلى القياس الكمي للظاهرة المدروسة وهذه القياسات عددية، أو من الطراز الترتيبي أكثر من أو أقل من وذلك باستعمال الحساب¹. كما يجمع هذا النوع من الدراسات البيانات من خلال استخدام أدوات قياس كمية على عينة ممثلة للمجتمع الأصلي ومن ثم تحليل و معالجة هذه البيانات بأساليب إحصائية².

وعليه نخلص إلى أن هذه الدراسة تحت عنوان «المعالجة الإعلامية للبرامج الاجتماعية في الفضائيات العربية - دراسة تحليلية لبرنامج قلبي اطمأن المواسم 4 على قناة MBC1» تنتمي للدراسات الكمية الوصفية التحليلية لاستنادها على من جهة واستنادها من جهة أخرى على المنهج الوصفي التحليلي، كما أن المعطيات المراد الحصول عليها هي عبارة عن معطيات سطحية كمية أرقام، نسب وجداول إحصائية وهذا باستخدام أداة إمبريقية هي استمارة تحليل المحتوى.

- منهج الدراسة

يقوم الباحث بتحديد الطريق أو المسلك المناسب والمؤدي إلى المعلومات حول الظاهرة محل الدراسة والمقصود به تحديد المنهج أو المناهج المناسبة للدراسة، حيث نصل للعلم من خلال إتباع مناهج صارمة، مراحل، وخطوات علمية منظمة وهادفة في إنجاز البحوث العلمية، فليس هناك بحث علمي دون منهج واضح يتم وفقا لقواعده دراسة المشكلة محور البحث، تحليل أبعادها ومسبباتها، ومعرفة جوانبها ووفقا لأدواته يتم قياسها للوصول إلى نتائج محددة يمكن تطبيقها، لذا فتحديد المنهج المستخدم أحد أهم الخطوات العلمية التي ينتهجها الباحث في القيام ببحث علمي، وفي معالجة إشكالية بحثه³.

يعرفه موريس أنجرس بأنه مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة، من أجل الوصول إلى نتيجة ما كما يمثل المسألة الجوهرية في العلم، فالإجراءات المستخدمة أثناء إعداد البحث وتنفيذه هي التي

¹ - موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، مرجع سابق، ص 100 .

² - ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، ط5، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2013-1434، ص 44

³ محمد عبد الغني سعودي ومحسن احمد الخضيرى الأسس العلمية لكتابة رسالة ماجستير ودكتورا ، الدار الأنجلو مصرية لنشر مصر ، 1992 ، ص 41.

تحدد النتائج وعليه يجب إتباع تلك السلسلة من المراحل المتتالية التي ينبغي استخدامها بكيفية منظمة ومنسقة¹.

- كذلك المنهج هو الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقيقة في العلوم المختلفة أما منهج البحث فهو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته للوصول إلى نتيجة معلومة²، إذا فالمنهج هو العمود الفقري في تصميم البحوث لأنه الخطة التي تحتوي على خطوات تحديد المفاهيم وشرح المعاني الإجرائية وإطار الدراسة واختيار المنهج وجمع البيانات وتحديد مجتمع البحث. لذلك تستوجب كل دراسة الاعتماد على منهج علمي واضح، لكي تتصف بالعلمية ونستطيع الوثوق في نتائجها³، لذلك اعتمدنا في دراستنا المتتالية تحت عنوان المعالجة الإعلامية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية من خلال برنامج قلبي اطمئن المواسم الأربعة على قناة MBC1 على المنهج الوصفي التحليلي.

ويعرف على أنه المنهج الذي يستهدف تسجيل ووصف وتحليل وتفسير الظاهرة بغرض الوصول الى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع، أو إكمالها وتطوير كذلك يعرف على أنه منهج يقوم على رصد الظاهرة كما تحدث في الواقع والتعرف على الأسباب والعوامل التي ساهمت في حدوث الظاهرة مع محاولة الوصول لنتائج تساهم في حل المشكلة من خلال الوصف والتحليل والتفسير .

• **سبب اختيار المنهج الوصفي التحليلي:** لأنه لا يقتصر على جمع البيانات الإحصائية فقط، وإنما مجاله يقوم على إحصاء البيانات والحقائق ووصفها وتفسيرها وتحليلها واستخلاص النتائج منها، ولذلك سنقوم بوصف وتفسير وتحليل ودراسة كيفية معالجة برنامج "قلبي اطمئن" للبرامج الاجتماعية على القنوات الفضائية العربية على قناة أم بي سي 1 عن طريق وصف الظاهرة وتحليل حيثياتها والخروج في الاخير بنتائج علمية من شأنها تغيير الواقع المعاش من خلال الإجابة على الاسئلة الفرعية، كذلك هدفنا من استخدام هذا المنهج هو وصفنا للظاهرة محل الدراسة ومحاولة تسليط الضوء عليها بشكل دقيق يساعدنا على معرفة أثر البرامج الاجتماعية على سلوك المجتمع.

¹ - موريس أنجريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، د. ط. دار القصة لنشر ، 2004 ، ص36.

² - د. سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث الإعلامي دليل الباحث لكتابة الرسائل الجامعية، دار الكتاب الجامعي لنشر والتوزيع، ط 1. 1441 هـ - 2020م ص: 307

³ - محمد شفيق - البحث العلمي مع التطبيقات في مجال الدراسات التطبيقية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، 2002 ، ص87 .

1-9- مجتمع البحث:

مما لا شك فيه ان لكل بحث علمي مجتمع تدور جوله الدراسة ، إلا أنه عادة ما يواجه الباحثين مشكلة الأعداد الكبيرة لمجتمع البحث محل الدراسة ، مما يجعل دراسة هذا المجتمع أمر صعب للغاية وذلك لما يترتب عليه من جهد مضاعف ووقت أطول، إلى جانب صعوبة جمع البيانات من كل أفراد مجتمع البحث.

كلها أسباب تدفع الباحث إلى دراسة عدد صغير من الأفراد يمثلون المجتمع الكلي أفضل تمثيل ويطلق على هذا العدد الصغير من الأفراد مصطلح "مجتمع الدراسة" وعليه يعرف مجتمع البحث حسب "مادلين غرافيت" : أنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص، كما أنه يقصد به جميع المشاهدات موضوع الدراسة، أو هي كافة مفردات مجتمع الدراسة¹ كذلك يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة، ويتكون مجتمع الدراسة عادة من عناصر ومفردات²، ويعد حصر مجتمع البحث أمر ضروري للإعتبارات التالية :

- تبرير الإقتصار على العينة بدلا من تطبيق البحث الأصلي كله لأن تطبيقه على كل مفردة من مجتمع البحث الأصلي، يتطلب وقتا وجهدا كبيرا.

- معرفة مدى قابلية نتائج البحث ، فتعميم النتائج يقتضي معرفة الإطار العام لمجتمع البحث الذي لا يتجاوز تعميم النتائج

- تأكيد تمثيل العينة لمجتمع البحث، فيشترط لصدق تعميم النتائج أن تكون العينة ممثلة لمجتمع البحث³.

¹ - منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، مرجع سابق . ص112.

² - أ-د ربحي مصطفى عليان، أساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، الجامعة الأردنية، عمان، عثمان محمد عبدو، جامعة البلقاء التطبيقية، ط5، مزينة ومنمقة، 2013-1434هـ، دار صفاء عمان. ص 154.

³ - علي ماهر خطاب، مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية، ط1 ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية، المكتبة الأكاديمية، 2002، ص79.

فمجتمع البحث في دراستنا يتمثل في مادة سمعيه بصرية المتمثلة في حلقات برنامج "قلبي اطمئن" بجميع مواسمه الأربعة المعروضة على قناة **MBC1** يعد برنامج " قلبي اطمأن " هو برنامج يعرض حالات اجتماعيه واقعيه ، ويعد من البرامج الإجتماعية ذات الطابع الخيري بدأ عرضه منذ 15 من مايو عام 2018 على مواقع التواصل الاجتماعي على قناة **MBC1** وغيرها من القنوات العربية، وهو من إنتاج دولة الامارات العربية المتحدة، تقوم فكرته على تقديم مساعدات للمحتاجين في مختلف دول العالم دون الإقتصار على دولة أو منطقته معينه سواء في الوطن العربي، أو خارجه ويعرض البرنامج على مدار الثلاثين يوما خلال شهر رمضان المبارك .

- عينة الدراسة :

من أهم الخصائص المميزة للدراسات الإعلامية أنها تتعامل مع قاعدة معرفية عريضة أساسها جمهور كبير الحجم أو محتوى منشور، أو محتوى مذاع خلال فترات زمنية طويلة، هذا ما يحول دون التعامل مع هذه القاعدة العريضة بأسلوب الرصد الشامل لكل مفرداتها، فيلجأ الباحث لاستخدام العينة والتي تعرف بأنها عبارته عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة، يتم اختيارها بطريقة مناسبة وإجراء الدراسة عليها.

ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي فالعينة تمثل جزءا من مجتمع الدراسة من حيث الخصائص والصفات ويتم اللجوء إليها عندما تغني الباحث عن دراسة كافة وحدات المجتمع¹، كذلك هي مجموعته جزئية من مجتمع البحث وممثل لعناصر المجتمع افضل تمثيل بحيث يمكن تعميم نتائج تلك العينة على المجتمع بأكمله وعمل استدلالات حول معالم المجتمع².

بعد تحديد مجتمع البحث المتمثل في جميع المواسم الأربعة لبرنامج قلبي اطمأن فقد توصلنا إلى أن العينة المناسبة لدراستنا هي العينة العشوائية المنتظمة حيث تمثلت عينتنا في 12 حلقة موزعة على المواسم الأربعة.

¹ د. منال هلال المزاهرة *مناهج البحث الإعلامي* , مرجع سابق, ص 112 .

² - محمد منير حجاب، *الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية*، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة ، 2000، ص133

تعريف العينة العشوائية المنتظمة:

العينة العشوائية المنتظمة هو أحد أساليب المعاينة العشوائية التي تمتاز بالسهولة والبساطة في التطبيق، إضافة إلى أنه يضمن انتشار العينة على أكبر مساحة من المجتمع بسبب أن أسلوب السحب يتم وفق انتظام متسلسل، تعتبر المعاينة المنتظمة هي الأسلوب الأكثر شيوعاً في العينات المنتظمة.

وكما يتضح من التسمية هي تلك العينة التي يتم اختيارها من بين أفراد المجتمع الأصلي وفقاً لترتيب معين ولاختيار عينة ما بشكل منتظم يتبع الباحث الخطوات الآتية :

- تحديد المجتمع الأصلي تحديداً دقيقاً اعداد .
- تحديد قائمه بأسماء افراد المجتمع الاصلي.
- تحديد عدد افراد العينة المطلوب اختيارهم من المجتمع الـاصلي.
- تحديد نسبة اختيار العينة وهي النسبة بين عدد افراد العينة المطلوب اختيارهم وعدد افراد المجتمع الأصلي.
- يبدأ الباحث في اختيار افراد العينة من قائمه المجتمع الاصلي بادئا بواحد من الأرقام المحددة في نسبه اختيار العينة¹ .

-جدول رقم (01) يمثل حلقات برنامج قلبي اطمأن المعروف على قناة " MBC1 المواسم 4 " حيث أخذنا من كل موسم 3 حلقات عن طريق العينة العشوائية المنتظمة (طريقة القصاصات) فكان المجموع 12 عينة ممثلة في الجدول التالي :

رقم الحلقات	مدة الحلقات	عنوان الحلقات
5	9.25	أم الأيتام
15	11.09	الضرب
18	10.13	سجدة شكر

¹ - د. سعد سلمان المشهداني، مرجع سابق، ص. 185-186

03	13.07	مطعم صافية
06	12.01	بيك اب
24	12.21	مركز تدريب
08	16.30	الكرم نعمة
10	16.58	الطابق الخامس
27	17.22	الارزاق مقسومة
01	30.44	إعصار
21	22.24	آخر مراحل العلاج
29	28.04	لا يوجد فقير

1-10- أدوات جمع البيانات:

-تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات:

بعد تحديد المنهج المناسب لموضوع البحث على نحو سليم يجب على الباحث فحص ما يتوافر له من أدوات علمية كأهم خطوة معتمدة في تصميم بحثه من ناحية الإجراءات المنهجية وأدوات جمع البيانات هي مجموع الوسائل والتقنيات التي يلجأ إليها الباحث لاستخدامها بغية الحصول وجمع مختلف البيانات التي تطلبها بحثه¹.

وعليه فتحديد أدوات جمع المعطيات والبيانات خطوة جزئية في غاية الأهمية في مرحلة بناء منهجية موضوع الدراسة، ويتم من خلالها تحديد واختيار الباحث لأكثر الأدوات العلمية ملائمة لاستخدامها في جمع المعطيات والبيانات المطلوبة حول موضوع دراسته، لتحقيق هدف أو أهداف بحثه وتحكم طبيعة البحث، وطبيعة التساؤلات العلمية المطروحة في عملية الانتقاء بين هذه الأدوات.

¹ صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، د. ط، دار العلوم لنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص 24

ذلك أن كل أداة تناسب جمع بيانات معينة وأدوات جمع البيانات متعددة فمنها المقابلة، الملاحظة الاستنباطية، تحليل المحتوى المجموعات المركزة وغيرها، وبما أن دراستنا تهدف بالأساس إلى التعرف على طبيعة المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في برنامج قلبي اطمأن في قناة MBC1 الفضائية.

فتحليل المحتوى يعتبر التقنية أو الأداة الأنسب في دراسة مواد ومضامين وسائل الإعلام المختلفة وترتيبه في وحدات وفئات ذات معان، وفي إطار دراستنا الوصفية التحليلية وجب علينا استخدام أدوات بحثية هي تحليل المحتوى والملاحظة العلمية لجمع أكبر قدر من البيانات الضرورية .

وعليه تشير كلمة تحليل في تحليل المحتوى إلى تفكيك الباحث للبناء المادي للمادة الإعلامية محل الدراسة إلى مكوناتها الأساسية بعمليات عقلية لكشف خصائصها والعوامل المؤثرة فيها، بينما تشير كلمة المحتوى إلى ما يحتويه الوعاء اللغوي والتسجيلي الصوتي أو الفلمي والكلامي والإيمائي من معاني مختلفة، وبحث هذا الأخيرة لتحقيق أهداف الاتصال مع الآخرين، يعبر عنها الفرد في نظام معين من الرموز لتوصيلها للآخرين¹.

وفي هذا الشأن هناك عشرات التعاريف لتحليل المحتوى نعرض أهمها: تعريف بيرلسو "Berslon بأنه أحد أساليب البحثية التي تهدف إلى "التوصيف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوى الظاهر والمضمون الصريح للاتصال"². ويراها "موريس أنجرس" أنه "تقنية من تقنيات التحليل، في إطار منهجي متكامل في العلوم الإنسانية والتي نشاركها وسيلة من وسائل جمع البيانات"³، ويعرف أيضا بتحليل

¹ - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2010، ص 250 .

² - أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة نصر الدين العياضي، الصادق رابح، الطبعة 3، المنظمة العربية لترجمة، لبنان، ص 51

³ MAURICE AGERS, INITIATION PRATIQUE LA Méthodologie DES SCIENCES HUMAINES, EME Edition, C.E.C, 2000, P172.

المحتوى بأنه "أسلوب لإنشاء الاستدلالات من خلال تحديد وتعريف خصائص الرسائل كعبارات تحمل معاني بشكل نظامي وموضوعي¹ .

- خطوات تحليل المحتوى

-ولتحليل المحتوى خطوات منهجية لا بد من إتباعها من أجل إنجاز بحث علمي منظم المحتوى:
- تحديد المواد الاتصالية: يتم في هذه المرحلة تحديد الوسائط الاتصالية التي تحمل رسالة والتي سوف تخضع للتحليل مهما كان شكلها أي يمكن أن تكون مكتوبة، سمعية، بصرية، سمعية بصرية إلكترونية بمعنى المواد الاتصالية المراد تحليلها.

- تحديد عينة المحتوى المراد تحليلها واختيار العينة الزمنية فمن حسن اختيار العينة لا بد من تحديد الإطار العام للمجتمع ومن المعلوم أن من الصفات الرئيسية لعينة البحث أن تستوفي الشروط الموجودة في المجتمع الأصلي وتعبّر عن خصائصه.

- التحديد الدقيق لفئات التحليل، بتحديد فئات الشكل كيف قيل؟ وفئات المضمون ماذا قيل؟
وحدات العد والقياس بحيث تكون واضحة وشاملة لمختلف الجوانب التي يتعرض لها الباحث في تحليله للمحتوى محل التحليل مع تصميم استمارة التحليل².

- ترميز بيانات التحليل: من خلال تحويل الرموز اللفظية لرموز كمية قابلة للعد والقياس.

- تحديد فئات تحليل المحتوى

يعتمد تحليل المحتوى إلى حد بعيد في دقته على تحديد فئات التحليل³ تعد فئات التحليل الأساس الذي يصنف عليه المحتوى الذي يراد تحليله وقياسه إلى منظومة من الأفكار التي لها علاقة مباشرة مع

¹ - شافا فرانكفورت ناشيميار، دايفيد ناشيميار، طرائق البحث في العلوم الإجتماعية ترجمة ليلي الطويل، ط1، دار بتر للنشر والتوزيع ، سوريا، 2004، ص310 .

² - عواطف عبد الرحمن وأخرون ، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، ط1. دار العربي للنشر والتوزيع، مصر 1982، ص ص :95، 91

³ - سعد سلمان المشهداني ، مناهج البحث الإعلامي، مرجع سابق، ص126.

إشكالية الدراسة وأهدافها، مع التخلي عن الأفكار التي لا تخدم توجهات الدراسة.¹ وذلك من خلال تقسيم هذا المضمون إلى فئات الشكل كيف ماذا قيل؟ وإلى فئات الشكل كيف قيل؟

في هذه الدراسة صممت إستمارة تحليل المحتوى برنامج "قلبي إطمأن" بحيث شملت فئات الشكل وفئات المضمون بما يتوافق مع تساؤلات وأهداف البحث، فكل فئة من الفئات الموضوعية تحاول الإجابة على سؤال من التساؤلات وبعد البحث، والإيضاح على الفئات بأنواعها من مختلف الكتب والمراجع صنفت محتويات التحليل محل الدراسة إلى فئات، وتحاول كل فئة من فئات التحليل الموضوعية الإجابة عن تساؤل من تساؤلات الدراسة والتي تم الإعتماد عليها في جميع معطيات الدراسة التحليلية وهي :

فئات الشكل (كيف قيل؟)

تعد فئات الشكل الفئات التي تصف المحتوى الشكلي لمواد الاتصال، وتحليلها ودراستها أو عناصر الإبراز المستخدمة في عرض محتوى الموضوع، فهي الشكل الذي قدم به المحتوى، أو تتخذه المادة الإعلامية في برنامج قلبي اطمأن، فالجانب الشكلي لمحتوى المادة الاتصالية له فعالية معتبرة في التأثير على وعي ووجدان الجمهور، فتوظيفه مدروس وهام وبعيد عن التقليد البحثي، وتحاول فئات الشكل الإجابة عن السؤال كيف قيل؟ وبناء عليه تتضمن فئات الشكل المختارة في هذه الدراسة ما يلي:

- فئة الزمن : وتعني هذه الفئة قياس المدة الزمنية أو الوقت المستغرق في عرض وبث المضامين المتعلقة بقضية أو موضوع إجتماعي معين في البرنامج محل التحليل ، وتخص هذه الفئة تحليل المواد الاتصالية التي يتعذر قياس المساحة فيها كالتغطية الإذاعية أو التلفزيونية وتقاس بالثانية والدقيقة .² وقد استخدمنا في البحث لدراسة الوقت المخصص للمضمون الخاضع لتحليل ، وإستخدمنا وحدة الزمن لقياس هذه الفئة وشملت الزمن بالدقيقة والثانية ، وتشمل الفئات الفرعية التالية : من 10 الى 15 دقيقة ، من 15 الى 20 دقيقة ، من 20 الى 25 دقيقة، من 25 الى 30 دقيقة³.

¹ - يوسف تمار ، تحليل محتوى الباحثين والطلبة الجامعيين ، ط 1، طاكسينج - كوم للدراسات والنشر والتوزيع 2017، ص 24.

² - يوسف تمار، تحليل محتوى الباحثين والطلبة الجامعيين، مرجع سابق، ص 48.

³ - يوسف تمار، المرجع نفسه ، ص 48.

-**اللغة المستخدمة:** تعبر هذه الفئة عن مستوى وطبيعة اللغة المستخدمة في عرض مضامين القضايا الاجتماعية ببرنامج قلبي اطمأن، وهي من الفئات الهامة في عملية التحليل للدراسة الحالية لما لها من تأثير كبير على مدى فهم الجمهور المتعرض واستيعابه لمضمون الرسالة الاعلامية، وتم استخدام وحدة الموضوع كوحدة لقياس هذه الفئة، وتشمل الفئات الفرعية التالية: فئة طبيعة اللغة، لهجات عربية، لغة عربية إعلامية، لغة إنجليزية مترجمة للعربية، لغة عربية مترجمة للإنجليزية، لغات أخرى¹.

- **فئة القوالب الفنية:** وتسمى أيضا طبيعة المادة المستعملة أو النوع الصحفي، وتعني هذه الفئة بالترقية بين فنون الكتابة، العمل الإعلامي وتقنيات التحرير، ويقصد بها الأشكال أو القوالب الفنية التي تقدم من خلالها البرامج والمواد الإعلامية وفي دراستنا القوالب الفنية التي قدم من خلالها برنامج قلبي اطمأن مجموعة من القضايا الاجتماعية كانت الحوار بأنواعه مباشر وغير مباشر، مقابلة، بورترية، حديث، تم استخدام وحدة الموضوع لقياس هذه الفئة² من خلال تبويب فئاته، تنظيمها وتوزيع تكراراتها في جداول.

- **فئة الدعائم المستخدمة:** يؤدي استخدام هذه الفئة إلى تدعيم قيمة المضمون المقدم لما تضيفه على هذا المضمون من زيادة في الإيضاح، التأكيد والمصادقية فضلا عما تعكسه من أفكار تضاف إلى هذه القيمة³ وتم قياس هذه الفئة باستخدام وحدة الفكرة، وتشمل الفئات الفرعية التالية: نصوص مكتوبة، صور مرفقة بنصوص، رسوم توضيحية.

- **فئة الإخراج الفني:** الكيفية التي يتم بها إخراج المادة الإعلامية باستخدام الأساليب الفنية المتمثلة في الموسيقى والمؤثرات الصوتية واللقطات المختلفة وكل ما يدخل تحت سقف الإخراج الفني من أجل لفت نظر المشاهد وزيادة إنتباهه⁴، كما أضفنا لها في دراستنا بيئة التصوير.

¹-يوسف تمار تحليل، نفس المرجع، ص 54

²- محمد محمد علي هندي، مدخل الى وسائل الإعلام وقضايا المجتمع، د ط، دار العلوم للنشر والتوزيع، مصر، 2009، ص137

³-ريتشارد بن وآخرون، تحليل مضمون الإعلام، المنهج والتطبيقات العربية، ترجمة محمد ناجي الجوهر، ط1. الكندي للنشر والتوزيع الأردن. 2014. ص 142.

⁴- يوسف تمار، تحليل محتوى الباحثين والطلبة الجامعيين، مرجع سابق، ص 53.

- فئة نوع اللقطة المستخدمة: اللقطة الواسعة جدا. اللقطة الواسعة. اللقطة المتوسطة. اللقطة القريبة. اللقطة القريبة جدا .

- فئة طبيعة بيئة التصوير الداخلي والخارجي: أماكن إقامة، استوديوهات، مستشفيات وعيادات مواقع العمل، ومركز إيواء، شوارع والأرصفة، طبيعة.

- من حيث المضمون

تهتم فئات المضمون بمادة المحتوى الإعلامي لمواد الإتصال الملزم دراستها وتحليلها ، فهي المعاني والأفكار التي تتضمنها الرسالة الإعلامية الخاضعة لتحليل في برنامج " قلبي إطمأن " وتحاول فئات المضمون الإجابة على السؤال ماذا قيل ؟ وقد تم الإعتماد على فئات التحليل الآتية :

- فئة الموضوع: تهدف هذه الفئة لغرض الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى بالمواضيع المختلفة التي تعرضها وسائل الإعلام ونقصد بها طبيعة المواضيع الاجتماعية التي يدور حولها مضمون برنامج قلبي اطمأن، وتفيد هذه الفئة في معرفة القضايا الاجتماعية الأكثر بروزا في المحتوى محل لغرض استخراج المواضيع المعروضة والتي تتكرر في برنامج قلبي اطمأن حول القضايا الاجتماعية بالعالم والوطن العربي، وبالتالي الكشف عن القضايا التي رأى الجمهور العربي والعالمى أنها ذات أهمية بمجتمعهم، وتم استخدام وحدة الموضوع لقياس هذه الفئة¹، وتشمل الفئات الفرعية التالية :

-مواضيع موجهة للأفراد

فئة القيم: تدخل هذه الفئة في تصنيف المعتقدات، الأعراف والتقاليد في حياة الأشخاص والجماعات، والتي يمكن أن تؤثر في أفكارهم وسلوكهم اتجاه الموضوع المطروح والقيمة ترتبط بالعامل الاجتماعي المرتبط بالقوانين والمعايير والضوابط التي يفرضها المجتمع من نظام اجتماعي وتراث ثقافي يتفاعل فيه الفرد، وتم استخدام الفكرة كوحدة لقياس هذه الفئة²، وتشمل الفئات الفرعية التالية: القيم الاجتماعية،

¹محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ط1، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1992-1412

²محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، دار الشروق للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 2008-

القيم الدينية، القيم الجمالية،

وهي مقسمة على محورين:

- محور القيم الموجهة للتخلي بها

- محور القيم الموجهة للتخلي بها.

- فئة الأساليب الإقناعية: تتعامل هذه الفئة مع الأساليب والطرق التي اتبعت، وتضمن هذه الفئة حصر لعرض فكرة الموضوع وشرحها لتحقيق النتائج والنهايات¹ وتتضمن هذه الفئة حصر جميع الأساليب العقلية والعاطفية التي تضمنتها القضايا الاجتماعية، ببرنامج « قلبي اطمأن»، وتم قياس هذه الفئة باستخدام وحدة الفكرة، وتشمل الفئات الفرعية التالية:

- فئة الأساليب الإقناعية العقلية: الاستشهاد بأقوال، التحليل والنقد، نسب وإحصائيات، الأمثلة الواقعية، أدلة وبراهين،

- فئة الأساليب الإقناعية العاطفية: دعم الذات، الدفء العاطفي، مخاطبة حاجات المتلقي، الاستعطاف، حكم وأمثال شعبية، الأساليب المختلطة بين عقلية وعاطفية.

- فئة الأهداف: تسهم هذه الفئة في الإجابة على ما يسعى الفرد أو الوسيلة الإعلامية أو غيرهم فهذه الفئة تهتم بقياس الأهداف ، التي يسعى المحتوى إلى تحقيقها، وتضمن لنا هذه الفئة معرفة الأهداف التي يسعى برنامج " قلبي اطمأن" إلى نشرها وأستخدم لقياس هذه الفئة وحدة الفكرة، وتشمل الفئات الفرعية التالية: التراحم والتكافل، التحدي والعمل، ترسيخ مبادئ الانسانية، بعث الأمل والتعاون.²

- فئة الفاعلين: وتهتم هذه الفئة بالتركيز على أهم القوى الفاعلة والشخصيات الأساسية التي تظهر في المحتوى وكأنها قامت بدور في أحداث المادة محل التحلي وقياس هذه الفئة يضمن لنا تحديد الأشخاص والجماعات التي تظهر وتؤثر في معالجة برنامج «قلبي اطمأن» للقضايا الاجتماعية وأستخدم لقياس هذه الفئة.

¹ سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، مرجع سابق، ص71.

² ريتشارد بن وآخرون، تحليل مضمون الإعلام ، المنهج والتطبيقات العربية لنشر والتوزيع و الأردن ، ص.138.

- فئة الفاعلين حسب الجنس: ذكور إناث.

- فئة الفاعلين حسب الشريحة الاجتماعية: كهول، شيوخ، رجال، نساء.

- فئة الجمهور المستهدف : حيث يقصد بهذه الفئة التي يتم بواسطتها تحديد الجماهير المستهدفة ، من أجل تقديم الأشكال أو الأنماط الإعلامية أو القوالب الفنية التي من الممكن تقديمها في داخل الوسائل الإعلامية ، بكافة أنواعها سواء كانت وسائل إعلامية مرئية صحفية أو صوتية، على أن يتم من خلالها التعرف على بعض القوالب الأكثر انتشاراً .

- تحديد وحدات التحليل و وحدات العد والقياس:

إنّ تقسيم المحتوى إلى فئات فقط لا يلبي البعد الكمي له، فلا يمكن قياسها إلا بعد إضافة نوع آخر من التقسيم وهو تقسيم مادة التحليل إلى وحدات تحليلية أو ما تسمى في بعض مراجع المنهجية وحدات التسجيل، ووحدات التحليل في أبسط معانيها هو الشيء الذي نقوم بحسابه فعلاً، وهي أصغر عنصر في تحليل المضمون يمكن اخضاعها للعد والقياس، إذ يُعطي وجودها أو تكرارها أو غيابها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج، ويتحكم في اختيار هذه الوحدات، وطبيعة المحتوى المراد تحليله فضلاً عن الإشكالية والأسئلة الفرعية التي ينطلق منها الباحث.

يبدأ الباحث في تقسيم المحتوى إلى الوحدات القابلة للعد والقياس أصغرها الكلمة وأكبرها الفكرة والموضوع، وتتكون وحدات التحليل من وحدات التسجيل كأصغر جزء من المضمون ووحدات السياق كأكبر جزء من المضمون يمكن فحصه، ووحدة التحليل التسجيل : أصغر جزء في المحتوى محل التحليل يختاره الباحث ويخضعه للعد والقياس، والوحدات المستعملة في تحليل المحتوى كثيرة منها : وحدة الكلمة، وحدة العبارة، وحدة الموضوع، وحدة الفكرة، وحدة الشخصية، وحدة اللقطة، وحدة المساحة ووحدتها الزمن¹. وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على الوحدات التالية :

وحدات التسجيل: لتحويل الخصائص الوصفية لعينة الدراسة إلى خصائص كمية يسهل قياسها تم استخدام وحدة العدد والحصص كوحدة قياس في هذه الدراسة وذلك لرصد وحساب التكرار الخاص بظهور كل فئة من الفئات المراد قياسها، و بالنسبة لوحدات القياس التي تم استخدامها في الدراسة الحالية هي:

¹ عواطف عبد الرحمان وآخرون، مرجع سابق، ص23

- **وحدة الفكرة:** من أكثر الوحدات استخداماً في بحوث الإعلام ، وقد تكون، جملة، عبارة أو فقرة، فتناول الفكرة كوحدة تحليل يفيد في تحديد العديد من فئات تحليل المحتوى كالأهداف والقيم.
- **وحدة المشهد:** تستخدم في المضامين السمعية البصرية، ويقوم الباحث بتقسيم المضمون إلى مشاهد مكونة من مجموعة من اللقطات التي لا تتعدى مدتها الزمنية بضع دقائق أو حتى أقل.
- **وحدة اللقطة:** تستخدم في المضامين السمعية البصرية، ويقوم الباحث بتقسيم المضمون إلى لقطات يتم حسابها وتصنيفها بناء على مشكلة البحث، وتم استخدامها في حساب تكرارات فئة نوع اللقطة الذي ظهرت خلالها القضايا الاجتماعية المعالجة في البرنامج محل التحليل.
- **وحدة الزمن :** استخدمت لقياس المدة الزمنية التي استغرقها محتوى القضايا الاجتماعية في عملية العرض التلفزيوني بالثواني والدقائق .
- وحدة الشخصية:** تستخدم الشخصية كوحدة عندما تعبر عن فكرة واستخدمت لقياس الشخصيات الواردة في البرنامج محل التحليل كقوى فاعلة وكمصادر لمضمون القضايا الاجتماعية .
- **وحدة الموضوع:** وهي عبارة عن فكرة تدور حول مسألة معينة وهي أهم وحدات التحليل والقياس في أداة تحليل المحتوى لأنها تكشف عن الآراء والاتجاهات الرئيسية في مادة الاتصال، وتختلف طبيعة الموضوعات حسب نوع المادة الإعلامية محل الدراسة¹. الوحدات كلها :
- **وحدة السياق:** السياق جزء من المضمون محل التحليل أكبر من وحدة التحليل مباشرة فالكلمة كوحدة تحليل قد تشكل الجملة سياقها وهكذا فلا معنى لوحدة التحليل إذا لم تدرج في السياق الذي جاءت فيه فهي غير خاضعة للتحليل وإنما يستعملها الباحث حتى يضطلع على المعنى المراد منها ولفهم وضبط وحداته، وتم استخدام الجملة، الفقرة والموضوع كوحدة للسياق في عملية التحليل فمن خلالها تم حساب ورود وتكرار مؤشر كل فئة من الفئات فهي الوحدة التي تشكلت فيها وحدات التحليل حيث من خلال وضعها في وحدات السياق هذه تم قياس عدد تكرار الفئات ومؤشراتها في محتوى البرنامج قلبي اطمأن بطريقة سليمة وسلسة.

¹ - محمد محمد علي هندي عمارة ،مرجع سابق ،ص - ص من 137 الى 140

- صدق وثبات أداة التحليل:

- لابد من اختيار معايير دقيقة ومنضبطة لضمان صدق ودقة المعايير المستخدمة في عملية التحليل، ويعتبر قياس صدق التحليل وثباته أهم المعايير المستخدمة في بحوث تحليل المحتوى، والهدف من التحقق من الصدق والثبات هو التأكد من أن الأداة التي يزعم الباحث استخدامها في بحثه تعد ملائمة لأغراض الدراسة وأن المصطلحات المستخدمة تؤدي إلى نفس المعنى في كل مرة ترد في ثنايا الأداة¹. وقد حاولت هذه الدراسة الوصول إلى نتائج تتسم بالصدق والدقة.

صدق أداة التحليل:

- يقصد بالصدق في بحوث تحليل المحتوى مدى قدرة وصلاحيّة أداة القياس والمتمثلة في أداة استمارة تحليل المحتوى على قياس المضمون الذي وضعت لقياسه، بمعنى هل الفئات الموضوعية في استمارة تحليل المحتوى صالحة لدراسة المضمون الذي صممت من أجل تحليله وفي تحقيق أهداف الدراسة، وما مدى هذا الصلاحيّة؟، وغالبا ما يتم قياس صدق المحتوى في البحوث الإعلامية بالشكلين الآتيين²:

-الصدق الداخلي :

يتحدد الصدق الداخلي من خلال مراجعة فئات ووحدات التحليل من مختلف المراجع والدراسات المتوفرة لدى الباحثة ثم تحديدها بدقة لتتلاءم مع طبيعة الموضوع وبوضع تعريفات وواضحة ومحددة لها مع وضوح وسلامة العبارات المحددة للفئات المطروحة في استمارة التحليل في وعلاقتها ببعضها البعض فضلا عن شمولها لتساؤلات وأهداف البحث.

-الصدق الخارجي:

-يتحدد الصدق الخارجي أو الظاهري من خلال الإستعانة بمجموعة من الخبراء والأساتذة في مجال الإعلام والاتصال، وعرض استمارة تحليل المحتوى عليهم من أجل تقييمها والحكم على مدى ملائمتها ويقوم الصدق الخارجي على مبدأ اتفاق المحكمين على مدى صلاحية الفئات الموضوعية لتحقيق أهداف

¹ - إسماعيل ابراهيم، **مناهج البحوث الإعلامية**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2017، ص 120.

² - شيماء ذو الفقار زغيب، مرجع سابق، ص 164.

الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، حيث بعد وضع الفئات الأساسية لإستمارة تحليل المحتوى وتصميمها في صورتها الأولية تم عرضها بداية على الأستاذ المشرف التي أبدى ملاحظاتها الأولية، لنقوم بعد ذلك بعرضها إلكترونياً على مجموعة من الخبراء والمحكمين في مجال الاعلام والاتصال، و طلب منهم إبداء الرأي والحكم حول فئات استمارة التحليل شكال ومضمونا، وأيضا إجراء أي تعديلات، وحذف، إضافة أي فئات يرونها ضرورية وتتناسب وموضوع البحث، لتحديد مدى اتفاق المحكمين، ملائمة وصلاحيه الفئات الموضوعه لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، في إطار ما يطلق عليه الصدق الخارجي للأداة، حيث لم يضيف المحكمون فئات جديدة إلى ما هو موجود في الاستمارة المبدئية، فيما يخص فئات المضمون، بل بالعكس اتفق الكثير منهم على حذف فئة الاتجاه ورأوا أن باقي الفئات كافية إلى حد كبير في تحقيق أهداف البحث¹.

وبعد جمع إستجابات المحكمين وتحليلها وبناء على نتائج التحكيم تم إجراء التعديلات المطلوبة التي إقترحها المحكمون وبعد وضع هذه الإجراءات وضعنا الاستمارة في صورتها النهائية لتحقيق أهداف الدراسة التحليلية .

- ثبات أداة التحليل :

-ثبات التحليل هو "طبيعة وسيلة القياس التي إذا استعملت من طرف باحثين آخرين وفي نفس الظروف تعطي نفس النتائج"² فهو بذلك دقة المقياس واتساقه، بمعنى أن عملية ثبات أداة التحليل تضمن تطابق عملية تحليل المحتوى بالمعايير المستخدمة، واستقرار في الحصول على نتائج ثابتة عند تكرار تطبيق التحليل، باستخدام نفس الأداة أي نفس فئات ووحدات التحليل مرة أخرى في المستقبل على نفس المضمون، ويتم استخراجها إما بإسناد بعض عينة التحليل لمحللين خارجيين.

وتسعى عملية الثبات إلى التأكد من وجود درجة عالية من الاتساق بين هؤلاء المحللين مختلفين، أو من خلال الاتساق الزمني بمقارنة نفس الباحث لمواد التحليل في فترتين زمنيتين متباعدتين لضمان

¹- شيماء ذو الفقار زغيب ،مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات ،الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع مصر، 2017، ص163.

²- يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، مرجع سابق، ص110

ثبات التحليل وفي الحالتين ضرورة التوصل إلى نفس النتائج¹ ويمكن تحقيق ثبات التحليل من خلال نتائج بعض المعادلات الرياضية التي تمكن الباحث من قياس درجة الثبات عبرها معادلات إحصائية - الملاحظة:

-تعد الملاحظة وسيلة وأداة من أدوات جمع البيانات والحقائق في البحث العلمي، والملاحظة العلمية هي الملاحظة المقصودة، المنهجية، المنظمة، المقيمة، المبرمجة والمخططة وتعمل على قياس وتسجيل الظواهر المدروسة بالاستعانة ببعض الأدوات العلمية، ويمكن لهذه الملاحظة أن تأخذ عدة أشكال ويكون لها وظائف متعددة تبعا لأغراض وأسلوب البحث².

-وتعتمد الملاحظة قيام الباحث بمشاهدة ظاهرة من الظواهر أو سلوك معين لفرد أو مجموعة في الميدان أو في المختبر العلمي وتسجيل مشاهداته لوقائع معينة مرتبطة بهذا السلوك أو الظاهرة، وتجميع هذه الأخيرة لاستخلاص المؤشرات منها نظرا لقدرتها ملاحظة السلوك الطبيعي دون الاضطرار إلى الكشف عن مصداقية المبحوث ما يجعلها تتمتع بقدر كبير من الموضوعية³.

يقصد بالملاحظة في مجال البحث العلمي المشاهدة والمراقبة للمكونات المادية والبيئية للظواهر المشكلات، الأحداث والسلوكيات، ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهاهدف بقصد التفسير، وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة⁴، وتوجيهها لخدمة أغراض الانسان وتلبية احتياجات⁵.

¹- تهميش: عواطف عبد الرحمان وآخرون، تحليل المضمون في الدراسات الاعلامية، مرجع سابق، ص(29)،

²- فوزي غرابية وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الإجتماعية والإنسانية، منشورات الجامعات الأردنية، الأردن، 1977، ص.33.

³- محمد عبد الغني سعودي ومحسن أحمد الخضيرى، الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، الدار الأنجلو المصرية للنشر، مصر، 1992م، ص78.

⁴- رجي مصطفى عليان البحث العلمي وأسس، مناهجه وأساليبه، إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، الأردن، 2001، ص115

⁵- محمد حسين، تحليل المضمون، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة والتوزيع، مصر، 1983، ص 43.

كما يقصد بالملاحظة المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر أو مجموعة منها، بالاستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب التي تتفق مع طبيعة الظاهرة محل المشاهدة من أجل الكشف والحصول على تفاصيل الظواهر ومعرفة صفاتها وخواصها والعوامل الداخلة فيها سمي

وقد اعتمدنا في دراستنا على الملاحظة بدون مشاركة حيث ساعدتنا هذه الأداة كثيرا بتوظيفها في ملاحظة حلقات برنامج "قلبي اطمأن"، ومشاهدتها عن قرب، ورصد مختلف الانطباعات الأولية والمعلومات اللازمة والدقيقة لجوانب الموضوع ما ساعد كثيرا في فهم طبيعة البرنامج والأفكار المطروحة من خلالها وفي تحديد تساؤلات وفئات الدراسة وحتى في عملية التحليل في الجانب التطبيقي للدراسة .

-الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة :

تعتبر الأساليب الإحصائية من أهم الوسائل التي يستخدمها الباحثون في مجالات المعرفة المختلفة والتي تساعد على التعبير الكمي لمختلف الصفات و الظواهر المراد بحثها ، كما تساعد بشكل علمي دقيق على التنظيم، عرض وتحليل البيانات والمعطيات التي تم جمعها من ثم إستقراء النتائج وإتخاذ القرار وإعتمدنا في دراستنا على مجموعة من الأساليب الإحصائية هي :

التكرارات : وقد إستخدمنا التكرارات من أجل تحديد عدد مرات بروز الفئات ومؤشراتها داخل عينة الدراسة التحليلية .

النسب المئوية : تحويل التكرارات المتحصل عليها من عينة الدراسة التحليلية إلى نسب مئوية دالة من خلال حساب نسبة حدوث كل فئة من الفئات ومؤشراتها التي تم تحليلها من خلال المعادلة :

تكرارات مؤشر الفئة * 100 / المجموع الكلي لتكرارات الفئة.

الجدول الإحصائية : تنظيم وترتيب البيانات المتحصل عليها والمتعلقة بجميع التساؤلات وعبارات مختلف فئات الشكل والمضمون في جداول لتسهيل قراءتها

الفصل الثاني

البرامج الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية

المبحث الأول

- 1-1- البرامج الاجتماعية
- 1-2- مفهوم البرامج الاجتماعية
- 1-3- كيفية إعداد البرامج الاجتماعية
- 1-4- عناصر البرامج الاجتماعية
- 1-5- خصائص وسمات البرامج الاجتماعية
- 1-6- أهمية وأهداف البرامج الاجتماعية
- 1-7- تأثير البرامج الاجتماعية.

1-1- البرامج الاجتماعية:

1-2- مفهوم البرامج الاجتماعية: هي مبادرة تهدف الى تحسين الظروف المعيشية للسكان وموجهه للمجتمع بأسره، أو على الأقل الى قطاع مهم له احتياجات معينة لم يتم تلبيتها بعد.¹

1-3- كيفية إعداد البرامج الاجتماعية: إنّ الإعداد لهذا النوع من البرامج يتطلب العمل على خلق العلاقات الاجتماعية مع الناس عامه ومع المهتمين بالدراسات الإنسانية والاجتماعية خاصة، كالأطباء النفسيين والتربويين وممثلين المؤسسات والمنظمات النفسية والاجتماعية.

- ويحتاج الاعداد إلى تنسيق وترتيب بين فقرات البرنامج، وهو يتطلب التنسيق لإنتاج كل فقره من الفقرات :

- اعداد فكره البرنامج: يتمثل في كونه برنامجا اجتماعيا يعالج قضايا تهم المجتمع.

- المحاور العامة للبرنامج: وتكون حسب نوعيه البرنامج الاجتماعي.

- تحديد مواضيع القضايا والزوايا السابقة.

- تحديد الفترة الزمنية لكل زاويه من زوايا البرنامج: وهذا حسب المدة الزمنية المخصصة للبرنامج ككل.

- جمع المعلومات: وهنا يأتي دور معد البرنامج والمنسقين معه كفريق الاعداد.

- التنسيق: يكون بين المعد والشخص المستضاف اليه تسجيل البرنامج، أو إذا كان على الهواء مباشرة حسب نوعيه البرنامج؛ وكذلك على المعد ان ينسق مع المخرج من المكتبة الموسيقية لتزويده بالمدة الموسيقية وعليه ان ينسق مع مسؤول الاستديوهات لتحديد موعد تسجيل كل فقره.

- ترتيب فقرات البرنامج.

7 - الصياغة².

¹ - محمد حسن الجعيفري: إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، ط1، دار صناع الإبداع، القاهرة، 2015، ص13.

² - الزهراء ذكار. حليلة ذكار: أثر البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة على سلوك المراهق الجزائري دراسة ميدانية على عينة من المراهقين المتمدرسين المشاهدين لبرنامج ما وراء الجدران في قناة النهار تي في ، بمدينة ورقلة، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديد جامعة قاصدي مرتاح، ورقلة، 2018، ص25.

1-4- عناصر البرامج الاجتماعية:

- تعتبر البرامج الاجتماعية شكلا من أشكال البرامج الحديثة نسبيا في الجزائر والعالم العربي تتكوّن من عناصر تميّزها عن غيرها من البرامج¹. وتظهر أبرز العناصر فيما يلي:
- مدخلات أو موارد وتكاليف.
- عمليات تحويلية للاستفادة من المدخلات لتحقيق الأهداف
- مخرجات أو منافع أو عائدات يعكس هدفها البرنامج.
- حيّز مكاني أو منطقة جغرافية لتنفيذ إطارها.
- أن يكون البرنامج تحت إدارة وجود موظّفين لتنفيذ البرنامج².
- ومنه نستنتج أنّ البرنامج الاجتماعي يحتاج كغيره من عمليات الإنتاجية إلى مراحل تكوينية يمرّ بها ليخرج في صورته النهائية للفرد المجتمع .

1-5- خصائص وسمات البرامج الاجتماعية:

- تعتبر البرامج الاجتماعية أحد الأشكال البرمجية التي تتمتع بالعديد من الخصائص والسمات التي تهتمّ في بناء هذا القالب البرمجي الذي يتمتع بالمصادقية والحيوية والجاذبية والتفاعلية مع الجمهور وذلك يجعلها أكثر شعبية وجماهيرية، وأداة قويّة للاستعانة بها في التأثير على سلوك الأفراد والقيم الاجتماعية والرأي العام³.
- يكون البرنامج الاجتماعي فعّال من خلال مجموع الخصائص والسمات التي تميّزه عن غيره من البرامج، وتتمثل أهمها فيما يلي :
- أن يتضمّن وحدات قياس للخدمات والمنجزات المراد تحقيقها.

¹ - سامي محمّد ختانتة، وأحمد عبد اللطيف أبو سعد، علم الاجتماع الإعلامي عمّان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2010 ص 46.

² - كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، جدّة، دار ومكتبة الهلال للطباعة والنشر، 2008، ص 64.

³ - إبراهيم عزيز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، الجزائر: دار الكتاب الحديث، 2012، ص 197.

- أن يكون قابل للتّعديل والتّطوير كلّ فترة.
- أن تستهدف تحقيق إشباع الحاجات الإنسانية ومواجهة المشكلات.
- مقابلة الاحتياجات المجتمعية غير المشبعة ومنع وقوع المشكلات.
- حل ومواجهة المشكلات.
- تنمية قدرات الفرد وحسن استثمارها¹.
- ارتفاع نسبة المشاهدة.
- تنوّع الجمهور المستهدف.
- التّفاعل مع المشاهد.
- المصداقية وحرية التّعبير².

1-6- أهمية وأهداف البرامج الاجتماعية:

تكمن أهمية البرامج الاجتماعية فيما يلي:

- توعية الفرد بما يدور حوله.
- إبراز مكانة الفرد في المجتمع.
- خلق الوعي لدى الفرد.
- كسر الطابوهات المتواجدة في المجتمع.
- إعطاء طرق مثلى لحلّ المشاكل في الوسط المجتمعي³.
- الأهداف:

تتمثل أهداف البرامج الاجتماعية فيما يلي :

- تنمية الاتجاهات الإيجابية والعادات الاجتماعية السليمة
- التّحذير والتّنبه من الآفات الاجتماعية والمشكلات مثل الفقر، السرقة، الطلاق وغيرها.

¹ - نورية بوقزولة، البرامج التلفزيونية في محيط متغيّر دراسة تحليلية لشبكة البرامج TV الجزائر، رسالة ماجستير جامعة الجزائر، 2003، ص 116.

² - كرم شلبي، المذيع وفن تقديم البرامج في الرّاديو والتّلفزيون، بيروت: دار مكتبة الهلال، د س ص 40.

³ - ألكسندر بورتسيكي، وأديب خضور، الصحافة التلفزيونية، دمشق: المكتبة الإعلامية، 1990، ص 31.

- إظهار مستجدات الحياة للأفراد في المجتمع.
- إبراز البيئة المحلية والعالمية وظروفها الجغرافية والاجتماعية.
- استشراف المشكلات الاجتماعية.
- تقديم حلول مؤقتة أو دائمة للمشكلات الاجتماعية.
- إبراز وعرض التجارب الناجحة على المستوى العالمي والوطني.
- المحافظة على الموروث الثقافي الاجتماعي.
- القيام بالأدوار التنقيفية، التعليمية والتوجيهية في الإطار الاجتماعي¹.

1-7- تأثير البرامج الاجتماعية:

تعتبر البرامج الاجتماعية أحد الأشكال البرمجية التي لها تأثير كبير على الجمهور من خلال ما تقدمه من مضامين إعلامية، فتعتبر أداة فاعلة في تشكيل الرّأي اتجاه مختلف القضايا والأحداث وذلك من خلال ما يلي :

- تثير اهتمام الجمهور بمختلف القضايا الاجتماعية والسياسة الهامة فقد اهتمت بموضوعات كثيرة مثل: المساواة، حقوق المرأة وقضايا المجتمع. وتعتبر البرامج الاجتماعية بمثابة مرآة تعكس مشكلات وقضايا المجتمع فتكشف السلبيات داخل المجتمع، وأحياناً تساعد على حلّ هذه المشكلات، فمنتجو ومذيعو هذه البرامج لديهم.
- القدرة على طرح مختلف القضايا التي تمس المجتمع، وجعل الجمهور يدرك أبعاد وجوانب هذه القضايا والأحداث من خلال تحليلها وتفسيرها بطرح مختلف الآراء وبالتالي يتشكل لديهم اتجاهات حول هذه القضايا كما تعدّ البرامج الاجتماعية صوت الشعب فمن خلالها يعبر الأفراد عن آرائهم ويصل صوتهم إلى المسؤولين، وهذا له تأثير على المستوى السياسي والاجتماعي داخل المجتمع.
- . ويرى علماء الإعلام والاجتماع أنّ البرامج الاجتماعية لها تأثير في المجال الثقافي والاجتماعي والترفيهي من خلال مضمونها المتنوع، وبالتالي أصبحت أحد العوامل المؤثرة في نشر كلّ القيم والأفكار والسلوكيات².

¹- ألكسندر بورتسكي الصحافة التلفزيونية، مرجع سابق ص 33

²- فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني: كتابته ومقومات نجاحه، بغداد: دار الفجر للطباعة والنشر، 2007، ص52 .

المبحث الثاني

2-1- القنوات الفضائية العربية مجمع MBC1

2-2- تعريف القنوات الفضائية العربية.

2-3- تاريخ ونشأة القنوات الفضائية العربية مجمع أم بي سي.

2-4- الخدمة البرمجية لمجمع MBC.

2-5- أهمية القنوات الفضائية.

2-6- ايجابيات القنوات الفضائية العربية

2-7- سلبيات القنوات الفضائية العربية .

تمهيد :

إنّ التطور الهائل الذي يعيشه الإعلام في وقتنا الحاضر جعل من العالم قرية كونية عالمية محددة المعالم تربطها شبكة اتصالات واحدة، وهذه مقولة القرية العالمية "Global village" قد طرحها مارشال ماكلوهان في كتابه "The Gutenberg galaxie"، وتجسد التقدم التكنولوجي اليوم في ظهور وسائل إتصال حديثة ذات خصائص تكنولوجية تميزها عن وسائل الإتصال التقليدية، والتي حققت فرصة ربط العالم عبر الأقمار الصناعية¹.

ولعل إستخدام تكنولوجيا البث الفضائي من أهم ما جاءت به هذه الثورة فتامت قوة الإعلام الفضائي ومن ثم خلق ما يسمى بالقنوات الفضائية، هذه الأخيرة التي كان لها دور فعال في نشأة العديد من البرامج في شتى المجالات من بينها البرامج الاجتماعية والدور الفعال، التي تقوم به على الصعيد العربي عن طريق الفضائيات العربية وعلى رأسهم قناة **MBC1**، حيث نجد مجموعة تلفزيون الشرق الأوسط MBC التي تعمل على جذب عددا كبيرا من مشاهدي منطقة العالم لأسبقيتها وخبرتها وتعاقدها مع كبار الشركات المنتجة العربية والأجنبية، بالإضافة إلى حرصها على تقديم مضامين إعلامية تحمل الكثير من عناصر التشويق والاثارة.

وعليه جاء هذا الفصل ليتناول كل من: تاريخ ونشأة القنوات الفضائية العربية مجمع MBC نوعية مضمونها الأهمية التي تتمتع بها هاته القنوات، وأخيرا إيجابياتها وسلبياتها. بالإضافة إلى التعريف بالبرامج الاجتماعية، خصائصهم وأهدافهم كيفية إعدادهم وغيرها من النقاط الأخرى.

¹ - رحيمة الطيب عيساني، الأثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية، أطروحة دكتوراه غير منشورة جامعة الجزائر، 2003-2004.

2-2- تعريف القنوات الفضائية العربية:

هي قنوات تبث عبر شبكه من الاقمار الصناعية كم انها قنوات حديثه النشأة تتميز بالتنوع في برامجها ومضامينها منها السياسية الثقافية الترفيهية الاجتماعية وذلك لإشباع حاجات ورغبات الشباب او المشاهد اهمها تلفزيون الشرق الاوسط وهو اول قناه عربيه تبث باقة متنوعه من برامج¹.

2-3- تاريخ ونشاه القنوات الفضائية (مجمع MBC):

-بدأ مركز تلفزيون الشرق الأوسط **MBC** Middle East Broad casting centr كأول قناه فضائية عربيه خاصة بتمويل سعودي، تبث من أستوديو هاتها المجهزة بأحدث التقنيات من منطقه فلهام (falham) ببريطانيا من 18 سبتمبر 1991.

وتم الانتقال إلى المقر الكائن في غرب لندن بعد حصولها على ترخيص من هيئة التلفزيون المستقل البريطاني "British Independent television commission" في شهر مارس 1995 وبدأت إرسالها على مدى 6 ساعات يوميا وبأسمال قدره 300 مليون بميزانية سنوية قدرها 60 مليون دولار.

وقد ساهم كل من "صالح كامل و وليد ابراهيم" في انشاء مركز تلفزيون الشرق الاوسط بنسبه 50 % من الاسهم لكل منهما؛ وفيما بعد اصبح المالك الوحيد لها ابراهيم البراهي. لقد حققت المنطقة الجديدة نجاحا سريعا فاحتلت المرتبة الاولى كمصدر لا منازع له للأخبار في العالم العربي ، حتى انها وصفت نفسها آنذاك بـ CNN الشرق الاوسط، لكن هذه المحطة لا تزال من محطات القيادة في العالم العربي (مع جمهور سعودي بشكل أساسي).

وشهدت بعدها تغيرات كبيره. ففي عام 2002 قررت MBC نقل مقرها الرئيسي الى مدينه دبي للإعلام لتصبح أكثر قربا من المشاهدين في العالم العربي في فضل صناعه الاتصال في الشرق الاوسط، بالإضافة الى ما تمتاز به مدينه دبي للإعلام من بنيه تحتيه وتقنيات انتاجيه متطورة ومواقع اقليمي وعالمي متميز .

¹ - هنا السيد، الفضائيات وقادة الرأي، مرجع سابق، ص37.

-التبعية السياسية والادارية : تعتبر قناة تلفزيون الشرق الاوسط قناه تلفزيونيه عربيه فضائية مملوكه القطاع الخاص أنشأت القناة بتمويل سعودي من قبل مجموعه " آر " الدولية وصاحبها الشيخ " وليد بن ابراهيم الابراهيمى والشيخ صالح كامل صاحب مجموعه" دله " البركة ومركزها جده ، ثم قامت مجموعه دله ببيع نصيبها في MBC ويقدر بـ 30 % من رأسمال المؤسسة، بدأ بث إرسال القناة من لندن وتم الترخيص لها من قبل الهيئة البريطانية الأهلية المختصة بشؤون التلفزيون المستقل.

- تمويل المحطة بصفة أساسيه من خلال الدخل الاعلاني باعتبار أن المحطة MBC تتيح للمنتج العربي للوصول الى المستهلك بكثافه وتشير سجلات المحطة إلى أن المساحة الإعلانية في برامج محطة MBC تمثل إحدى عشرة دقيقه من كل ساعه إرسال قنوات مؤسسة "آر" الوسائل الاعلام ومركزها جده . مهمة التسويق الاعلاني لمركز تلفزيون الشرق الأوسط خلف لمؤسسه "تهامة" التي كانت تتولى مسؤوليه التسويق الاعلاني لمحطه MBC سابقا.

كما تعتبر البرامج المكفولة إحدى وسائل التمويل إلهامه بينما يبحث بعض الخبراء الإعلاميين فكرة إستغلال المحطة الكامل يؤيدون إحتمال قيام احدى الحكومات العربية بالمساهمة في تمويل المحطة¹.

2-4- الخدمة البرمجية:

-يمتد إرسال MBC على مدار الساعة، تقدم محطه تلفزيون الشرق الأوسط مجموعه متنوعه من البرامج يأتي في مقدمتها الفقرات الإخبارية، تولي المحطة إهتماما خاصا لنقل الحدث وأبعاده ووجهات النظر حوله، بالإضافة الى تقديم العون للقضايا العربية والاسلامية، من خلال تخصيص أيام لعرض هذه القضايا وجمع التبرعات لها. وشن الحملات الإعلامية لمساعدته أهالي البوسنة وضحايا مذبحه قانا اللبنانية، ودعم القدس.

-يتميز قسم الأخبار بوجود عدد كبير من المرسلين والمندوبين، بالإضافة الى المكاتب التي تغطي أنشطتها غالبية العواصم العربية، لتقديم خبر بأقصى سرعة وإحاقه بتحليل، كما يقدم مركز تلفزيون

¹ - الأسد صالح علي الأسد، انفجار الفضائيات العربية، الابعاد، الأهداف، التأثيرات الثقافية، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2012م، ص-ص61،60.

الشرق الأوسط العديد من النشرات الإخبارية، الرياضية، النشرات الجوية، بالإضافة الى عرض سريع لأهم العناوين الاخبارية بصفه مستمرة¹.

-تتميز خدمات MBC الإخبارية باعتبارها مصدر شهرتها، حيث تناول الاخبار والبرامج الإخبارية بمنظور الاتزان وعرض وجهات النظر المختلفة حول الاحداث وتغطيه الأحداث الحساسة التي تمس تصميم الاهتمامات العربية مثل: حرب اليمن، أحداث البوسنة، المفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية مؤتمر السلام واللقاءات التي إنفردت بها المحطة مثل لقاءها مع الرئيس الأمريكي كلينتون كأول لقاء تجريه محطه تلفزيونية عربية مع رئيس أمريكي على الاطلاق، وتعتمد محطه MBC في تغطيتها الإخبارية على النمط الغربي السريع في تقديم الاخبار والتحليلات الإخبارية، ومناقشات المائدة المستديرة وتتناول الموضوعات السياسية المختلفة التي تتردد الخدمات التلفزيونية، التي تخضع للسيطرة في العالم العربي تناولها.

وأدى وجود الخدمة في لندن الى تمتع بحريه أكبر في الحركة الإعلامية. كما تتميز البرامج المقدمة عبر القناة :جودة الاعداد، حداثة الموضوع، تحقيق رغبات المشاهدين، حسن إختيار المقدمين، أناقه تقديم البرامج من حيث المقدمين والديكور والإخراج وفنون الانتقال بين الفقرات. ولكن بعض الخبراء يرون أن القناة ليست على درجة حياد تامة حيال بعض الموضوعات بحكم مصادر تمويلها².

يطلق على مركز التلفزيون الشرق الأوسط MBC1 وذلك بعد إطلاق المجموعة التلفزيونية العربية الخاصة لمجموعه من القنوات الفضائية المتخصصة

-قناة **MBC2**: أطلقت قناة MBC2 في عام 2003 والذي تعد قناة ترفيهية تبث إرسالها بصورة مفتوحة باللغة الإنجليزية على مدار اليوم، تقدم أحدث الأفلام الأجنبية، تقدم إرسالها من البحرين، تعتبر قناة متخصصة في مجال السينما والأفلام الأجنبية خاصة الأمريكية، يدخل ضمن ملكية القناة إضافة لمالكي مركز تلفزيون الشرق الأوسط شركاء من البحرين ومنتجي الأفلام تقدم قناه MBC2 ما يزيد عن

¹ - حسن عبيد، الفضائيات العربية والتجارب الدولية في الدمج الاقتصادي، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر أعمال المؤتمر الدولي، بحث علمي قدم ضمن كتاب المؤتمر 11 حول التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية ، مركز جيل البحث العلمي ، طرابلس لبنان ، 22-24 أفريل 2016، ص، ص 152،153

² - حسن عبيد، مرجع سابق، ص 154

300 فيلم في الشهر يغلب عليها الانتاج السينمائي الامريكى الحديث و تقدم القناة ارسالها بين الاقمار الصناعية بصوره مفتوحة، كما انها مفتوحة بصوره مشفره ضمن باقات Awael pehla firstnet تعد MBC2 أشهر المحطات المتخصصة المجانية التي تجذب نسبة كبيرة من الجمهور العربي.

- قناة **MBC3** أطلقت هذه القناة في عام 2004 وتعد قناه ام بي سي 3 متخصصه في البرامج والمسلسلات الكرتونية للأطفال، تستهدف قناة الجيل الجديد من المشاهدين الصغار بحيث تقدم لهم برامج الكرتون والمغامرات العلمية وبرامج الاطفال المختلفة.

-قناة **MBC4** أطلقت قناتها MBC4 في عام 2005 وهي قناه مفتوحة متخصصه للترفيه العربي وتعرض البرنامج والمسلسلات الأجنبية بصفه عامه والأمريكية بصفة خاصة من خلال ترجمة عربية مرافقة للبرامج والمسلسلات. تقدم قناة MBC4 البرامج المتنوعة، الحوارية، الدراما، الاخبار، تلفزيون الواقع والكوميديا باللغة الإنجليزية والترجمة الى العربية، كما تقدم عدة برامج شهيرة Dr Phil Oprah بالإضافة الى المسلسلات والبرامج الإخبارية الحصرية المنقولة من الشبكات الأمريكية وبرامج المسابقات وحفلات توزيع الجوائز الموسيقية السينمائية.

- قناة **MBC action** أطلقت مجموعه MBC قناتها في 5 مارس 2007 تقدم القناة المسلسلات والافلام الحافلة بالحركة، والتشويق والإثارة بالإضافة إلى برامج الواقع والبرامج الشبابية ذات الايقاع السريع على مدار الساعة، تهدف القناة الى مخاطبه الجمهور المهتم بمتابعه الافلام المليئة بالتشويق والإثارة ولاسيما الذكور تستخدم جموعه قنوات MBC، المختلفة الحروف والأرقام اللاتينية في تصميم شعارها كما نجحت مجموعة mbc في استخدام شعار رئيسي تنبثق منه مجموعات الشعارات الفرعية لقنواتها المختلفة.

-**mbc MAX** أطلقت المجموعة في عام 2008 قناة MBC MAX بوصفها ثاني قناة مجانية متخصصة في عرض الأفلام السينمائية الغربية في العالم العربي. وتعرض القناة مجموعة من الأفلام الرومانسية والكوميديا وألشكن على مدار الساعة.

-**mbc Drama** : تم إطلاق MBC Drama في 2009 وهي قناة تلفزيونية مشفرة وتقدم مزيج من المسلسلات العربية و المدبلجة إلى العربية تبث على مدار الساعة. وتعد ك MBC Drama ثمرة تعاون مشترك بين مجموعتي MBC و OSN.

-أم بي سي دراما: تم إطلاق MBC دراما في 2010 التي تعرض على مدار الساعة مجموعة متنوعة من الأعمال الدرامية المختلفة الخليجية والسورية والمصرية، في عرض أول وحصري، وتعاد حلقات المسلسلات مرتين على مدار اليوم، لتتيح للمشاهدين اختيار الوقت المناسب لهم، استنادًا إلى نمط حياتهم، ورغباتهم في المتابعة.

-شاهد : في شهر جويلية من عام 2011، أعيد إطلاق موقع "SHAHID"، بوصفه أول منصة عربية تقدم خدمة "الفيديو حسب الطلب" في منطقة الشرق الأوسط. ويُعد الموقع الأول من نوعه الذي يعرض المحتوى الحصري الخاص بقنوات MBC، إلى جانب عرضه لمحتويات عربية أخرى. وفي الشهر نفسه أطلقت MBC خدمة HD أو «التلفزيون عالي الجودة»، وهي تكنولوجيا تتيح للمشاهدين رؤية الصورة أوضح 4 مرات من الصورة العادية.

-باقة MBC مصر: أطلقت مجموعة mbc في نوفمبر 2012 قناة MBC مصر مستهدفة السوق المصري، فهو الأكبر عربياً من حيث عدد السكان، كما أنه صاحب إنتاج ضخم في الدراما العربية خصصت القناة لتقدم تغطية للشأن المصري بكافة أبعاده. كما شهد شهر ماي من عام 2012 إطلاق شركة "EVENTIQUE" المتخصصة في إدارة الفعاليات والتحضير للمناسبات وتصميم الأفراح.

-MBC BOLLYOOD: أطلقت قناة في 26 أكتوبر عام 2013. تعرض القناة مجموعة من إنتاجات بهوليوود السينمائية والمدبلجة، ناهيك عن عدد من البرامج التي تسلط الضوء على مشاهير بوليوود وحياتهم وإطلاقاتهم في المهرجانات الهندية والعالمية وغيرها. وشهد العام نفسه إطلاق MBC Variety وهي قناة منوعات عامة، تبث مزيج من المسلسلات الأجنبية، إلى جانب المسلسلات والأفلام المتميزة التي تعرض للمرة الأولى على الشاشة.

إضافة إلى برامج "التوك شوا" برنامج حوارى وما ميز القناة تقديم تجربة مشاهدة متواصلة دون انقطاع، حيث تعمل بشعار «لا للإعلانات التجارية». وفي شهر جوان 2013 أطلقت مجموعة MBC مبادرة "MBC الأمل"، والتي تسعى من خلالها إلى المحافظة على التزامها القيمي والأخلاقي تجاه المجتمع. وكانت أولى مبادراتها في هذا الإطار حملة "غرد بالخير" في شهر سبتمبر من العام نفسه. كما لحقتها حملات أخرى منه "سوريون بال عنوان". و "aim Train For" و "stars on board".

MBC MASER2- في أكتوبر 2014 أطلقت مجموعة MBC قنواتها " MBC مصر 2" وتقدم القناة باقة متنوعة من البرامج الحوارية، الرياضية، الفنية والمسابقات، ومجموعة من الإنتاجات الدرامية المصرية، العربية والعالمية.

mbc IRAQ - في 17 فيفري 2019 تم اطلاق بث قناة MBC IRAQ، وهي قناة موجهة للجمهور العراقي بشكل خاص. وانطلق بث قناة mbc 5 في الـ 21 سبتمبر 2019 وهي قناة موجهة لدول المغرب العربي.

-المستقبل : حسب موقع مجموعة MBC: " من أجل الحفاظ على ريادتها المنقطعة النظير في خدمة المشاهد، تعمل مجموعة MBC بكل جد على تطوير منصات جديدة، ووسائل إعلام مبتكرة، وقنوات اتصال فعالة لعشرات الملايين من محبي قنوات MBC في العالم بأسره، لتبقى MBC في قلوب وعقول المشاهدين والمستمعين والمتصفحين عبر الإنترنت¹ .

2-5- أهمية القنوات الفضائية وتأثيرها على المجتمع:

-تتبع أهمية القنوات الفضائية من قدرتها على احتواء أفراد المجتمع بجميع طبقاته وأطيافه فهي تقدم ما يريده الصغير وما يرغبه الكبير من الجنسين، في أي مكان وزمان وهي تلبي أهداف النسق الاجتماعي السياسية والاجتماعية والتربوية والتعليمية والصحية وأهمية القنوات الفضائية يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- إن القنوات الفضائية تجمع بين الكلمة المسموعة والصورة المرئية مما يزيد من قوة تأثيرها.
- إن القنوات الفضائية تتميز بقدرتها على جذب المشاهد وخاصة المراهقين وتحقيق درجة عالية من المشاركة من خلال ما تقدمه من مواد تعليمية وترفيهية إضافة إلى التأثير الاجتماعي الذي تقوم به.
- تتعامل مع المشاهد مباشرة، فالمرسل في هذه الوسيلة يخاطب المستقبل وجها لوجه حيث يخزن الوقائع والصور ويختصر الزمن بين وقوع الأحداث وعرضها على المشاهدين مباشرة أو بعد حين.

¹ -إيمان عبد الحكيم زايد، دور القنوات الفضائية المصرية في معالجة القضايا الاجتماعية للجمهور المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، مصر، 2016 ص-ص 200-203.

- إمكانية نقل الأحداث الاجتماعية على الهواء ساعة وقوعها ونقل الكثير من الجوانب الثقافية والمعنوية والمادية للمشاهد ونقل خبرات الأشخاص ذوي المواهب والتخصصات النادرة، والقاء المحاضرات وعرض البرامج والندوات والأفلام العلمية والوثائقية والتاريخية ونقل حياة الشعوب وأساليب حياتها .
- الصورة المتحركة الناطقة التي تقدمها القنوات الفضائية تجعل المشاهد يتابع الأحداث في مكانه دون ان يكلف نفسه عناء السفر أو الخروج من منزله للبحث عنها، مما يوفر الوقت والجهد والمال¹.
- تتميز القنوات الفضائية بقدرتها على تحويل المجردات إلى محسوسات، وتعد وسيلة جذابة للكبار والصغار، فهي تمتلك القدرة الفنية التي تمكنه من تحويل الخيال إلى صورة واقعية والواقع إلى خيال فهو وسيلة ناجحة للدعاية والإعلان.
- وفي المنطقة العربية كان النظام الإعلامي العربي يستقبل الرسائل المرئية كوسيلة اتصال حديثة، ومن الضروري الإشارة إلى نقطتين لعبتا تأثيرا كبيرا في نشأة القنوات الفضائية العربية وهما:
- إن القنوات الفضائية أصبحت ضرورة إعلامية لعالمنا.
- تفهم القادة للتأثير الذي تقوم به القنوات الفضائية كوسيلة مهمة لإدارة الشعوب سياسيا واجتماعيا. إن وسائل الاتصال الجماهيري لها تأثير على النساء وبالأخص القنوات الفضائية، فقد أصبحت ذات أهمية بالغة الأثر ليس على الصعيد الإعلامي فحسب، وإنما على جميع أنماط الحياة، فهي تعمل بطريقه أو بأخرى في التأثير على حياتنا سلبا أو إيجابا. فلو أحسن استغلالها، فسوف تكون ذو تأثير فاعل في تشكيل سلوك النساء، وإذا لم تستغل الاستغلال الجيد فأنها ستكون معول هدم للأبناء²، أن الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية في الحياة الاجتماعية والثقافية مغير لسلوك الأفراد والمجتمعات المعاصرة بسبب تأثيرها الكبير في تشكيل مفاهيم الناس و تصوراتهم عن كافة شئون الحياة، بالإضافة إلى ما تقوم به من تزويد الأفراد بالخبرات المتنوعة في كثير من المجالات³.

¹ - محمد زكريا، القنوات الفضائية والقيم الاجتماعية، د ط، الإسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب 2002، ص22.

² - البوهي، فاروق، والشنو، فوزية، وسائل الإعلام المرئي و أثرها على شخصية الطفل العربي وثقافته ط1، القاهرة، 1996م، ص123.

³ - البكري، فؤاد. التعليم والإعلام وتشكيل الوعي الثقافي للطفل، المؤتمر العلمي الأول القاهرة. كلية رياض النشر 1996، ص112.

2-6- إيجابيات القنوات الفضائية :

- يتمثل دور الايجابي الذي تلعبه القنوات الفضائية العربية، حيث أن هذه الأخيرة تتمتع ببعض المميزات اهمها:
- تعتبر القنوات الفضائية العربية أحدث وسائل الاعلام الحضارية في الدول العربية التي تمتلكها وتعبر عن سياستها، كما تعتبر لسان حالها خارج حدودها الى عالم مفتوح وبلا حواجز، تنشر اخبارها وتعلم عن انشطه المختلفة وتركز على كل احداثها ومناسباتها ايجابيه كانت أم سلبيه، تبرز سلوكياتها، تدافع عن شرعيتها كما تهاجم خصومها، وتعرض وجهه نظر دولها في الكثير من القضايا والمشكلات الإقليمية والعالمية.
- أوجدت هذه الفضائيات نوعا من المعرفة المتبادلة بين الدول العربية، وهي بذلك تسهم في ترسيخ ما اسماه منها ب: المشروع الثقافي العربي من خلال تعزيز التعبير باللغة العربية الفصيحة، وبصياغة التي تضمن سلامه التركيب وجوده الاداء.
- الحصول على المعلومات عن الاقطار العربية مباشرة ومدعومة بالصورة وبالمشهد الحقيقي المائل أمام المشاهد، والقضاء على دور الوسيط والفاعل غير الامين، وهذا ما أتاحتها الطبيعة التعددية الإعلامية التي تتسم بها هذه القنوات الفضائية.
- البرامج السياسية الفكرية القائمة على الحوار المباشر بين الأطراف الموجودة في البلد الواحد.
- توحيد نقل المناسبات العامة وتقليل التكلفة مع هيئات التلفزيون في البلاد العربية كالأولمبياد الدولية والإقليمية كأس العالم وفق كل ذلك نقل الشعائر الدينية من مكة المكرمة اثناء شهر رمضان ومواسم الحج الى بيت الله الحرام.
- تعد القنوات العربية بمثابة التراث المنطقي للأجداد العربية التاريخية الغابرة فهي تعمل على دعم التلاحم وتعزي التضامن بين المجتمعات العربية في الخارج، كما استطاعت ان تحافظ على اللغة العربية لدى الجيل الثاني والثالث، وكذلك الأول من المهاجرين.
- اثناء شخصيه الانسان العربي والاسهام في الحفاظ على هويته الوطنية والقومية¹.

¹ - ماجدة عبد الفتاح الهلباوي، الاعلام ودوره في حل مشكلات المجتمع العربي، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2014، ص81.

2-7- سلبات القنوات الفضائية:

- انتشار الشعوذة والسحر عبر فضائيات.
- عملت بعض الفضائيات على التدهور في المستوى الاخلاقي.
- شيوع الثقافة الاستهلاكية.
- نشر الحرام وترويجه من العري والتفسخ والتفنن في تصوير العلاقات المحرمة وهدم القيم والحياء والعفاف والطهر لا تكاد تسلم فتاه من ذلك.
- تقديمها للجريمة والعنف والاجرام في صورته مثيره ومحفزه للاقتناء ومغريه للصغار وضعاف العقول بمحاذاته
- الإضرار وخصوصا على الأطفال كضعف البصر والانحناء وكذلك مع طول الجلوس.
- البرامج الإلكترونية تؤدي الى سلوك اجرامي وموجات التلفاز الكهرومغناطيسية تتسبب في القلق¹.

¹ - ماجدة عبد الفتاح الهلباوي، الاعلام ودوره في حل مشكلات المجتمع العربي، مرجع سابق، ص 82.

المبحث الثالث

- 2-3- البرامج التلفزيونية في الفضائيات العربية.
- 2-4- أشكال وقوالب البرامج التلفزيونية بالفضائيات العربية.
- 2-5- عوامل نجاح البرامج التلفزيونية في الفضائيات العربية.
- 2-6- بعض المظاهر السلبية للبرامج التلفزيونية بالفضائيات العربية.

2-4- أشكال وقوالب البرامج التلفزيونية في الفضائيات العربية:

تصب الفضائيات كمصدر أو وسيط اتصالي الرسالة الإعلامية أو المحتوى المتلفز إلى المتلقي في قوالب، فنون صحفية وأشكال فنية تتسم بخصائص ومميزات تتناسب مع كل فكرة من هذه المواد الإعلامية المختلفة في الشكل والمضمون، فعرفت البرامج التلفزيونية تصنيفات عديدة وفق معايير مختلفة وظلت تتفتح على فترات زمنية معينة خاصة مع ظهور أشكال أو قوالب جديدة في بنية وتركيب برامج التلفزيون.

فاختلاف وتباين الجمهور في فئاته، احتياجاته، ورغباته جعل المضامين التي تنشرها وتبثها الفضائيات العربية تختلف، وتتعد وتتعد هي الأخرى، ووفق التصنيف العربي الذي انتهت إليه مجموعة الخبراء العرب عام 1982 في تونس أمكن الاعتماد على أربعة أبعاد يمكن أن يصنف بمقتضاها أي برنامج تلفزيوني بعد أن قدمت تصنيفات متنوعة للبرامج بالمعنى الفني للكلمة، وهذه الأبعاد هي:

- **هدف البرنامج:** ويمكن حصر الهدف من عرض البرنامج في الأخبار، الترفيه، التعليم، التثقيف والتوعية وغيرها من الأهداف وتسمى البرامج بناء على هذا المعيار البرامج الإخبارية، الترفيهية، الرياضية وغيرها.

- **شكل البرنامج:** وهو القالب الفني الذي توضع فيه الفكرة المراد عرضها، ونقول فني لأنه يتضمن عناصر الإثارة والتشويق بهدف جذب المتلقي، وتسمى البرامج على أساس هذا المعيار البرنامج الحوارى، البرنامج التحقيقي وغيرها.

- **مضمون البرنامج:** ويقصد به المحتوى الذي يحمله البرنامج من الأفكار، الآراء والمعلومات التي يتضمنها البرنامج.

الجمهور: فكل شريحة أو فئة من الجمهور اهتمام مختص ونوعية مختصة من البرامج وينطبق الحال على جنس الجمهور، طبيعته المهنية، العمرية، الثقافية وغيرها، فتسمى البرامج في هذا المعيار برامج المرأة، برامج الأطفال، برامج النخبة وغيرها¹.

¹ - عمار إبراهيم محمد الياسري، البرامج التفاعلية التلفزيونية مظهرات الشكل وبنائه الدرامي والدلالي، ط1، دار الرضوان للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص، ص33، 32.

- ويمكن أن نضيف إلى المعايير السابقة ما يلي:
 - حسب اللغة المستخدمة: وتكون اللغة حسب طبيعة المجتمع المتوجه له منها اللغة العربية الفصحى اللهجات العربية، اللغة الأجنبية، اللغة الأجنبية المترجمة للعربية وغيرها.
 - حسب البث: ويقصد بها الفترة التي يتم فيها عرض البرنامج وهي البرنامج الصباحي، برنامج الظهرية البرنامج المسائي وبرنامج السهرة ونضيف أيضا حسب دورية البث فهناك البرنامج الأسبوعي¹.
- والمعايير التي اعتمدها هذا التصنيف أكثر أهمية من باقي التصنيفات التي قدمت قبل هذا التاريخ وحتى بعده كونه يملك إمكانيات التكيف مع كل حقبة زمنية وخصوصيتها فضلا عن قدرته على إضافة أنواع أخرى يمكن لها الظهور لاحقا كما حدث مع ظهور برامج الواقع التفاعلية مثلا فيمكن بناء على هذه الأبعاد تصنيفها بكل سهولة وليونة. وبما أن الفضائيات العربية لا تخلو في بنية العرض الخاصة بها من بث يومي لبرنامج تلفزيوني أو أكثر بغض النظر من النوع الذي يتخذه والحديث عنها يتسع ليشمل العديد من الأشكال الفنية البرمجية، ويمكن أن نذكر أشهر أنواعها وتصنيفاتها في الفضائيات العربية فيما يلي:

- البرامج الإخبارية:

- شغلت البرامج الإخبارية حيزا هاما في البرمجة التلفزيونية للفضائيات العربية كما شغلت شريحة واسعة من الجمهور المتعطش للمعرفة خاصة في المجال السياسي والأمني خاصة ما تعلق منها بالقضايا الوطنية والعربية وتعمل هذه البرامج على اشباع حاجة الفضول لفهم ومعرفة المشهد السياسي العربي.
- ولقد اتفق باحثون ومهنيون على تعريف البرامج الإخبارية بأنها شكل من أشكال الإنتاج التلفزيوني وتدور حول الأخبار وتهدف إلى تعريف المشاهد بأشخاص، قضايا، أنشطة أو أحداث سياسية أو علمية أو ذات فكر محدد تؤدي إلى زيادة معلوماته وإثراء ثقافته، وهذا النوع من البرامج التلفزيونية يأخذ عدة أشكال فرعية كبرامج الرأي، المناظرات التلفزيونية وغيرها².

¹ - أسامة ظافر كباره، برامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للطفل، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2003، ص 235.

² - هالة إسماعيل بغدادي، دور التلفزيون المصري في التبادل الإخباري العربي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 1994، ص 65.

- البرامج الحوارية:

- تعتبر برامج الحوار أو المقابلات أكثر برامج القنوات التلفزيونية الفضائية رواجاً وانتشاراً، وتنقسم البرامج الحوارية إلى ثلاثة أقسام رئيسية هي:

- **حوار الشخصيات:** ويعتمد هذا النوع على اختيار شخصية مناسبة وتسلط الضوء على جوانبها المختلفة وتقديمها للمتلقى، من خلال طرح مجموعة من الأسئلة البسيطة والمباشرة وفي نفس الوقت تتميز بالقوة والعمق حول كل ما يتعلق بحياة، أفكار وأهداف هذه الشخصية ونجاح هذا النوع من برامج الحوار على مجموعة من العوامل لعل أبرزها مدى كفاءة المحاور في خلق جو من التشويق للمتلقى بما يقدم من جدة في المعلومات وأهمية في الآراء من طرف الشخصية.

- **حوار المعلومات:** يهدف هذا النوع إلى الحصول على أكبر قدر من المعلومات والبيانات حول موضوع في مجال من مجالات الحياة المختلفة، ويُدلي بهذه المعلومات خبراء ومتخصصين لهم علاقة بالموضوع المسطر وبإمكانهم تقديم كل التفاصيل ما يحتاجه المتلقى حول الموضوع والتي تخدم تحقيق الهدف المحدد مسبقاً من هذا الحوار.¹

- **حوار الرأي:** يعتمد هذا النوع على استطلاع رأي شخصية عادية أو شخصية متخصصة أو أكثر حول قضية، موضوع أو حدث معين بالحوار والتعليق مع استخدام البراهين والأدلة التي تؤكد هذه الآراء المعروضة.²

- **البرامج الترفيهية:** يجمع ويوحد هذا النوع بين أشكال عديدة تتخذها البرامج الترفيهية لعل أبرزها البرامج الموسيقية، البرامج الغنائية، البرامج الجماهيرية وبرامج المسابقات والألغاز وغيرها من البرامج التي لها وظيفة الإمتاع والتسلية، تحقيق الاسترخاء والتحرر العاطفي ورغم ذلك فجميعها يعكس قصد أو بدون قصد قيم واتجاهات معينة.³

¹ - حسن علي محمد، فنون الكتابة والحديث للراديو والتلفزيون، ط1، دار البيان للطباعة والنشر، مصر، 2005، ص80.
² - صونيا عفان، أساليب الحوار التلفزيوني في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2011-2012، ص 48.

³ - حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر 2008، ص101، 100.

- ويتطلب نجاحها قدرة وتمكن من مقدم هذه الأشكال لإخراجه في صورة مترابطة ومأثرة في نفس المتلقي، كما يندرج تحت هذا النوع العديد من البرامج التي تشمل عناصر أخرى مثل استضافة نجوم الفن ونجوم الغناء الموسيقي الرقص وغيرها، وتشمل مجموعة من الفقرات ذات تصور منتظم موحد والمنطلقة من موضوع رئيسي محدد¹.

- البرامج الوثائقية:

- وتسمى أيضا بالأفلام التسجيلية وتعرف بأنها كافة أساليب التسجيل لأي مظهر من مظاهر الحقيقة ويتم عرضها بوسائل التصوير المباشر أو بإعادة بنائه بصدق وعند الضرورة ويجب أن يشتمل على ثلاثة عناصر هي: قصة ووقائع حقيقية دون تأليف، أشخاص حقيقيون ومكان حقيقي فهي لا تعني بالبناء الدرامي المؤثر ولنجاحها تسعى لتحقيق الإمتاع، الإقناع والإبداع، كما يرتبط بالظواهر الاجتماعية والاقتصادية².

- البرامج التفاعلية:

- أشهرها برامج تلفزيون الواقع برامج المسابقات، برامج الألعاب برامج المواهب، البرامج الحوارية التفاعلية.³

2-5- عوامل نجاح البرامج التلفزيونية في الفضائيات العربية:

يمكن القول ان الأخبار والمعلومات في البرامج التلفزيونية شأنها شأن السلع الاستهلاكية ولنجاحها تعمل الفضائيات على تسويقها للمتلقي بشكل جذاب ومغري كما تسوق السلعة الاستهلاكية إلا أنها تتميز عن السلع الأخرى بمسؤوليتها الاجتماعية نحو ما تقدمه⁴. وعليه تشترك جملة من العوامل لتساهم في نجاح البرامج التلفزيونية في الفضائيات العربية وأبرز هذه العوامل هي عناصر العملية الاتصالية من

¹ - Robert. L Hilliard, ترجمة مؤيد حسن فوزي، الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، ط1، دار الكتاب الجامعي، لبنان، 2014، ص335.

² - أيمن عبد الحليم نصار، اعداد البرامج الوثائقية، د ط، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص44.

³ - عمار إبراهيم محمد الياسري، مرجع سابق، ص 66.

⁴ - كارولين ديانا لويس، ترجمة محمود شكري العدوي، التغطية الإخبارية للتلفزيون، ط1، المكتبة الأكاديمية للنشر، مصر 1993، ص 184

القائم بالاتصال ومستقبل الرسالة باعتبارهما مكونين رئيسيين لعملية الاتصال دون أن نتجاوز أهمية القناة والرسالة الإعلامية في فاعلية الاتصال الذي يحقق بدوره هذا النجاح.

فهذه العناصر جميعها لها شروط محددة يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار لضمان نجاح أي برنامج تلفزيوني، فيجب أن يكون المرسل متمكنا من الموضوع الذي يطرحه في البرنامج، وأن يكون المتلقي مؤيدا أو على الأقل محايدا اتجاه الموضوع المطروح، وأن تتمتع القناة بالصدق والموضوعية و بثقة المتلقي، أما الرسالة فيجب أن تتمتع المضامين التي تحملها بأهمية و أن تكون ذات صلة وثيقة بالمتلقي¹.

- ومن عوامل نجاح البرامج التلفزيونية أيضا الإنتاج الجيد لها حيث تمر عملية إنتاج البرامج في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية بمجموعة من المراحل حتى تخرج في شكلها النهائي وتشارك هذه البرامج في كثير من هذه المراحل مهما اختلف شكل ومضمون هذه البرامج²، وتتمثل أهم المراحل في :

- مرحلة التخطيط والإعداد :

-تعد مرحلة الإعداد الأساس الذي تبنى عليه بقية المراحل ومختلف العناصر في البرنامج التلفزيوني كالتقديم التصوير الإنتاج والمونتاج وغيرها، ويهتم الإعداد بالمعالجة الفنية لنص من النصوص حتى يمكن تقديمه بالطريقة التي رسم لها والتي تلائم وتناسب طبيعة شاشة التلفزيون كوسيلة إعلامية وتختلف عملية الإعداد لتتكيف مع طبيعة البرنامج التلفزيوني المراد الإعداد له، ويتطلب هذا العمل مؤهلات غير عادية تجمع بين الموهبة، التكوين الأكاديمي والخبرة، وعموما تشمل مرحلة الإعداد مجموعة من المراحل الجزئية هي:

- **مرحلة تحديد واختيار فكرة الموضوع:** يعد اختيار الفكرة المنطلق الرئيسي لأي برنامج فبدون فكرة لن يكون هنا عمل أو برنامج تلفزيوني، وبدون فكرة جيدة، مبتكرة وجذابة لن يكون هناك برنامج ناجح وعليه فأولى خطوات النجاح هو انتقاء موضوع جيد في مجال من مجالات الحياة، كأن تكون الفكرة حول حدث معين، قضية أو حتى شخصية بغض النظر عن مجال تصنيفها، إضافة إلى انتقاء مواضيع واقعية

¹ - محمود أحمد لطفي، برامج التوك شو وإعلام الأزمات، ط1، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص، ص 32

31،

² - سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، مرجع سابق، ص، ص190، 189.

تتصل بالأحداث والوقائع الجارية المثارة على الساحة أو يكون الموضوع أو الظاهرة المنتقاة قديمة طرأت عليها مستجدات.

كما يجب أن يهتم هذا الموضوع أكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف وتثير انتباهه تمشكالاته، كما تتعدد وتختلف مصادر الحصول على الأفكار والمواضيع منها معدي البرامج أو فريق الإعداد، الذي يتواجد على مستوى الفضائيات العربية الذين يستطيعون من خلال المعيشة الكاملة للواقع، الإحساس بمشكلاته وقضاياها واهتماماته وخبراتهم الشخصية أن يخلقوا أفكارا قابلة للتجسيد التلفزيوني، فضلا عن الاحتكاك بوسائل الإعلام المختلفة، قراءة الكتب والاطلاع على البحوث والدراسات التي تقوم بها مراكز البحوث والجامعات، كل هذه تمثل روافد مهمة لخلق وإيجاد أفكار جيدة وجديدة.

- **مرحلة تحديد الأهداف:** يتم في هذه المرحلة تحديد غرض البرنامج أو تقديم معلومات معينة لفئة من الجمهور وتختلف هذه الأهداف باختلاف الفكرة المتبناة بين التثقيف، التوجيه التعليم، المتعة والترفيه .

- **مرحلة تحديد فئة الجمهور المستهدف:** يتم في هذه المرحلة تحديد الجمهور المستهدف من البرنامج هل هو نساء، شباب طالب، عمال، من الريف أو المدينة أي محاولة الالمام بمختلف خصائص، حاجات واهتمامات كل فئة على حدي لأن ذلك يساعد على اختيار الأسلوب والطريقة الأمثل لمخاطبته وفي صياغة الرسالة الإعلامية المناسبة وهذا الأسلوب يجب أن يختلف من فئة لأخرى¹.

- **مرحلة البحث عن المادة الإعلامية:** بعد الاستقرار على الفكرة الأساسية يتم في هذه المرحلة البحث لجمع والحصول كل المعلومات الخاصة بالفكرة والموضوع المطروح والاتصال بالمصادر المختلفة مع جمع الأدلة والإحصائيات اللازمة ليكون مقدم البرنامج ملما بكل جوانب الموضوع، بعدها يبدأ في صياغة أسئلة لموضوع الفكرة المنتقاة فضلا عن مراعاة الأساليب العلمية في صياغة الأسئلة كأن تكون غير مركبة، غير محرجة، مراعية لمستوى الجمهور المتوجه إليه كما تحمل عناصر الجذب، والتشويق ويحبذ أيضا أن تكون قصيرة و غير موحية بالإجابة في إطار الموضوع وتوجيهه نحو مسار معين في سبيل الحفاظ على الهدف العام وأيضا ضمن اختصاصات ضيف أو ضيوف البرنامج، إذا كان يتطلب ذلك ما يساهم في تحفيزه لإبداء آرائه لنصل في النهاية إلى إعداد وتحضير سيناريو تلفزيوني جيد سواء بشكل كامل

¹ - محمد الجعيفري، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية و التلفزيونية ، مرجع سابق ، ص، ص59،58 .

وفيه يستطيع فريق الإعداد التحكم في كل عناصر البرنامج أو بشكل غير كامل بحيث لا تتم عملية التحكم تلك.

-مرحلة الإنتاج:

-يتم في هذه المرحلة تنفيذ كل ما كتب وتم تحديده على الورق في مرحلة الإعداد والتخطيط عمليا وإلى واقع مرئي وذلك بالتعاون والتنسيق مع فريق العمل ومع جميع عناصر الإنتاج والعمل الفني من ديكور تصوير، إخراج ومونتاج وغيرها ومتابعة سير العمل وفقا للطريقة المتفق عليها في المرحلة السابقة وبما يتوافق وطبيعة التلفزيون كوسيلة إعلامية.

-مرحلة العرض والتقييم:

- بعد الانتهاء من العمل الإنتاجي ومراجعته يتم بث العمل التلفزيوني وظهوره على شاشات التلفزيون ليتم فيما بعد تقييمه لتحديد نقاط القوة والضعف لمناقشتها ولتقويمها لتعزيز فكرة البرنامج بما يضمن نجاحه فترة طويلة من الزمن¹.

2-6- بعض المظاهر السلبية للبرامج التلفزيونية في الفضائيات العربية:

إنّ اختلاف وتنوع البرامج التلفزيونية المقدمة على مختلف الفضائيات العربية سواء الحكومية او الخاصة، العامة أو المتخصصة بين المحلية والأجنبية قد يؤدي بالضرورة وبشكل من الأشكال إلى تشكل أضرار بعينها على المتلقي أو المشاهد العربي تختلف درجة وجودها وحدتها من برنامج تلفزيوني لآخر ويتحكم في هذه الأضرار مجموعة من العوامل، لعل أبرزها طبيعة المضمون الإعلامي المقدم وطريقة استقبال وزاوية رؤية المتلقي له ومدى ملائمته لأفكاره وخبراته السابقة.

وفي العموم يمكن تصنيف الأضرار التي يمكن أن تحدثها البرامج التلفزيونية في الفضائيات العربية على النحو الآتي²:

¹ - زينب محمد عبد المنعم ورشا محمود سامي، تخطيط البرامج الإعلامية للطفل، ط1، عالم الكتب، مصر، 2012، ص85.

² - سليم عبد النبي، مرجع سابق، ص، ص 30، 32.

- الأضرار الاجتماعية: يمكن حصرهم الأضرار التي يمكن أن تحدثها البرامج التلفزيونية في الفضائيات العربية على المستوى الاجتماعي في:

- إضاعة الوقت مما يسبب اشاعة الكسل وتعطيل الإنتاج وصرف الطلاب عن الدراسة.
- قطع صلة الارحام حيث انشغل الناس بالتفرج على ما لا ينفعمهم ويقتل وقتهم فلا يتزاورون وان فعلوا فلا يتحدثون بقدر ما يتحلقون حول الشاشة.
- الدعوة الصريحة إلى بعض الجرائم من عنف، قتل وسرقة وغيره.
- قلب الموازين بجعل من لا يستحق كالراقصات ومن عل شاكلتهن واهمال اهل العلم مما يفقد الام هويتها.

- تمرد الأبناء على الآباء بالمشاهد التي تدعو إلى ذلك، إضافة إلى ظهور المشكلات بين الأزواج من جراء المنظر المحرم¹.

- الأضرار الدينية: يمكن حصر أهم الأضرار التي يمكن أن تحدثها البرامج التلفزيونية في الفضائيات العربية على المستوى الديني في:

- تضييع الصلوات وعدم أدائها خاصة مع الجماعة بسبب الانشغال بما يعرض من برامج مغرية وقت الأذان والصلوة مما قد يسبب الانصراف عن هذه الفريضة عند البعض.
- نشر الدجل والسحر والعرافة والكهانة كما يعرض في الكثير من البرامج خاصة برامج الصغار فضلا عن وجود فضائيات عربية تهتم بنشر العرافة والأمور الروحانية كما أشار التقرير السنوي للبث الفضائي العربي لعام 2016.

- الطعن في بعض ما جاءت به الشريعة الإسلامية من أحكام كالحجاب وتعدد الزوجات.
- إنقاص أجر الصائمين أو حتى إذهابه كلياً بسبب ما يشاهدونه من رقص وعري في البرامج الرمضانية.

- تحمل بعض البرامج التلفزيونية بين ثناياها الامور الشركية مثل الإلحاد بقدرة بعض الخلق على مضاهاة الله في تدبير أمور الكون وهذه الأمور لا يقدر عليها إلا الله سبحانه تعالى.

¹بيداء ستار لفته وهالة فضال حسين، الآثار السلبية للبرامج التفاعلية الفضائية، دراسة تحليلية من وجهة نظر المشاهدين (، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، المجلد 06 العدد 2014، 01، ص42.

- انتشار الحلف بغير الله وتعظيم غير الله وخشيته واعتقاد حصول الشفاء والبركة من غير الله تعالى وهذا من الشرك البين.
- دعوة بعض البرامج التلفزيونية إلى تعظيم اليهودية والنصرانية وفي المقابل تشويه الدين الاسلامي والاستهزاء به.
- الأضرار الصحية : يمكن حصر أهم الأضرار التي يمكن التي تحدثها البرامج التلفزيونية في الفضائيات العربية على المستوى الصحي في:
 - الإضرار بالبصر كثرة السهر والجلوس طويلا بلا حركة يؤدي البدن.
 - تسبب مشاهدة بعض البرامج في ارتفاع ضغط الدم والتوتر العصبي وتسارع نبضات القلب.
 - الأضرار الأخلاقية:
 - يمكن حصر أهم الأضرار التي يمكن التي تحدثها البرامج التلفزيونية في الفضائيات العربية على المستوى الأخلاقي في:
 - اثاره الشهوات مما يسبب كثرة الفواحش التي تسبب زوال الأمن.
 - اكتساب الشخصية الهزلية وانحسار الجدية بفعل البرامج الترفيهية والمنوعات التي ربت جيلا تافها لا هم له إلا الضحك، التسلية والكلام البذيء.
 - تعليم المشاهدين الغناء، الخلاعة، العلاقات المحرمة وكل ما يجر الى الرذيلة.
 - تصوير الرذائل الخلقية كالكذب والخداع والرشوة وغيرها من الكبائر على أنها بطولة وذكاء.
 - الأضرار التاريخية: يمكن حصر أهم الأضرار التي يمكن التي تحدثها البرامج التلفزيونية في الفضائيات العربية على المستوى التاريخي في
 - تحريف حقائق التاريخ مثل الزعم بان اليهود أصحاب قضية عادلة والتقليل من شان أبطال الإسلام حيث تمثل أدوار لقادة الفتح الاسلامي والعلماء وتظهر بهيئة مبتذلة كما يمزجون القصص الحقيقية بقصص أخرى خرافية.
 - إيقاع المسلمين تحت وطأة الهزيمة النفسية بما يعرض من أنواع آلات الحرب عند الكفار فيعتقد المسلم أنهم لا يهزمون.

- الأضرار النفسية: يمكن حصر أهم الأضرار التي يمكن التي تحدثها البرامج التلفزيونية في الفضائيات العربية على المستوى النفسي في:
- يؤكد علماء النفس ان التلفاز يقوم بمهمة تربوية جوهرها التخدير والانصراف عن الواقع الى عالم خيالي مريض كما يؤكدون انه يربي العنف وينعكس ذلك على المشاهدين بإصابتهم بالغثيان وأمراض نفسية كالخوف والعدوان .
- الترويج لعملية التربية الموازية والمعاكسة للتربية المطلوبة فأبناؤنا يعيشون تناقضا رهيبا بين ما يدعو اليه الاسلام مما يجعلهم يصابون بالصراع النفسي وانفصام الشخصية¹
- على الرغم من ازدياد عدد قنوات البث الفضائي العربي إلا أن ذلك لم يوكبه زيادة في حجم إنتاج برامج التلفزيون العربية، فمعظم الفضائيات العربية تواجه مشكلة عدم قدرتها على تلبية الحاجات النفسية والاجتماعية والثقافية لمشاهديها ويعتمد بعضها بنسبة كبيرة على البرامج التلفزيونية الأجنبية المستوردة، هذه الأخيرة غالبا ما تحمل أهداف وغايات مقصودة بلغات معينة ومحدودة، مما يحاصر كثيرا الثقافات واللغات القومية، وتقلص من مقوماتها وخصوصيتها وبخاصة الدول الغير قادرة على الإنتاج الاعلامي والثقافي المتميز بلغاتها والسبب يرجع إلى عوامل فنية و حضارية وتنظيمية، فالإنتاج الوطني يتطلب تكاليف تفوق أثمان شراء الانتاج المستورد.

¹ - علي عبد الفتاح كنعان الإعلام والمجتمع، ط1، دار اليازوري العملية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014 ص، ص .115،118

خلاصة الفصل

إنّ تأثر العالم العربي بمختلف التطورات بات واضحا جدا ، شهد ظهور العديد من القنوات الفضائية التي إنتشرت بصورة سريعة جدا، وبأشكال مختلفة من حيث الملكية، التوجه، التخصص ومع إنتشارها وتنوع برامجها وكبر حجم جمهورها ، مما زاد من أهميتها وتأثيرها وبرغم من الإختلافات العديدة فيما بينها إلى انهم يجمعهم قاسم مشترك واحد ألا وهو تحقيق الربح ، مما خلق بينهم جو من التنافس فيما بينهم ولتقديم مضامين إعلامية أفضل.

ومن هنا ظهرت البرامج في شتى المجالات ووضعت البرامج ذات الطابع الاجتماعي بصمتها في القنوات العربية ولأن هذا النوع من البرامج يجلب المشاهد والمتلقي لكن ها الأمر خرج بأثار جانبية مخلفا بذلك سلبيات تواجهها الفضائيات العربية رغم ما تقدمه من إيجابيات، كما أننا تطرقنا إلى تفصيل في قناة MBC1 كونها من أهم القنوات في الساحة العربية الإعلامية.

الفصل الثالث

عرض وتحليل وتفسير البيانات

الدراسة التحليلية للبرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن"

2-4- عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية.

2-5- عرض البيان والمعلومات الأولية عن البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن"

2-6- عرض النتائج الخاصة بتحليل خصوصية فئات الشكل للبرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن" مع تحليل وتفسير الأبعاد الكمية المتحصل عليها ووضعها في سياقات مناسبة.

2-7- عرض النتائج الخاصة بتحليل خصوصية فئات المضمون للبرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن" مع تحليل وتفسير الأبعاد الكمية المتحصل عليها ووضعها في سياقات مناسبة.

تمهيد :

إنّ تصنيف وترتيب وعرض البيانات التي تم جمعها لتحقيق غرض البحث بالأداة العلمية الملائمة "إستمارة تحليل محتوى" من عملية تحليل شكل ومضمون حلقات البرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن" بشكل منظم في جداول إحصائية من خلال تكرارات ظهور كل فئة من فئات الشكل والمضمون للمضامين محل الدراسة والتحليل مما يجعله قابلاً للفهم والإستيعاب، والتحليل والتفسير تعد خطوة مهمة وخطوة ضرورية من خطوات البحث العلمي كون الباحث يقوم بالتحليل والمعالجة الإحصائية لكل ما تم جمعه في المراحل السابقة للوصول بعدها إلى نتائج وبالتالي الإجابة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها. ووضع التوصيات.

فالهدف الأساسي من تنظيم وعرض البيانات في جداول خاصة هو تسهيل إستعمالها وتحليلها أيضاً وذلك بإستخدام طرق وتقنيات مما يتناسب مع طبيعة الدراسة¹ وهذا ما سنتناوله في هذا البحث من عرض تحليل كمي وكيفي للبيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة وتفسيرها في ضوء المقاربة النظرية المعتمدة في الدراسة، والنتائج التي توصلت إليها الدراسة التحليلية لمواضيع القضايا الإجتماعية التي عالجها البرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن" إستناداً لاستمارة تحليل المحتوى المعدة للإجابة عن التساؤلات المطروحة، وفق عينة مكونة من 12 حلقة من برنامج قلبي إطمأن لسنة 2018، والتي تناولت عدداً من القضايا الإجتماعية التي يعيشها الفرد في المجتمعات العربية.

¹ - ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي، الأسس النظرية والتطبيق العلمي، ط.2، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن 2008 - ص 285 .

2-5- معلومات أولية تحليلية عن البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن":

نستعرض في هذا الجدول مجموعة من البيانات الأولية عن البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن" وذلك من أجل توضيحها

الجدول رقم (2) يوضح بيانات ومعلومات أولية عن البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن"

	شعار البرنامج
شخص إماراتي الأصل يخفي وجهه عن الجمهور يدعى "غيث الإماراتي"	مقدم البرنامج
- YouTube اطمأن Qalby Etmaan -	الموقع الرسمي للبرنامج
/https://www.facebook.com/qalbyetmaanshow https://twitter.com/qalbyetmaan?lang=ar https://www.instagram.com/qalbyetmaan	روابط البرنامج على مواقع التواصل الاجتماعي
	جهة البث

- لمحة تعريفية عن برنامج قلبي إطمأن:

يعد البرنامج التلفزيوني "قلبي اطمأن" من بين البرامج التلفزيونية الاجتماعية الذي تم بثه خلال شهر رمضان على قناة MBC1، وقنوات تلفزيونية عربية أخرى، وقدرت عدد حلقات البرنامج 30 حلقة فتم فيها عرض الجهات التي دعمت البرنامج، بالإضافة إلى الإشادة بدور حكام الإمارات العربية المتحدة سواء كان ذلك البلد أو خارج ، حيث تتراوح المدة الزمنية للبرنامج 12 دقيقة و22 دقيقة، يبث مباشرة مع موعد الإفطار في شهر رمضان وهذا الوقت الذي يتواجد فيها أغلبية المسلمين على مائدة الإفطار يتم تمويل البرنامج من طرف الهلال الأحمر الإماراتي بدرجة الأولى، بالإضافة إلى العديد من المؤسسات الخيرية ورجال الأعمال من دول عربية مختلفة.

يشرف على البرنامج مصورين وتقنيين مجهولين لدى الرأي العام العربي لغايات متعددة ، يقدم البرنامج شاب يدعى غيث يخفي ملامحه على الجمهور، وهذا يخلق مبررات عديدة منها أنه يريد التميز بفكرة برنامج جديدة. كما أن فكرة البرنامج هي الأولى من نوعها وذلك بظهور إعلامي يخفي ملامحه مما جعل المشاهد يقبل على مشاهدة البرنامج مما خلقه من فضول لدى المشاهد لم يكتفي غيث بإخفاء وجهه بل تعدى ذلك إلى تغيير في نبرات صوته وصوت الضيوف أيضا ، وقد ظهر ذلك جليا في جينيريك البرنامج، فبدلا من تقديم المشرفين على البرنامج قدموا شعاره والجهات الداعمة له ورقم الهواتف للاتصال بالبرنامج .إلى جانب عرض التي يتم تقديم بها البرنامج والمحظية التي تلازم المذيع في ظهره في جميع أسفاره ، كما يتم عرض رسومات عديدة لها دلالات عبي حب الخير بين الناس، وكذلك ضرورة نشر السعادة بين الناس، حتى لو كانت بأمر بسيطة وضرورة التضامن والتعاون بين الناس¹.

ويعرض البرنامج على شكل حوار حيث يتم اللقاء في غالب الأحداث في الشوارع والأزقة حيث يتم برمجة اللقاءات مع الأشخاص المحتاجين إلى المساعدة بدون علمهم وذلك بالتنسيق مع جهات متعددة؛ الأصدقاء، الأهل، رفاق العمل وغيرها. أما طريقة التصوير فتتم بطريقة متخفية دون علم الحلات بذلك .كما يتخلل البرنامج العديد من الفواصل الموسيقية ولها دلالات عديدة ، بحيث يتم عرض فواصل داخل البرنامج للفصل بين المشاهد واللقطات، بالإضافة إلى موسيقى الجينيريك الذي يبدو أنها

¹ - بعض شعارات البرنامج " الدنيا بخير مادام النا بخير : "بسم الله نبدأ سعادة شديدة " إبحث عن نفسك بين دعاوي الناس «، لا مستحيل تحت الشمس " إصنع سعادة جديدة" "السعيد ممكن ما يملك كل شيء ولكنه يملك القناعة ... الخ).

مستوحاة من البيئة الإماراتية للفنان راشد الماجد بعنوان "دين الحب"، حيث يركز هذا الأخير في كلماته على نشر السعادة والخير والعطاء .

-مقدم البرنامج غيث الإماراتي:

هو شاب إماراتي يقدم برنامج "قلبي اطمأن" حيث دارت فكرة البرنامج في الأساس حول هذا الشاب من الإمارات العربية المتحدة تحت مسمى غيث الإماراتي، يقوم هذا الأخير بتقديم مساعدات للمحتاجين تحت شعار "سنقضي على الفقر أين ما كان" حيث أنه لا تقتصر مساعداته على الدول العربية بل اجتاز ذلك وذهب إلى بعض دول العالم الغير العربية ، حيث إعتد المسؤولون عن البرامج بأن يحدثون فرق في هذا البرنامج الاجتماعي على غيره من البرامج الأخرى، وذلك من خلال جعل هوية مقدم البرنامج الأساسي مجهول، وغير مكشوفة وذلك للتركيز في المقام الأول على عمل الخير فقط وليس على الشخص الذي يقوم بهذه المهمة، ولم يكتفوا فقط بإخفاء ملامحه على الجمهور بل سعوا أن يبدلوا ملبسه في كل موسم، من أجل ألا يتعرف عليه الجمهور. إضافة إلى ذلك تغيير في صوته، فهو لا يظهر في برنامجه بصوته الحقيقي، فقد اعتبروه الكثير من الدول أنه مثال للخير والسلوك الإنساني الإيجابي الذي يجب أن يقتدي به الكثير.

2-6- عرض النتائج الخاصة بتحديد فئات الشكل لمادة الإتصال للبرنامج الاجتماعي

"قلبي إطمأن" مع تحليل وتفسير الإبعاد الكمية المتحصل عليها:

تعد فئات الشكل الفئات التي تصف الكيفية التي قدمت به الوسيلة الإعلامية المحتوى الإعلامي وتهتم بأسلوب عرض المحتوى.¹ فهي بذلك الفئات التي تهتم بوصف كيفية وأسلوب عرض محتوى البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن" لمختلف القضايا الاجتماعية وذلك للإجابة على السؤال كيف قيل؟ والتي تندرج منها فئات فرعية تصب حينها في جانب الشكل، وفي هذا العنصر نستعرض تحليل لكل الفئات الرئيسية والفئات الفرعية التي تصف المحتوى الشكلي للقضايا الاجتماعية في البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن"، والتي تم توضيحها بكثير من التفاصيل في عناصر الإجراءات المنهجية للدراسة والتي جمع بياناتها من خلال إستمارة تحليل محتوى، وفئات الشكل في هذه الدراسة خمسة:

¹ - محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، مرجع سابق ص 147.

1. فئة الزمن .
2. فئة اللغة .
3. فئة القوالب الإعلامية .
4. فئة عناصر الإبراز والدعم .
5. فئة الإخراج الفني .

1- الفئة الزمنية المخصصة للقضايا الاجتماعية المعروضة في البرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن"

بما أنّ فئة الزمن تستهدف قياس الوقت أو المدة الزمنية التي أتاحها الوسيلة الإعلامية لإبراز موضوع معين بذلك تعكس درجة الاهتمام ومكانة هذا الموضوع حيث كلما زادت المدة الزمنية دل ذلك على أهمية الموضوع والعكس صحيح . و إستخدامنا لهذه الفئة سيساعدنا في معرفة درجة إهتمام البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن" بمعالجة القضايا الاجتماعية وهذا ما تعكسه معطيات الجداول الآتية.

- جدول رقم (3) يوضح تكرارات ونسب فئة المدة الزمنية لكل حلقات العينة للبرنامج الاجتماعي "قلبي اطمأن"

الترتيب	النسب المئوية %	التكرار	المدة الزمنية
1	50%	6	من 10 الى 15 د
2	25%	3	من 15 الى 20 د
4	8,35%	1	من 20 الى 25 د
3	16%	2	من 25 الى 30 د
-	100%	12	المجموع

- يبين الجدول رقم (3) اجمالي تكرارات والنسب المئوية للمدة الزمنية لكل حلقات برنامج قلبي اطمأن ونلاحظ اختلاف المدة الزمنية لكل حلقة حيث كانت النسب من 10الى 15 دقيقة ب 50%بتكرار 6 مرات، و من 15الى 20 دقيقة ب 25% بتكرار 3مرات، ومن 20 الى 25 دقيقة بنسبة

8.35% بتكرار مرة واحدة من 25 الى 30 دقيقة بنسبة 16.65% بتكرار 16.65% ونلاحظ اختلاف في المدة الزمنية لكل حلقة (وهذا راجع الى خصوصية كل قضية واختلاف اسلوب طرحها ومعالجتها في الحلقة وايضا لأهمية القضية ودرجة انتشارها ومساسها بالفرد وتتجسد أهمية معرفة الوقت المخصص لكل حلقة في معرفة الوقت لطرح المشاكل و القضايا الاجتماعية تهميش: مذكرة قمره صفحة 326) حيث بلغ الزمن الكلي الحلقات محل التحليل 198 دقيقة و 99 ثانية بما يعادل 12 حلقة .

- وتدل اهمية حساب المدة الزمنية على دلالة اهتمام البرنامج محل الدراسة بالقضايا الاجتماعية سواء في المجتمعات العربية او الغربية¹ التي عالجها كقضايا الاعصار، المراحل الأخيرة لعلاج السرطان، وغيرها من المشاكل الاجتماعية.

كما قد تكون هذه المدة كافية وذات فعالية في بناء معنى محدد في ذهن المتلقي حول ما طرح من مشاكل اجتماعية تؤثر بشكل كبير على عملية الإقناع خصوصا اذا كانت الرسالة محددة و واضحة و مباشرة² وهذا ما لمسناه في البرنامج تهميش : قمره مرجع سابق نفس الصفحة.)

- تشير النتائج إلى أن البرنامج خصص وقتا كبيرا لطرح القضايا الاجتماعية المتمثل في 198 د و 99 ث مقارنة بالوقت الكلي للبرنامج المحدد وهذه المدة الزمنية ذات دلالة على اهتمام البرنامج محل الدراسة بالقضايا الاجتماعية في المجتمعات العربية والأجنبية على حساب القضايا الأخرى، كما قد تكون هذه المدة كافية وذات فعالية في بناء معنى محدد في ذهن المتلقي حول ما طُرح من قضايا اجتماعية وتؤثر بشكل كبير على عملية الإقناع خصوصا إذا كانت الرسالة محددة وواضحة ومباشرة.

- جدول رقم (4) يوضح توزيع الحجم الزمني في معالجة القضايا في كل حلقة من البرنامج الاجتماعي "قلبي اطمأن" موزعة بين المشاركين وبين مقدم البرنامج غيث:

¹-وهيبة مسامح. مرجع سابق,326.

²- وهيبة مسامح. مرجع سابق,326.

زمن المشاركين		زمن مقدم البرنامج		الزمن الكلي للحقة بدقيقة	عنوان الحلقة	رقم الحلقة
النسبة المئوية %	الزمن بدقيقة	النسبة المئوية %	الزمن بدقيقة			
4,92%	7	2,63%	1	9 د 24 ثا	ام الايتام	5
5,63%	8	5,26%	2	11 د 9 ثا	الضربير	15
4,92%	7	7,89%	3	10 د 13 ثا	سجدة شكر	18
6,33%	9	7,89%	3	13 د 7 ثا	مطعم صفية	3
4,92%	7	10,52%	4	12 د 1 ثا	بيك أب	6
4,92%	7	10,52%	4	12 د 21 ثا	مركز تدريب	24
7,74%	11	7,89%	3	16 د 30 ثا	الكرم نعمة	8
7,74%	11	7,89%	3	16 د 58 ثا	الطابق الخامس	10
8,45%	12	7,89%	3	17 د 22 ثا	الارزاق مقسومة	27
16,90%	24	13,15%	5	30 د 44 ثا	إعصار غوني	1
11,26%	16	7,89%	3	22 د 24 ثا	اخر مراحل العلاج	21
16,19%	23	7,89%	3	28 د 48 ثا	لا يوجد فقير	29
92 د 99 ثا	142	99,94%	38	198 د 99 ثا	مجموع الحلقات	

- يبين الجدول رقم (4) إجمالي المساحة الزمنية لكل حلقات برنامج قلبي اطمأن الخاضعة للتحليل مع النسب المئوية لهذه المدة الزمنية مقسمة بين كل من مقدم البرنامج " غيث" الذي حصل على 38 دقيقة من إجمالي المدة الزمنية للبرنامج محل التحليل، اما المشاركين فتحصلوا على 142 دقيقة من إجمالي

المدة الزمنية للبرنامج محل التحليل، ووفق نظرية الأطر الإعلامية فمن عوامل تحديد الجمهور إزاء القضايا المختلفة هو تحديد الوقت الممنوح لكل عنصر من عناصر العملية الاتصالية والنتائج المتحصل عليها تبين حصول المشاركين على أعلى عدد من الدقائق ألهم ليكونوا في مقدمة الترتيب مقارنة بالقائم بالاتصال أو مقدم البرنامج. الذي حصل على مجموع دقائق أقل وهذه النسبة المتاحة للمشاركين تعد مرتفعة جدا حيث تتيح القنوات الفضائية غالبا وقت زمني قصير نوعا ما للمقدم وتتيح نسبة أكبر للمشاركين كونه يتيح مساحة زمنية كبيرة لإستقبال الآراء وفيما يلي النسب التفصيلية للمدة الزمنية لكل حلقة مقسمة بين مقدم البرنامج والمشاركين في محتوى البرنامج محل التحليل، بحيث من قراءتنا للجدول أعلاهم رقم (4) نجد أن:

- **الحلقة الأولى:** أم الأيتام: كانت المدة الزمنية الإجمالية لهذه الحلقة **9 دقائق و24 ثانية**، واستحوذ فيها غيث على دقيقة واحدة بنسبة **2.63%** في حين استحوذ صاحب المشاركة على **7 دقائق** بنسبة **4.92%** وهو الزمن الذي عرضت فيه القضية المتمثلة في حكاية ناديا وهي أرملة تربي يتيمين تسكن في غرفة محروقة سقط سقفها، تتبع الزلابيا لتكسب بعض النقود.

- **الحلقة الثانية:** الضير: كانت المدة الزمنية الإجمالية لهذه الحلقة **11 دقيقة و9 ثانية**، واستحوذ فيها غيث على دقيقتين بنسبة **5.26%** في حين استحوذ صاحب المشاركة على **8 دقائق** بنسبة **5.63%** وهو الزمن الذي عرضت فيه القضية المتمثلة في حكاية عبد الله الضير وزوجته المقعدة بلا دخل ولا عمل.

- **الحلقة الثالثة:** سجدة شكر: كانت المدة الزمنية الإجمالية لهذه الحلقة **10 دقائق و13 ثانية**، واستحوذ فيها غيث على **3 دقائق** بنسبة **7.89%** في حين استحوذ صاحب المشاركة على **7 دقائق** بنسبة **4.92%** وهو الزمن الذي عرضت فيه القضية المتمثلة في حكاية عادل محفظ القرآن المتحصل على شهادة البكالوريوس لكن لم يحالفه الحظ لوجود عمل.

- **الحلقة الرابعة:** مطعم صفية: كانت المدة الزمنية الإجمالية لهذه الحلقة **13 دقائق و7 ثواني**، واستحوذ فيها غيث على **3 دقائق** بنسبة **7.89%** في حين استحوذ صاحب المشاركة على **9 دقائق** بنسبة **6.33%** وهو الزمن الذي عرضت فيه القضية المتمثلة حكاية صفية 50 سنة، مغتربة، تعيل أبنائها لوحدها.

- **الحلقة الخامسة:** بيك أب: كانت المدة الزمنية الإجمالية للحلقة **12 دقيقة** و**ثانية واحدة** كان النصيب الأكبر للضيوف تمثلت **7 دقائق** بتكرار **4.92%** والمقدم **4 دقائق** بتكرار **10.52%** دارت الحلقة حول النجار أحمد 40 سنة، رب أسرة مديون وبلا عمل.

- **الحلقة السادسة:** مركز تدريب: كانت المدة الزمنية الإجمالية لهذه الحلقة **12 دقيقة** و**21 ثانية**، واستحوذ فيها غيث على **4 دقائق** بنسبة **10.52%** في حين استحوذ صاحب المشاركة على **7 دقائق** بنسبة **4.92%** وهو الزمن الذي عرضت فيه القضية حكمت الأرملة المغتربة تعمل كمعلمة للغة العربية لرعاية ابنتها الصغيرة.

- **الحلقة السابعة:** الكرم نعمة: كانت المدة الزمنية الإجمالية للحلقة **16 دقيقة** و**30 ثانية** استحوذ المشاركين على **11 دقيقة** بنسبة **7.74%**، اما غيث فكانت مدته **3 دقائق** بنسبة **7.89%** دارت الحلقة حول أم عماد 60 سنة، أرملة مسؤولة عن عائلة تبيع في بسطة متواضعة بدخل قليل.

- **الحلقة الثامنة:** الطابق الخامس: كانت المدة الزمنية الإجمالية لهذه الحلقة **16 دقيقة** و**58 ثانية**، واستحوذ فيها غيث على **3 دقائق** بنسبة **7.89%** في حين استحوذ صاحب المشاركة على **11 دقيقة** بنسبة **7.74%** وهو الزمن الذي عرضت فيه القضية المتمثلة حكاية صبحي وهو لاجئ سوري بلا عمل ولا دخل يعاني من شلل جزئي.

- **الحلقة التاسعة:** الأرزاق مقسومة: كانت المدة الزمنية الإجمالية للحلقة **17 دقيقة** و**22 ثانية** استحوذ المشاركين على **12 دقيقة** بنسبة **8.45%**، اما غيث فكانت مدته **3 دقائق** بنسبة **7.89%** دارت الحلقة حول مجموعة من الرجال الذين يعانون من نقص الإمكانيات.

- **الحلقة العاشرة:** إعصار غووني: كانت المدة الزمنية الإجمالية للحلقة **30 دقيقة** كان نصيب غيث منها **5 دقائق** بنسبة **13.15%**، واستحوذ المشاركين على **24 دقيقة** بنسبة **16.90%**، دارت الحلقة حول الكوارث الطبيعية كإعصار غووني ومخلفه من دمار شامل من انجراف للذكريات والبيوت والعائلة.

- **الحلقة الحادية عشر:** آخر مراحل العلاج: كانت المدة الزمنية الإجمالية للحلقة **22 دقيقة** و**24 ثانية** كان نصيب غيث منها **4 دقائق** بنسبة **10.52%**، واستحوذ المشاركين على **16 دقيقة** بنسبة **11.26%**، دارت الحلقة حول مرضى السرطان حيث هناك حوالي **10 ملايين** شخص يموتون سنويا بسببه.

- الحلقة الثانية عشرة: كانت المدة الزمنية الإجمالية للحلقة 28 دقيقة و48 ثانية كان نصيب غيث منها 3 دقائق بنسبة 13.15%، واستحوذ المشاركون على 23 دقيقة بنسبة 16.19%، دارت الحلقة حول لا يوجد فقير.

- من خلال قراءتنا للجدول رقم (4) أعلاه فنتأجه عكست استحواذ المشاركين على مساحة زمنية أكبر مقارنة بالمساحة الزمنية التي استحوذ عليها مقدم البرنامج "غيث" وهذا الفرق الشاسع في المساحة الزمنية المخصصة لكل منهما يعود بالدرجة الأولى لطبيعة البرنامج محل التحليل والذي يصنع محتواه الجمهور حيث يقوم البرنامج على مبدأ " الناس للناس" بمعنى أن المادة الإعلامية مصدرها الجمهور، وموجهة للجمهور ما تعد فرصة ثمينة لهذا الجمهور المشارك للتعبير عن نفسه وابداء آرائه حول قضايا مجتمعه.

وهذا بطبيعة الحال يجعل المدة الزمنية المخصصة للجمهور أكبر بكثير من المدة الزمنية المخصصة لمقدم البرنامج، في حين المدة الزمنية التي استحوذ عليها مقدم البرنامج كانت عبارة عن مقدمة بلور من خلالها بأسلوبه المتمكن، البسيط والواضح موضوع كل حلقة من الحلقات المعروضة وتوجيه المشاركين إلى فهم الموضوع المطروح من خلال اختزال فكرة الحلقة في المقدمة والتقديم للحلقة بجمل قصيرة تشرح فكرة القضية التي تتناولها الحلقة، فضلا عن إضافته لبعض المعلومات ودعائم أكثر لموضوع الحلقة لإثرائها.

وهذا ما يبرز الدور الذي يقوم به "غيث" مقدم البرنامج في كل حلقة من حلقات البرنامج كموصل فكريا، همزة و حلقة وصل بين الجمهور المتلقي والمشاركين بإضافة بعض المعلومات التي قد تقيد الموضوع المطروح لفهم أعمق واستيعاب أكبر ومنه خلق فرصة أكبر للإقناع والتأثير، وفي هذا السياق حول طبيعة الدور الذي يقوم به غيث في برنامج قلبي اطمأن يقول غيث " دوري سيتمثل في الربط الفكري بين المشاركين والجمهور مع إضافة بعض المعلومات التي تساهم في إثراء الحلقات على نحو أكبر.

-اللغة الإعلامية المستخدمة في عرض القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن"

تعد فئة اللغة من الفئات المهمة في عمليا تحليل محتويات وسائل الإعلام ، المختلفة على رأسها السمعية البصرية ومن إدراج هذه الفئة في عملية التحليل لما لها من قدرة كبيرة على إيصال الرسالة ، فكلما كتنت اللغة مفهومة وواضحة للمتلقي كلما زادت نسبة الإقناع وبالتالي تحقيق أهداف العملية الإتصالية .

جدول رقم (5) يمثل توزيع تكرارات ونسب فئة اللغة المستخدمة في البرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن"

الترتيب	النسبة المئوية%	التكرار	فئة طبيعة اللغة
1	34.37%	22	لغة عربية إعلامية
2	29.68%	19	لهجات عربية
3	20.32%	13	لغة عربية مترجمة للإنجليزية
4	9.37%	6	لغة إنجليزية مترجمة للعربية
5	6.26%	4	لغات أخرى (أوغندية ، فلبينية ، إندونيسيا)
-	100%	64	المجموع

يبين الجدول رقم (5) إجمالي التكرارات والنسب المئوية لطبيعة ومستويات اللغة المستخدمة في مواضيع القضايا الاجتماعية التي عالجها البرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن" وتوضح النتائج المدونة أعلاه تعدد اللغة المستخدمة وجاءت اللغة العربية الإعلامية في صدارة الترتيب بنسبة 34.37% وتلتها اللهجات العربية المحلية بنسبة 29.68% بينما كان المزج بين اللغة العربية والإنجليزية بفارق كبيرة مقارنة باللهجات العربية الإعلامية واللهجات العربية المحلية بنسبة 20.32%.

أما اللغة الإنجليزية المترجمة للعربية فكانت نسبتها ضئيلة مقارنة بغيرها بنسبة 9.37% وقد برزت خاصة في حلقة من الموسم الرابع تحت مسمى "الإعصار" فكانت الحلقة بأكملها مترجمة إلى العربية والإنجليزية كما برزت بعض اللغات الأخرى غير الإنجليزية المتمثلة في (الأوغندية ، الفلبينية ، الإندونيسية) بنسبة 6.26%.

وهذا التنوع في اللغة يعتبر أمراً منطقياً كون البرنامج عربي وعالمي إنساني وهذا الأمر كان قد تحدث عنه غيث الإماراتي في أغلب حلقاته بأن برنامجه موجه لكافة العالم وهدفه مساعدة وتقديم يد

العون لكامل الأفراد التي تحتاج إلى مساعدة ف العالم ولم يقتصر على العالم العربي فقط ومن هنا يتضح لنا بأن اللغة الإعلامية بالإضافة إلى اللغات العربية المحلية دارجتين بشكل كبير في البرنامج خاصة في مواسمه الأولى.

-الجدول رقم(6) يوضح توزيع التكرارات ونسبة فئة اللهجات المحلية العربية المستخدمة في البرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن "

الترتيب	النسبة المئوية%	التكرار	طبيعة اللهجات العربية المستخدمة
1	32.26 %	20	إماراتية
2	22.60 %	14	مصرية
3	20.97 %	13	سودانية
4	9.68 %	6	أردنية
5	4.83 %	3	سورية
6	4.83 %	3	عراقية
7	4.83 %	3	يمنية
-	100 %	94	المجموع

يمثل الجدول رقم (6) إجمالي التكرارات والنسب المئوية لطبيعة اللهجات العربية المستخدمة لطح مواضيع القضايا الاجتماعية التي عالجه البرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن"، وتوضح النتائج المدونة أعلاه تعدد اللهجات المستخدمة في عينة الدراسة حيث جاءت النسب التفصيلية للهجات العربية المحلية من الأعلى إستخداما إلى الأقل إستخداما حيث كانت أعلى نسبة للهجة الخليجية الإماراتية وذلك بنسبة 32.26% تليها اللهجة المصرية بنسبة 22.60%.

أما اللهجة السودانية فقد سجلت نسبتها **20.97%** فيما سجلت لهجات بلاد الشام بما فهم الأردنية أقل نسبة مقارنة باللغات الأخرى وكانت نسبتها **9.68%** كما ظهرت لهجات أخرى بصفة أقل وكانت جميعها بنفسة النسبة تقريبا وهي العراقية و اليمينية والسورية بنسبة **4.83%**، حيث تعتبر اللغة هي جزء من الكيان البشري وهي أساس ونواة لتواصل بين البشر وتهمنا كباحثين من حيث معرفة أثرها وتأثيرها الفعالة في العملية الاتصالية بكافة الشرائح الإجتماعية.

وعليه تعد فئة اللغة هي من الفئات التي في عملية تحليل وسائل الإعلام فلغة الإعلام تختلف في رموزها ومعانيها مع لغة الحياة العادية¹. فاللغة تلعب دورا فعالا في العملية الإقناعية لإحداث الأثر المرجو في برامج التلفزيون ويساعد تحليل اللغة في دراستنا في التعرف على النمط اللغوي السائد في تقديم المعلومات عن القضايا الاجتماعية في البرنامج الاجتماعي " قلبي إطمأن" ومدى استخدام المستويات اللغوية المناسبة لنوع الجمهور المستهدف لهذه الرسائل².

كما تكتسي اللغة أهميتها البالغة في مضمون وسائل الإعلام كونها همزة وصل بين القوائم بالاتصال والمتلقي فهي بذلك الوعاء الذي يصب فيه الفكر الإنساني كما تعتبر المحرك الأساسي لهذا الفكر وتحليل اللغة في دراستنا جاء بغرض معرفة إمكانية فهم أبعاد الموضوع من طرف جميع شرائح المجتمع خاصة فالإتفاق على معاني موحدة لرموز اللغوية يسهل العملية الإتصالية ويصبح هناك تفاعل مشترك بين الأفراد.

وهذا ما أكده "جورج هربت ميد" الذي رأى أن المقدر على الإتصال بالآخرين تعتبر مفتاحا لأفكار الفرد " وإنطلاقا من كون أن اللغة العربية هي اللغة التي يفهمها الفرد في البلاد العربية فقد طغت على مضامين البرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن" بعد اللهجات المحلية واللغة الإعلامية التي تعتبر أساس الكتابة في مجمل وسائل الإعلام وتستخدم خاصة في وسائل الإعلام السمعية البصرية لأنها تخاطب أكبر عدد من الجمهور، بما في ذلك استخدام اللهجات العربية، وهذا راجع لتوجه البرنامج بالمقام الأول للجمهور العربي على إختلاف إنتماؤه الجغرافية ، فاللغة العربية بغض النظر عن اللغات الأخرى هي اللغة الأم لهذا الجمهور، مما يسهل عليه فهم المواضيع والقضايا المطروحة.

¹ يوسف تمار . تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ص 54

² - منال الهلال المزاهرة ، نظريات الإتصال، ط1. دارالمسيرة لنشر والتوزيع، الأردن ص 407

كما أن بعض الحلقات البرنامج دارت أحداثها في بيئات أجنبية ،كما أنه يعود تعدد اللغة واللهجات المستخدمة في تقديم القضايا الإجماعية في برنامج "قلبي اطمأن «لإضافة أن قناة **MBC 1** هي قناة موجهة لكافة الدول العربية من المحيط إلى الخليج العربي والتي يتحدث شعوبها لهجات مختلفة فهي قناة كل العرب على حد ما ترده القناة في برامجها فمن البديهي أن نجد كل اللهجات من جهة ومن جهة ثانية أن الفكرة التي يقوم عليها البرنامج أنه موجه لكافة الجمهور العربي و يقتصر على فئة معينة من الجمهور.

كما نرى بأن الحلقات اقتصرت على لهجات الشرق الأوسط في معظم الحلقات كونها أكثر إرتباطا جغرافيا بقناة **MBC 1** والقناة هي مملوكة للملكة العربية السعودية وتحكمها معها اشتراكات سياسية وإقتصادية مقارنة ببلدان دول المغرب العربي البعيدة عنها نسبيا وجغرافيا. وتشير النتائج في مجملها أن الإعلام العربي عموما وبرنامج "قلبي إطمأن خصوصا أنه موجه لجميع شعوب العربية حتى أن اللغة العربية التي ظهرت لم ترتقي للفصحى المتعارف عليها من إثراء لمفردات ومعاني ثقيلة بل ذهبت هذه الاخيرة إلى ما يسمى بالفصحى الإعلامية، تلك التي تستخدم في تقارير التلفزيونية والأخبار وغيرها على أنها لغة ميسرة مفهومة، مما ساهم في زيادة فرص التواصل والتفاهم بين الشعوب العربية.

-فئة أشكال المادة الإعلامية المستخدمة في معالجة القضايا الإجماعية في البرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن".

وتعني هذه الفئة بفنون و أنواع الكتابة الصحفية وتستخدم للترقية بين مختلف الأنواع الصحفية الإعلامية، والتي يتخذها مضمون وسائل الإعلام عموما وهي تسعى إلى تقسيم المحتوى المراد تحليله إلى أشكال وقوالب من تقنيات فئات التحرير. وإستخدمنا هذه الفئة لمعرفة القوالب الإعلامية التي تم إستخدامها ، لترح ومعالجة القضايا الإجماعية في البرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن".

-جدول رقم (7) يوضح توزيع تكرارات ونسب الأشكال الإعلامية المستخدمة في البرنامج الإجماعي قلبي إطمأن:

الاشكال الاعلامية	التكرار	النسب المئوية %	الترتيب
الحوار	24	36,93%	1
الحديث المباشر	20	30,76%	2
الحديث الغير مباشر	12	18,46%	3
البورتريه	9	13,85%	4
المجموع	65	100%	-

يبين الجدول رقم (7) اجمالي التكرارات والنسب المئوية للقوالب المستعملة في عرض المادة الإعلامية والتي تم حصرها في الحوار والذي ورد بنسبه **36.93%** بتكرار **24** مرة والحديث مباشر بـ **30.76%** بتكرار **20** مرة، والحديث الغير مباشر بـ **18.46%** بتكرار **12** مرة، ثم البورتريه بـ **13.85%** بتكرار **9** مرات.

- عادت النسبة الأكبر للحوار سواء مع شخصين فقط اكثر من شخصين حيث دار الحوار بين شخصين مثلا بين الضير عبد الله وعادل محفظ القرآن وبين عبد الرزاق الصومالي أما الحوار بين اكثر من شخصين فدار مثلا بين غيث ومرضى السرطان والمترجم وكذلك بين غيث والمتضررين من اعصار غوني. تمثل الحوار تارة حول معاناه العائلة والبيوت المهدهمة وتارة أخرى حول التنشئة الاجتماعية حيث كان هناك الكثير من تبادل أطراف الحديث بين شخصيات مختلفة.

إختلف الهدف من الحوار من حلقة الى أخرى حسب نوع القضية فأحيانا يكون بهدف الحصول على معلومات من الطرف الاخر من خلال التحدث عن نفسه وما يلاقه جراء هذه القضايا والمشاكل واحيانا بهدف تقديم النصح والارشاد. ونظرا لتمييز قالب الحوار بالحيوية هناك اخذ ورد كما له القدرة على كشف حقائق جديدة ، كما يمكن الوصول من خلاله الى أكبر قدر من المعلومات والبرنامج بإستعماله لهذا القالب يعمل على فتح مجالات أكبر للنقاش وتوسيع دائرة الحديث والحصول على قدر من المعلومات خصوصا إذا تمكن المقدم من ادارته الحوار بشكل جيد من خلال طرح الأسئلة المناسبة.

- أما الحديث المباشر كانت نسبته بـ **30.76%** التي توجه به المتحدث من جمهور المتلقين فكان مثلا في بداية كل موسم عند اعطاء غيث مقدم البرنامج ملخص للموسم الجديد، فالحديث المباشر هو الآخر له تأثير عليهم اذ انه يزيد من شعور المتلقين بانه المعنى بالحديث ويخلق لديه بعضا من الإحساس.

فأستخدم الحديث المباشر لتوصيل الرسالة وتوجيهها مباشرة للجمهور المستهدف خلال جميع الحلقات ونجاحه يعتمد أساسا على شخصية المقدم المتميزة ، وكان ذلك عبر الحديث مع الكاميرا مباشرة ليكون هناك نقل صريح ومباشر للقضايا الاجتماعية التي يعاني منها المواطنون في انحاء العالم في الحياة اليومية.

- كما كانت نسبة الحديث الغير مباشر ب **18.46%** والذي نقصد به تحدث الشخصية مع نفسها فكان مثلا أو الغيب في بداية كل حلقة (أجور بلادا والتقي عابادا ضاقت بهم الأرض لتسمح لي الفرص لأحدث تغييرا في حياتهم، أسعدهم وأسعد معهم قد لا أستطيع الوصول لكل محتاج، إلا انني قد ألهم الآخرين ولو بشيء بسيط ويكون بذلك قلبي اطمأن ولك القرار أن تكون مشاهدا أو مغيرا فما زالت الدنيا بخير والناس للناس)، هذا الشكل الاعلامي يحمل أهمية وقدرة على ضخ كميات من المعارف والمعلومات وفي أقصر مده زمنيه ممكنه.

- أما البورتريه فكانت نسبته ب **13.86%** فيجب أن يحتوي على أهم المعلومات حول الشخصيات المعروضة في الحلقات كبورتريه أم الأيتام، مطعم صفية، الطابق الخامس، يحتاج الى دراسة دقيقه مستفيضة تتمثل في جميع المعلومات الكافية حول الشخصية وينبغي أن يكون بطبيعة الحال ذا علاقة وثيقة بموضوع الحلقة.

- إن توظيف برنامج قلبي اطمأن لكل هذه الأنواع الفنية والأشكال الإعلامية يدل على تنوع الطرح لتنوع آراء الناس، وتنوع مشاركاتهم حيث السمة الأبرز للبرنامج محل التحليل هو عرضه مواضيع القضايا الاجتماعية من وجهات نظر متعددة كون مصدر هذه القضايا يختلف من حلقة أخرى، ما جعل المحتوى ثري بالأشكال الإعلامية من جهة، ومن جهة أخرى إن تنوع البرنامج قلبي اطمأن في استخدام الأشكال الإعلامية أمر مهم . نظرا لما يتميز به كل شكل في جذب الانتباه وكسر الملل والرتابة التي يمكن أن تخلق جو من الحيوية والتشويق، فجاءت المشاهد التمثيلية كأهم أشكال المادة الإعلامية التي قدمت من خلالها القضايا الاجتماعية كونها تقدم الواقع، فضلا عن قدرتها كمادة مصورة في إيصال المشاعر والمعاني والأفكار حول القضايا كون المشهد يتسم بالإيجاز السريع في تقديم المعلومة، ويختزل أو يغني عن الكثير من الكلام ما يجنب إصابة المتلقي بالملل فضلا عن مساهمة إضافة العناصر التصويرية من

زمان ومكان ديكور، أزياء... إلخ في عملية إيصال الأفكار¹، خاصة وأن من أهم أساسيات في برنامج قلبي اطمأن أن تكون المدة الزمنية قصيرة حيث حددت في الموسم الأول بأن لا تتجاوز مدة الفيديو 15 دقيقة ما جعل هذا الشكل يظهر جليا كأهم أشكال المادة الإعلامية التي قدمت من خلالها القضايا الاجتماعية في برنامج قلبي إطمأن وذلك لتختزل خلال هذه المدة القصيرة الكثير من المعاني والدلالات، واستخدم الحديث، الحوار، كأشكال إعلامية مهمة ومساعدة في استقاء المعلومات والحصول على الانطباعات، الآراء، وجهات النظر والتفسيرات حول موضوع معين لا يمكن الحصول عليها إلا من خلال هذه الأشكال خاصة إذا كانت هذه المعلومات شخصية أو حول أحداث جارية .

- وفي المقابل فقد توصلت دراسة فائزة طه عبد الحميد² إلى استخدام الحوار والحديث المباشر كقوالب فنية للاهتمام بالأحداث الجارية وهذا يدل على أهميتها كأشكال إعلامية أساسية لعرض مواد الاتصال في البرامج التلفزيونية، كما أنها أي هذه الأشكال الإعلامية تعزز التفاعل كونها تبرز اهتمامات الجمهور وآرائهم² التي يعمل البرنامج عليها بهدف إغنائه بالمعلومات الواقعية وهذا يدعم الجانب التفاعلي ويعزز الواقعية هذه الأخيرة جزء لا يتجزأ من البرنامج وأيضا يضمن توافقه واهتمامات الجمهور خاصة و أن البرنامج محل التحليل نقل لنا العديد من القضايا الاجتماعية ذات الطابع الشخصي أو ذات تجربة شخصية فمن المناسب لذلك استخدام هكذا أنواع من الأشكال الإعلامية.

- إن هذا التنوع هدفه الأساسي هو جذب الجمهور للتأثير فيه وتوعيته بخطورة أو أهمية القضايا الاجتماعية المعالجة ما يسهم بشكل ما في تكوين الآراء والاتجاهات نحو هذه القضايا. ولذلك أكد "بير يلمان" على ربط شكل ومظهر الرسالة الإعلامية بمضمونها وبعدهم الفصل بينهما إذ أن للمضمون الإعلامي خواص شكلية لها تأثير جمالي بما تثير فكر وعواطف الجمهور المتلقي وبما تثيرها فيه من عواطف خاصة إذا ما اقترنت بالإيقاع³.

¹- وهيبة مسامح، مرجع سابق، ص 355.

²- نفس المرجع ص 336.

³- محمد حمزة الجابري اللغة الاعلامية المفهوم والخصائص-الواقع والتحديات، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، ص 2013، 337.

فئة عناصر الإبراز والدعائم المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن"

تعتبر هذه الفئة من فئات الشكل التي تتمتع بأهمية لما لها من دور مهم في إبراز المادة الإعلامية محل التحليل وبالتالي التأثير على المتلقي وتهتم هذه الفئة بقياس الدعائم المستخدمة في إبراز القضايا الإجتماعية محل التحليل.

جدول رقم (8) يمثل فئة عناصر الإبراز والدعائم المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن"

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الدعائم المستخدمة في برنامج قلبي إطمأن بمواسمه الأربعة
1	43.48%	30	نصوص مكتوبة
2	27.54%	19	رسوم توضيحية
3	28.98%	20	صور مرفقة بنصوص
-	100%	69	المجموع

يبين الجدول رقم (8) إجمالي التكرارات والنسب المئوية لطبيعة عناصر الإبراز والدعائم المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجماعي "برنامج قلبي إطمأن" وتظهر النتائج المدونة أعلاه استخدام برنامج "قلبي إطمأن" للنصوص المكتوبة كدعائم في طرح ومعالجة القضايا الإجتماعية بالمرتبة الأولى بنسبة 43.48% تليها في المرتبة الثانية الرسوم التوضيحية بنسب 27.54 % حيث جاءت الرسوم التوضيحية كدعائم للقضايا الإجتماعية المطروحة وقد ساهمت في خلق جو من الحركة في العرض وخلق نوع من التشويق لدى المتلقي.

وقد تمثل ذلك خاصة في حلقتي "لا يوجد فقير" والإعصار "بصفة كبيرة أما في المرتبة الثالثة والتي جاءت بنسبة ضئيلة هي الرسوم المرفقة بنص حيث جاءت بنسبة 28.98% وقد ظهرت خاصة في حلقة "آخر مراحل العلاج"، ومن النتائج المتحصل عليها بعد قراءة الجدول أن برنامج "قلبي إطمأن" لا يعرض قضية إجتماعية بدون عنصر مرفق للدعم أو الإبراز أو أكثر من عنصر واحد في بعض الحلقات خاصة النصوص المكتوبة التي لا تخلوا حلقة منهما إذ تكون وظيفتها جذب الإنتباه مضيعة بذلك بعض الأفكار والأشياء مضيعة بذلك نوع من القيمة الجمالية على البرنامج، وهذا الأمر يعزز من القضايا الإجتماعية ويضمن إيصال فكرتها وتعميق أثرها في المتلقي.

تعتبر النصوص من أكثر عناصر الدعائم و عناصر الإبراز إستخداما في معالجة القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن"، وجاءت هذه النصوص المستخدمة على شكل جمل بسيطة مباشرة، والبعض منها جاء على شكل جمل إستفهامية والألوان المستخدمة لكتابة هذه النصوص هي الأبيض والأسود الذي يحمل رمزية خاصة تخص الجدية، كما أن إستعمال النصوص المرفقة بالصورة يساهم بشكل كبير في إظهار معالم القضية حيث لاحظنا توظيفها في بداية ووسط وآخر كل حلقة.

ومن حيث الإنتباه تعد النصوص المرفقة بالصور أكثرها جاذبية من الناحية الشكلية، لما لها من تأثير على نفسية الفرد وإدراكه للأشياء من خلال حاستين مما يساعد على ثبوت الفكرة في ذهن المتلقي كما جاء إستخدام الرسوم التوضيحية بحسب طبيعة القضايا الإجتماعية المعالجة وحاجتها إلى توضيح المعلومات و تعطيها أكثر مصداقية خاصة في الحلقات الخاصة بالدول الغير عربية "كالفلبين وإندونيسيا.

ومن النتائج المتحصل عليها يمكن القول أن توظيف هذه الدعائم إستطاعت ان تقدم للقضايا الإجتماعية المعالجة سياق معرفي خاصة وأن كل الدعائم التي وظفت لمعالجة قضية من القضايا الإجتماعية المطروحة في البرنامج قد دعمت بصورة توضيحية أكثر للمشاهد كما أن برنامج "قلبي إطمأن" من خلال إستخدامه لهذه العناصر والدعائم إستطاعت أن تدعم القضايا المطروحة في كل حلقة مما ساهم هذا الأمر في تأطير القضايا الإجتماعية التي تم تقديمها في البرنامج.

–فئة الإخراج الفني في برنامج إجتماعي "قلبي إطمأن":

تعد فئات الإخراج الفني من الفئات الهامة في تحليل محتوى برنامج "قلبي إطمأن" فهي تهتم بالطريقة التي يتم بها تقديم وإخراج القضايا الاجتماعية للجمهور وتبرز العناصر الجمالية لمحتوى البرنامج ، وهذه العناصر الفنية والتقنية وظفها البرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن" لنقل المعاني ودلالاتها وزيادة وقعها على نفسية الجمهور المتلقي، كما أننا صنفنا هذه الفئة إلى فئات فرعية: هي الموسيقى والمؤثرات الصوتية، لقطات كاميرا، وبيئة التصوير.

- فئة نوع الموسيقى المستخدمة في البرامج الاجتماعية "قلبي إطمأن".

يحمل استخدام الموسيقى في مختلف الأعمال الفنية التلفزيونية قيمة جمالية ودلالية قد لا تستطيع الصورة التلفزيونية المتحركة التعبير عنها وإيصال معانيها.

جدول رقم (9) يمثل توزيع تكرارات ونسب فئة نوع الموسيقى المستخدمة في البرنامج الاجتماعي "قلبي اطمأن"

الترتيب	النسب المئوية%	التكرار	فئة الموسيقى
2	44,08%	123	حيوية
1	46,95%	131	كلام مع أغاني
3	6,81%	19	ترقب وحيوية
4	2,16%	6	حزينة
-	100%	279	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (9) الخاص بالموسيقى أنّ البرنامج اعتمد على الموسيقى المصحوبة بالكلام بشكل كبير بنسبه 46.95% وبتكرار 131 مرة لأنها تلعب دورا كبيرا في مخاطبه مشاعر الانسان وغرس أحداث الحلقات في قلوب المشاهدين فهذه الكلمات تبعث احساسا بالطمأنينة فهي تخاطب المشاعر لإيقاظها من غفوتها.

- ثم تلتها الموسيقى الحيوية بنسبه 44.08% بتكرار 123 مرة ولاحظناها أيضا في بداية كل حلقة مع بعض الصور للمنطقة التي توجه اليها غيث ويعود سبب استخدامها لأنها تعمل على تخفيف التوتر كما

تعمل كمنبه لتنشيط العواطف وينعكس ذلك على نشاط الجهاز العصبي الموسيقى الحيوية عاطفيا مشاعر المجتمع وقد تصبح الصور التي تتدفق إلى العقل أكثر حيوية مما يؤدي لتكرار تجربة الاستماع الى نفس الموسيقى بأصوات أكبر ارتفاعا.

- بعد ذلك تأتي موسيقى ترقب وحيوية وتوتر في المرتبة الثالثة بنسبة 6.81% بتكرار 19 مرة ولاحظناها عند عرض صور من الإعصارات والمخاطر والنتائج المخلفة وراء هذه الظاهرة الطبيعية، وفي المرتبة الرابعة الموسيقى الحزينة بنسبة 2.15% بتكرار 6 مرات وقد برزت أكثر في الموسم 4، مثلا عند عرض صور وفيديوهات عن اعصار غووني في بلاد الفيليبين فهذا الأخير هدم كل البيوت وشرد كل العائلات فالموسيقى الحزينة تأتي كداعمة للموقف، لأن تأثيرها الروحي والوجداني كبير على المتلقي.

كما جاءت موسيقى التوتر والترقب مثلا لنقل أحداث ومجريات الحادثة، وكل ما خلفه الإعصار من كوارث ودمار شامل، أما الموسيقى الحزينة فلمسناها مثلا بصفة كبيرة في حلقة آخر مراحل العلاج "عند تحدث مرضى السرطان عن حزنهم ومعاناتهم مع المرض والأدوية الكيماوية فكان سبب استخدامها هو ملامسة المشاعر والحزن والالام الذي يشعرون به.

-المؤثرات الصوتية:

- جدول رقم (10) يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة المؤثرات الصوتية المستخدمة في البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن":

الترتيب	النسب المئوية %	التكرار	فئة المؤثرات الصوتية
1	37,73%	20	طبيعية
2	35,85%	19	اصطناعية
3	26,42%	14	بشرية
-	100%	53	المجموع

يمثل الجدول رقم (10) المؤثرات الصوتية خلال عرض حلقات البرنامج فكانت النسب الطبيعية ب **37.73%** بتكرار **20** مرة وتمثلت مثلا في زقزقة العصافير، واصطناعيه ب **35.85%** بتكرار **19** مرة وكانت في تزمير السيارات، اما البشرية فكانت **26.42%** بتكرار **14** مرة وتمثلت في صراخ الأطفال، البكاء عند سرد صاحب الحالة لتفاصيل حياته او تأثره عند تلقي المساعدة من غيث.

- وكل هذا راجع لأهميتها في دعم الرسالة الموجهة للأفراد وكذا التأثير في المشاهد لهذا اعتمد عليها برنامج قلبي اطمأن لإضفاء بعد آخر للكلام، الاعتماد على المؤثرات الصوتية من خصائص السمعي البصري وهو ما يزيد من أهميته لما لها من دور في دعم الرسالة الموجهة للأفراد والتأثير فيهم.

- وبناء على النتائج المتحصل من خلال الفئتين السابقتين (الموسيقى. المؤثرات الصوتية) يتضح أن هناك تنوعا في توظيف برنامج قلبي اطمأن لعناصر الموسيقى والمؤثرات الصوتية المناسبة والتي تحاكي الموقف الذي وضعت من أجله، وعليه فعناصر الموسيقى والمؤثرات الصوتية ضرورة من ضرورات العمل التلفزيوني فهي عناصر مهمة لإكمال بناء هذا العمل وقد تكون سببا في تقوية المعنى وإضفاء نوع من العمق عليه رغم إمتلاكه لصورة إلا أنه لا يستطيع التحرر من إضافة المؤثرات الصوتية والموسيقى التصويرية¹.

- كما أن استخدام الموسيقى المناسبة مع تتابع إيقاعاتها توحى بدلالات معينة تخدم المحتوى على نحو إيجابي فهي عنصر مهم ويحمل رسالة ذات معنى ويمكن أن يؤثر على مفهوم أو تفسير الصور المتحركة كون الموسيقى التصويرية تعتبر لإطار الذي يكفل عدم انطلاق هذه الصورة من فراغ، خاصة وأن المتلقي قد يجد الصور والمشاهد الصماء مزعجة، ويشعر أن اللقطات التي تنقل إليه بيئة معينة زائفة إذا لم يتمكن من الاستماع إلى أصوات تلك البيئة أيضا²، على إعتبار أن الموسيقى المعبرة هي التي تجسد موصا ما وتعبير عنه وتضفي جانبا من الجمال لدعم المضمون المقدم من جهة ومن جهة آخر للنغمات الموسيقية أهمية إثارة انتباه المتلقي وفي رفع هذا المستوى لما تمتلكه من عناصر الجاذبية، كما تتمثل أهميتها و تتجسد في قدرتها على نقل وإيصال معاني الرسالة وتأكيدھا.

¹ - حسن علي مجد، فنون الكتابة والحديث للراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص139.

² - عيسى محمود الحسن البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، مرجع سابق، ص162.

- فكلما كانت الطريقة الإخراجية جيدة كلما لفت إنتباه الجمهور للفكرة أو الموضوع المثار للطرح وبالتالي يزيد التأثير عليه، وتظهر النتائج تنوع في استخدام عناصر الإخراج الفني، وهذا ما أكدته أيضا المؤثرات الصوتية والموسيقية المستخدمة الذي كان حضورها نابغ من طبيعة المضامين الاجتماعية التي تحتمل دائما استخدام الموسيقى لإضفاء هالة معينة واستثارة حواس وأعماق المتلقي وبالتالي الوصول إلى درجة عالية من الإقناع والتأثير عليه، لأن الموسيقى تزيد من ترابط المادة الإعلامية وبالتالي تقوم بتهيئة ذهن المتلقي لمتابعة المحتوى أو المادة الإعلامية وزيادة الانفعال بها كما أنها تساعد على تأكيد الفعل كالفرح والحزن ما يعطي عمقا أكثر للصورة¹، وبالتالي تعزز وتقوي معنى الرسالة الإعلامية عموما وفكرة القضايا الاجتماعية المطروحة في برنامج قلبي اطمأن خصوصا.

-فئة نوع اللقطة

-جدول رقم (11) يبين توزيع التكرارات ونسب فئة نوع اللقطات الكاميرا المستخدمة فيالبرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن "

الترتيب	النسب المئوية%	التكرار	فئة نوع اللقطات المستخدمة
3	14.86%	82	اللقطة الواسعة جدا
2	30.80%	170	اللقطة الواسعة
1	35.86%	198	اللقطة المتوسطة
4	13.40%	74	القريبة
5	5.08%	28	القريبة جدا
-	100%	552	المجموع

¹ - رانيا ممدوح صادق الإعلان التلفزيوني التصميم والإنتاج، ط1، دار النشر أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص، ص 301، 300.

يبين الجدول رقم (11) إجمالي نسب وتكرارات لقطات الكاميرا المستخدمة في تصوير مضامين العينة الخاضعة للتحليل ، حيث تظهر النتائج التنوع في استخدام اللقطات كما نرى أن اللقطات المتوسطة (التي تأتي بين اللقطة القريبة والواسعة) وتسمى أحيانا اللقطة الأمريكية طغت على مجمل اللقطات المعتمدة في عينة الدراسة وتمثل نسبة **35.86%** وقد احتلت المرتبة الأولى بين مجمل اللقطات الأخرى كما أن هذه اللقطة تستخدم من أجل التعرف على إشارة وحركات الجسم وهى لقطة وسيطة بين اللقطات القريبة والبعيدة.

وتعتبر اللقطة المتوسطة من أهم الأحجام، وتكون محور الاهتمام ومركزة بالنسبة للمشاهد. فقد تعطى قدر متوازيا من الوضوح للشخصيات وانفعالاتها وعلاقاتها في الحيز مع قدر من المحتويات الخاصة بالمكان تليها بعد ذلك اللقطة الواسعة وقد احتلت المرتبة الثانية من الترتيب بنسبة **30.80%**. ويعود استخدام هذا النوع من اللقطات التصويرية عادة في بداية كل مشهد فتعد بذلك لقطات تأسيسية أو بنائية هدفها الأساسي هو إبراز المكان والزمان والتفاصيل بكل وضوح أكثر بحيث تسمح للمتلقي بمعرفة بيئة التصوير ومكانه مع إبراز معالم بيئة التصوير، كما احتلت اللقطة الواسعة جدا المرتبة الثالثة بنسبة **14.86%**.

وقد استعملت هذا النوع من اللقطات التصويرية في البرنامج من أجل استوعاب المشاهد للمكان من زاوية عالية، حيث تعطي للمتلقي إحساسا مكانيا بإظهارها لموقع التصوير طابعه خلفيته وأبعاده حيث تحتوي أكبر معلومات يمكن أن تصل للمشاهد وتستخدم عادة في بداية كل مشهد تصويري¹ وقد تجلى هذا الأمر في كامل حلقات البرنامج بمواسمه الأربعة. تليها في المرتبة الرابعة اللقطات التصويرية القريبة بنسبة **13.40%** هذا النوع من التصوير دلالاته في إبراز تفاصيل الأشياء وأصاح المكان والشخصيات الفاعلة ولفت النظر إلى عناصر محددة في بيئة التصوير.

ثم في المركز الخامس اللقطات القريبة جدا بنسبة **5.08%** وقد احتلت هذا النوع من اللقطات التصويرية موقع هامشي في عينة التحليل فهي تستخدم عادة في إبراز أوضاع خاصة ، مظهرة ردود الفعل وتفاصيل الوجه الدقيق وتمثلت كثيرا في دراستنا في حلقة (مركز التدريب) و(مطعم صفية) فيما يخص زوايا التصوير، فقد جاءت في جميع حلقات البرنامج بمواسمه الأربعة بتصوير زوايا مستوى النظر

¹ عيسى محمود الحسن. البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون. ط1. دار زهران النشر والتوزيع الأردن 2010 ص.

لفعاليتها في إعطاء الإحساس بالتصوير الواقعي على اعتبار أن الواقعية هي جزء أساسي من برنامج "قلبي إطمأن".

تعتبر اللقطة هي أهم وحدة لبناء الفيلم وأساس العمل التلفزيوني وتستمر اللقطة الوحيدة بضع ثواني أو دقيقة أو يمكنها أن تكون دقيقة، وكل لقطة وحركة كاميرا تعبر عن معنى معين كما أنها تزيد من عمق المضمون عن طريق دلالتها المتنوعة والمتعددة وبذلك مجموع من اللقطات تبني تأثيراً كاملاً وتضفي معنى واضحاً لا يمكن أن تبلغه لقطة واحدة.

إنّ نوعية اللقطات التصويرية المستخدمة وإختلاف حجمها مؤثر يظهر إهتماماً ملحوظاً لإبراز الموضوع والقضية المعروضة بطريقة جذابة كونها وسيلة لتنويع البصري وفع المتلقي للاندماج مع الأحداث بإثارة عواطفه حيث كل نوع من أنواع اللقطات تختلف عن الأخرى في نوعية المعلومات التي تقوم بتوصيلها فكل نوع يجسد معنى معين، وطبيعة أثر معين لدى المتلقي .

كما أن تعدد وتنوع اللقطات المستخدمة لعرض القضايا الاجتماعية للبرنامج الإجماعي " قلبي إطمأن " أضفى مزيداً من الجاذبية على المضمون وأعطى للمتلقي صورة مكتملة الملامح وبتفاصيل أكثر وأعمق للقضية الاجتماعية التي تم التطرق إليها لزيادة لفت الإنتباه ، إقناعه ومن ثم زيادة قدرات التأثير عليه لأن الصورة بسبب تكوينها التقني وبلاغتها التكنولوجية وتشبعها الألوان المغرية الجذابة¹

-فئة بيئة التصوير

جدول رقم (12) يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة التصوير في البرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن"

الترتيب	النسب المئوية %	التكرار	طبيعة بيئة التصوير
1	71.59%	48	تصوير داخلي
2	29.41%	20	تصوير خارجي
-	100%	68	المجموع

¹ - فهد عبد الرحمان الشميري. التربية الإعلامية. كيف تتعامل مع الإعلام ؟ ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية السعودية

يبين الجدول رقم (12) إجمالي نسب وتكرارات بيئة وأماكن التصوير المستخدمة في مضامين العينة الخاضعة لتحليل ، وتظهر النتائج أماكن التصوير مضامين القضايا الاجتماعية بالبرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن" مقسمة بين التصوير الداخلي والتصوير الخارجي وهي أماكن تواجد الشخصيات الفاعلة ، حيث جاءت في مقدمة هذه الفئة فئة أماكن التصوير الداخلي كأكثر الأماكن إستخداما في بيئة التصوير ولك بنسبة **71.59%** مقارنة ببيئة التصوير الخارجي التي قدرت نسبة تواجده بنسبة **29.41%** حيث تشير النتائج المتحصل عليها أعلاه الى إختلاف مراكز إهتمام المحتوى المتمثل بالأماكن والمناطق الجغرافية وهذا الأمر دليل على تأثير وتأثر جميع الأماكن باختلافها بالقضايا الاجتماعية التي يعيشها .

حيث يمكننا تقسيم عناصر هذه الفئة إلى فئات فرعية أخرى المتمثلة في:

-فئة أماكن بيئة التصوير الداخلية

-الجدول رقم (13) يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة طبيعة بيئة التصوير الداخلية في البرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن"

الترتيب	النسب المئوية %	التكرار	طبيعة بيئة التصوير الداخلي
1	46.52%	20	أماكن إقامة
2	30.23%	13	مستشفيات وعيادات
3	13.95%	6	موقع عمل
4	9.30%	4	مركز إيواء
-	100%	43	المجموع

حسب النتائج المدونة في الجدول رقم (13) بلغت تكرارات أماكن الإقامة والسكن في مراكز الاهتمام كمنشأ جغرافي للقضايا الاجتماعية المعالجة في بيئة التصوير الداخلي في العينة المدروسة بنسبة **46.52%** وجاءت في المرتبة الأولى كأكثر الأماكن التي تجسدت زواياها القضايا الاجتماعية في

البرنامج الإجتماعي "قلبي إطمأن" ، وتأتي مباشرة في المرتبة الثانية مستشفيات وعيادات بنسبة 23.30% بعد ذلك يأتي تموقع باقي الأماكن على نحو ثانوي بداية بمواقع العمل بنسبة 13.95% ثم في المرتبة الأخيرة تأتي مراكز الإيواء بنسبة 9.30%.

-فئة أماكن بيئة التصوير الخارجية

-الجدول رقم (14) يوضح توزيع تكرارات نسب فئة طبيعة أماكن التصوير الخارجية في البرنامج الإجتماعي "قلبي إطمأن"

الترتيب	النسبة المئوية%	التكرار	طبيعة بيئة التصوير الخارجي
2	31.06%	50	شوارع والأرصفة
3	24.84%	40	مطاعم وأسواق
4	7.46%	12	منتزهات ومعالم أثرية
1	36.64%	59	طبيعة
-	100%	161	المجموع

فيما يخص أماكن التصوير الخارجي في العينة الخاضعة لتحليل وفق نتائج الجدول رقم (14) تظهر الطبيعة كأهم أماكن تصوير القضايا الإجتماعية في البرنامج الإجتماعي "قلبي إطمأن" في المرتبة الأولى بنسبة 36.64% أما في المرتبة الثانية تأتي شوارع والأرصفة بنسبة 31.06% تليها في المرتبة الثالثة المطاعم والأسواق بنسبة 24.84% وفي المرتبة الرابعة ظهرت المنتزهات والمعالم الأثرية أقل نسبة من غيرها وذلك ب 7.46%.

تؤكد نتائج الدراسة مما سبق طرحه أن هناك تنوع وإختلاف في توظيف أماكن تصوير القضايا الإجتماعية محل الدراسة بين مجموعة من الأماكن الداخلية المغلقة والمحددة المجال والأماكن الخارجية

المفتوحة المجال ، ووجود هذا الاختلاف والتنوع في بيئة التصوير ليس فقط من أجل التنوع لإعطاء بعد جمالي على القضية الاجتماعية المعالجة .

من خلال تحليلنا لفئة الإخراج الفني ولكل فئاتها الفرعية نستنتج أن عينة الدراسة وظفت جماليا ودلاليا هذه العناصر الشكلية بما يتناسب مع طبيعة البرامج الاجتماعية فقد استطاعت هذه الأخيرة أن تعزز لنا مضمون البرنامج محل التحليل وتدعم الأفكار المطروحة عن هذه القضايا الاجتماعية ، كما يجدر بنا أن نشير إلى أهمية التصوير ولواحقه كبناء مهم في بنية الشكل في البرامج التلفزيونية حيث يعد التصوير كعنصر من بيئة الشكل ، على الكاميرات الخفية أو الكاميرات الخفيفة المحمولة باليد والتي تعطي للواقع عفوية ومصداقية من خلال إهتزازها التي تشعر المتلقي معها أنه في تصوير منزلي هذا في التصوير الخارجي ، أما في التصوير الداخلي فيحتوي على العديد من الكاميرات وبحجوم لقطات مختلفة تلاحق الشخصيات الفاعلة .¹ وهذا ما رأيناه في البرنامج الإجماعي "قلبي إطمئن" ، وعليه تعمل هذه العناصر لكشف الجو العام بصفة مباشرة وواقعية بعيدة كل البعد عن الافتراضية من خلال تصوير الواقع أو نسخه للمتلقي كما هو .

2-7- عرض النتائج الخاصة بتحليل فئات المضمون لمادة الإتصال للبرنامج الإجماعي "قلبي إطمئن" مع تحليل وتفسير الأبعاد الكمية المتحصل عليها:

تعد فئات المضمون من الفئات التي تصف المحتوى الإعلامي الذي عرضته الوسيلة الإعلامية أي تصف محتوى المادة الإتصالية . فهي بذلك الفئات التي تهتم بوصف الكلمات، المواقف، المعاني، الأفكار وغيرها مما قد تتضمنه المادة الإتصالية وتظهر في المحتوى²، والتي ظهرت في برنامج الإجماعي "قلبي إطمأن" عن مختلف القضايا الاجتماعية، وتجيب على السؤال ماذا قيل؟ وفي هذا العنصر تدرج تحتها فئات فرعية التي تصف مراكز الإهتمام في برنامج "قلبي إطمأن" عن القضايا الاجتماعية والتي تم جمع بياناتها من خلال إستمارة المحتوى. وتضمنت هذه الفئات في :

¹ - عمارا براهيم محمد الياسري. البرامج التفاعلية التلفزيونية تظاهرات الشكل وبنائه الدرامي والدلالي. مرجع سابق. ص. 200.

² - بلاقسم سلاطونية . وحسان الجيلاني . أسس المناهج الاجتماعية . دار الفجر لنشر والتوزيع مصر . 2012. ص. 59.

1. فئة مواضيع القضايا الإجتماعية .

2. فئة القيم.

3. فئة الأساليب الإقناعية .

4. فئة الأهداف .

5. فئة الفاعلين.

6. فئة الجمهور المستهدف.

من أشهر الفئات وأكثرها إستخداما في البحوث الإعلامية فئة الموضوع والتي تستخدم بغرض الكشف عن مراكز الإهتمام في المحتويات بالموضوعات المختلفة، التي تعرضها وسائل الإعلام ومستهدفة بذلك الإجابة على السؤال: علام يدور المحتوى محل التحليل¹

- جدول رقم (15) يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة المواضيع في البرنامج الاجتماعي " قلبي إطمأن .

فئة المواضيع	التكرار	النسب المئوية %	الترتيب
مواضيع موجهة للأفراد	5	41,66%	1
مواضيع موجهة للمجتمع ككل	7	33,58%	2
المجموع	12	100%	-

يتبين من خلال الجدول رقم (15) والذي يتضمن فئة المواضيع ان البرنامج الاجتماعي قلبي إطمأن إستهدف فئتين الأولى موجهة للأفراد والثانية موجهة للمجتمع ككل. حيث نلاحظ ان الفئة الموجهة للمجتمع ككل جاءت بنسبة 58.34% بمعدل 7مرات، اما فيما يخص الفئة للأفراد فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة قدرها 41.66% بمعدل تكرار 5 مرات، نلاحظ ان الفئة الموجهة للمجتمع ككل كان لها الجذب الاوفر ن خلال تطرق البرنامج في معالجته للقضايا الاجتماعية التي يعاني منها المجتمع وتم

¹ - محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، مرجع سابق، ص148.

التركيز أيضا على معرفة كيفية تفاعل المجتمع مع هذه القضايا وكيفية المساهمة في مد يد العون وخلق روح التضامن والوقوف بجانبهم.

- أما عن الفئة الموجهة للأفراد حتى وإن لم يتم تسليط الضوء عليها إلا أنها وحب التطرق إليها كون الفرد المكون الأساسي والرئيسي للمجتمع ولا يمكن التغاضي عنه فأي مشكلة يعاني منها الفرد تأثر على المجتمع ككل لأنه بحد ذاته بالغ الأهمية وقضاياها ومشاكله تخص المجتمع ككل، وهذا ما أدى الى وجوب ظهورها في البرنامج وعالجتها وتبين ذلك من خلال حلقات البرنامج كمثال: مطعم صافية، مركز تدريب.

- وفي الأخير نستخلص من النتائج السابقة أن البرنامج الاجتماعي " قلبي إطمأن " موجه للجمهور كافة فالبرامج ذات الطابع الاجتماعي غالبا ما تكون عامة باعتبار أنها تعالج قضايا إجتماعية مرتبطة بالقضايا التي يعيشها مختلف فئات المجتمع وأسلوب عرضها لهذه القضايا وتقديمها عكس البرامج الأخرى تأخذ اسلوب تقديم معين ومعلومات خاصة فهي توجه لفئة معينة ، وهذا لا يستثني أن البرامج الاجتماعية في بعض مواضيعها تتناول قضايا معينة توجه الى فئة خاصة كالشباب ، الأولياء وتناقش هذه القضايا في حالات تزداد فيها تلك الظواهر، وتأخذ حيز زمني طويل ويقدم بصفة خاصة ، يقوم البرنامج بتقديمها وعرضها وتقديم حلول لتلك الظاهرة.

-فئة القيم في القضايا الاجتماعية في البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن"

يعتبر موضوع تحليل القيم في وسائل الإعلام عموما والقنوات الفضائية خصوصا، من المواضيع التي حظيت إهتمام الباحثين خاصة مع تنوع هذه القنوات واختلاف إيديولوجيتها وكثرة البرامج التي تعرضها صار الأمر أكثر أهمية، ويؤكد علماء الاجتماع على أنها جزء من البناء الاجتماعي¹ ووجب الإشارة إلى فئة القيم، ولقد سعينا لإيجاد التصنيف المناسب للدراسة الحلية وتم تقسيمها على أساس قيم موجهة لتحلي بها، ذات البعد الإيجابي والقيم الموجهة لتخلي عنها وهي قيم ذات بعد سلبي يتضمن كل قسم مجموعة من القيم التي رصدتها الدراسة .

¹- وهيبة مسامحي، مرجع سابق، ص 394.

جدول رقم (16) يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة قيم التحلي والتخلي في البرنامج الاجتماعي "اقلبي إطمأن"

الترتيب	النسب المئوية %	التكرار	فئة القيم
2	28,57%	38	الدينية
1	63,15%	84	الاجتماعية
3	8,28%	11	الجمالية
-	100%	133	المجموع

- يبين الجدول رقم (16) اجمالي نسب وتكرارات القيم الموجهة للتحلي بها في البرنامج حيث توضح نتائج الجدول أعلاه إحتلال القيم الإجماعية للمرتبة الاولى بنسبه **63.15%** بتكرار 84 مرة وأبرز القيم الإجماعية التي سجلت في هذا المحور هي قيمة التعاون، التضامن، الإحسان، العطاء، التعايش، الحب، ثم تلتها في المرتبة الثانية مجموعه القيم الدينية بنسبة **28.57%** بتكرار **38** مرة وتضمنت كل من: الرحمة، إخلاص النية لله، الصبر والايمان بالقضاء والقدر، وفي المرتبة الثالثة القيم الجمالية بنسبة **8.28%** بتكرار 11 مرة وتمظهرت في آداب الحديث، جمال البيئة، النظافة، حسن المظهر.

-وتعود هذه النتائج بشكل أساسي الى الطابع الاجتماعي او المستوى الاجتماعي الذي يميز محتوى برنامج "قلبي اطمأن" وهذا المستوى يجعل إبراز القيم محصورا نسبيا في القيم الاجتماعية و من الطبيعي ايضا ظهور محسوس و واضح للقيم الدينية كون الجانب الاجتماعي مرتبط كثيرا بالجانب الديني في المجتمع العربي ويستمد منه الكثير من القيم الاجتماعية، كما أن الكثير من ضوابط وقيم المجتمع يحددها الدين بنسبه عالية وتسير وفق ما يمليه عليه ديننا وبالتالي فهو واجه له ما يفسر موقع

- أما القيم الجمالية يعود استعمالها لإظهار طبيعة مدى جمال بيئتنا وأن هناك أناس يتمتعون بلغة الحوار وآداب الحديث وحسن المظهر والنظافة. ومرتبة كلا هاذين نوعين من القيم ، وفي ذات السياق

يقول سبر ينجر: {أن القيم الاجتماعية في أنقى صورها تتجسد عن الذات وتقترب جدا من القيم الدينية} ¹.

من الجانب الآخر وفي محور القيم موجهة للتخلي عنها وهي قيم ذات بعد سلبي، تظهر نتائج نفس الجدول أعلاه وفي المرتبة الأولى القيم الاجتماعية بنسبة 63.15% وكان أبرزها، الأناانية، الظلم، التهميش، سوء المعاملة، وتعكس نتائج هذا المحور حجم التحدي الذي يطرحه وجود هذا النوع من القيم في المجتمع، لما قد يكون لها من تأثيرات سلبية على المتلقي وعلى المجتمع وأجزائه التنظيمية، قد تتسبب في إحداث حالة من الاختلال وعدم التوازن إن لم يوضع لها حد فمحتوى برنامج قلبي اطمأن يسعى للحفاظ على استقرار المجتمع ككل، من خلال دعوته إلى ممارسة أشكال سلوكية سليمة وصحيحة ودعوته الجمهور المستهدف للتخلي عن هذه القيم، وتقديمه لبعض البدائل الوظيفية.

وهذا جوهر علاقة الاعتماد المتبادل بين وسائل الاعلام والنظم الاجتماعية، كما أظهرت النتائج في الجدول أعلاه توزيعا متباينا في نسب القيم المتضمنة في عينة الدراسة سواء القيم الموجهة للتخلي بها وهي قيم ذات بعد إيجابي أو القيم الموجهة للتخلي عنها وهي قيم ذات بعد سلبي هذه الأخيرة رغم أن ظهور هذه الأخيرة كان بنسبة ضئيلة مقارنة بالقيم الموجهة للتخلي وهذا يدل على تفشي بعض الظواهر السلبية في المجتمع.

ويعود عرضها والتركيز عليها بشكل كبير إلى سعي برنامج قلبي اطمأن إلى التغيير، من خلال عرض القيم ذات البعد السلبي للتخلي عنها وعرض البديل الملائم لها للتخلي به، وأيضا بهدف توعية المتلقي بخطورة هذه القيم وعليه خطورة القضايا الاجتماعية المعروضة وتوجيه الرأي العام لمواجهة هذه القضايا، وظهور القيم بهذا الشكل يعود إلى كون إكتساب القيم يأتي إلى حد كبير خارج الفرد فهي نتائج لعملية التنشئة الاجتماعية حيث أصبح لوسائل الإعلام عموما والتلفزيون خصوصا دورا هاما وكبيرا قد يفوق دور الأسرة في هذه العملية.

¹ - رمزي جاب الله: القيم المتضمنة في صفحات الفيس بوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري- دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة1-أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة1، ص118، 2017، 2018.

من أجل تحقيق الأهداف التي من أجلها تم إنتاج البرنامج، حملت القضايا الاجتماعية التي طرحها وعالجها برنامج قلبي اطمأن مجموعة القيم الاجتماعية الموجهة للتحلي بها.

وهي قيم ذات بعد إيجابي واحتلالها سلم الترتيب يعود إلى طبيعة البرنامج الذي يركز في الأساس على مختلف المواضيع، المشكلات والقضايا الاجتماعية في الأقطار العربية والعالم ، وهذا ما قد تؤكدّه أيضاً نتائج فئة نوع الموضوع فمن الطبيعية أن تسجل الدراسة حضور أعلى للقيم الاجتماعية مقارنة بباقي القيم، وتجلت القيم الاجتماعية في المضمون محل التحليل من خلال أشكال إعلامية مختلفة.

وتتمثل القيم في خصائص وصفات معينة للمادة التحليلية التي تقوم بدور المعاني الاجتماعية بالنسبة للفاعل لتوجهاته الاجتماعية بمعنى القيم تكون بمثابة معانٍ وتوجهات اجتماعية معينة بالنسبة للفاعل وكأسس لتحقيق أهدافه، فمن هنا ينبع دورها الخاص في العملية الاتصالية الاجتماعية¹.

- كما أثبتت نتائج الدراسة أن القيم التي حملها الفاعلون تتناسب بدرجة عالية مواضيع القضايا الاجتماعية المعالجة سواء كانت القيم موجهة للتحلي بها أو موجهة للتحلي عنها حسب العامل أو المعيار المرتبط بالفاعل أو الشخصيات الفاعلة ، في المحتوى محل التحليل إضافة إلى معيار العامل الاجتماعي المرتبط بالنظام والضوابط ، المعايير الاجتماعية العربية، وتجدر الإشارة إلى تسجيل الدراسة لوجود بعض القيم موجهة للتحلي بها إضافة إلى ظهورها من فاعلين آخرين غير مسلمين، وفي بيئات أجنبية غير عربية وعلى سبيل المثال قيمة احترام الأديان والتعايش فالبرنامج محل التحليل بذلك يسعى إلى زرع القيم التي تساعد في تنمية شخصية الفرد وزيادة وعيه.

فهذا الاتفاق في تقدير هذه القيم التي يعكسها مضمون برنامج قلبي اطمأن كقيم موجهة للتحلي والتعبير عن معانيها بشكل موحد يزيد من الأهمية، المصادقية و الموضوعية التي تتمتع بها كونها عامة للبشر وهذا ما يحفز على ادراكها وتبنيها.

¹ - عطا الله الرمحين ومجد نور صالح العدوان الإعلام والنظريات الاجتماعية، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص، ص 111، 112.

-فنظم القيم العامة والقيم الاجتماعية خاصة لها دور محوري في وظيفة وعمل الوعي الاجتماعي داخل التنظيم الاجتماعي الذي يمثل حدودها خصوصا مع زيادة وجودها داخل هذا التنظيم وعلى ضوءها يحل المتلقي الوقائع والتجارب كخلفية اجتماعية ضرورية لحياته، فهي تعمل على تحديد الأهداف والمبادئ الثابتة المستمرة التي تحفظ الثبات والتماسك اللازمين لممارسة حياة اجتماعية سليمة وبالتالي تساعد على تماسك المجتمع وعلى مواجهته التغيرات التي تحدث على مستواه بتحديد مجموعة الاختيارات السليمة وتساعد القيم بذلك ابراز الجانب أو الشخصية التي تميزه عن غيره من المجتمعات¹.

فالقيم بذلك هي بمثابة الإطار المرجعي الذي يحكم حياة المجتمع وتوجه اتجاهات و سلوك أفراده نحو تفكير وهدف مشترك فيما يتعلق بالقضايا الاجتماعية وبالتالي اصلاحه هذا على إعتبار أن القيمة معيار موجه للتقييم وللسلوك، ما يصب أخيرا في عملية تسهيل وحفظ حياة الفرد على غرار الحفاظ على كيان المجتمع توازنه ومن ثم استقرار في إطار واحد.

ونظرا لأهمية القيم بالنسبة للفرد والمجتمع فإن من الضروري التركيز على بث مضمون قيمي لا يتعارض مع قيم المجتمع ولا يشكل تناقضا قيميا لبرنامج قلبي اطمأن يعكس هذا المبدأ وهذا ما توصلنا إليه من خلال الدراسة التحليلية، حيث قدم البرنامج محل التحليل مزيجا من القيم التقليدية، وقيم العمولة رغم قلتها في النسق القيمي المقدم، والتي تمثل أغلبها النسق القيمي للمجتمعات العربية، سعيا منه بشكل عام إلى تقديم مضمون يحمل قيما، قد تساهم في تنشئة الفرد العربي وتنقيفه وبناء شخصيته بما يتوافق نمط حياة البيئة العربية، وهذا ما يعكس روح المسؤولية اتجاه ما قدم في البرنامج محل التحليل خاصة وأنه انتاج عربي ولد من صميم البيئة العربية.

وفي سياق الحديث يجب التنويه أيضا أن محتويات وسائل الإعلام على اختلافها تؤدي دورا متزايدا في تكوين القيم وبث القيم التي يراد لها أن تترسخ وتعمق في المجتمع ويتعاظم هذا الدور مع الفضائيات العربية لما للنص، الصوت والصورة وقع كبير في نفس المتلقي وتعمل في الكثير من الأحيان ع إظهار حركية القيم في مجتمعنا العربي أي الكيفية التي يظهر بها بعض القيم في مجتمعنا العربي والكيفية التي تختفي بها قيم أخرى².

¹ - رمزي جاب الله مرجع سابق، ص113.

² - يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، مرجع سابق، ص69.

-فئة الأساليب الإقناعية

-الجدول رقم (17) يوضح توزيع التكرارات وفئة نوع الأساليب الإقناعية المستخدمة في معالجة البرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن":

الترتيب	النسب المئوية %	التكرار	فئة الاساليب الإقناعية
1	54.77%	23	الأساليب الإقناعية العقلية
2	45.23%	19	الأساليب الإقناعية العاطفية
-	100%	42	المجموع

يبين الجدول رقم (17) إجمالي نسب وتكرارات أنواع الأساليب الإقناعية في العينة الخاضعة للتحليل وتشمل هذه الأساليب مختلف الدعائم ، الحجج والبراهين التي تضمنتها حلقات البرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن" محل الدراسة والتحليل ، كما توضح النتائج أعلاه تنوعاً في توظيف البرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن" للأساليب الإقناعية بين الأساليب الإقناعية العقلية والأساليب العاطفية حيث ظهر بينهم تباين طفيف في نسب توظيف كل منهما، حيث تفوقت استخدام إجمال العقلية وجاء استخدامها في المرتبة الأولى بنسبة 54.77% الذي يعتبر من أكثر الأساليب الإقناعية فاعلية وموضوعية في صياغة الرسالة الإقناعية مقارنة بالأساليب العاطفية التي استخدمت في المرتبة الثانية بنسبة 45.23%.

بما أن الإقناع هو جزء لا يتجزأ من العملية الإتصالية فهو أداة رئيسية ومهمة للأعمال التلفزيونية بشكل عام والبرامج الإجماعية بشكل خاص ، خصوصاً إذا كانت رسالة هذا البرنامج تقوم على أساس الترويج لسلوكيات معينة ودعم أفكار بعينها . بالمقابل تعمل هذه الأساليب الإقناعية العاطفية والعقلية جنباً إلى جنب في إثبات صحة الرسالة، مما يسهل عملية إقتناع المتلقي بها وبالتالي نجاح العملية الإتصالية.

حيث يعد من الطبيعي والمنطقي استخدام الأسلوبين معا عند بناء الرسالة الإتصالية المختلفة لأنه دائما ثمة حقيقة ومعلومات يتم الإعتماد عليها في عملية البناء لتبقى من جهة أخرى طريقة عرضها أو معالجتها والتي تشكل التأثير النهائي لدى المتلقي والتي يستخدم فيها القائم بالاتصال ما ينبغي من الأساليب العاطفية التي تخدم أغراضه وهدف رسالته¹.

فالمتلقي لا يؤثر عليه العقل والمنطق في عملية الإقناع بل للعاطفة دور فعال في ذلك حيث تلخص الأساليب العاطفية هدف الإقناع في صيغة واحدة تثير من خلالها المتلقي ، أما أخذ الأساليب الإقناعية العقلية الصدارة من خلال معالجة القضايا الإجتماعية ففاعليتها تتوقف إلى حد كبير إلى إقناع الجمهور بالتفكير بشكل منطقي ، وهذا التوظيف يجعل الرسالة أكثر إقناعا وفعالية.

-فئة الجمهور المستهدف:

-جدول رقم (18) يوضح توزيع تكرارات والنسب المئوية للجمهور المستهدف في البرنامج الاجتماعي " قلبي إطمأن"

الترتيب	النسب المئوية %	التكرار	فئة الجمهور المستهدف
3	8,82%	3	كهول
3	8,82%	3	شيوخ
1	47,06%	16	رجال
2	35,30%	12	نساء
-	100%	34	المجموع

¹- حنان يوسف. الفضائيات العربية وإدارة الأزمات. كتاب المؤتمر الدولي. بحث علمي قدم ضمن كتاب المؤتمر الدولي في 11 حول التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية مركز جيل البحث العلمي طرابلس لبنان. 22.24 أبريل 2014. ص417

- يوضح الجدول رقم (18) نسبة الجمهور الذي حاول البرنامج استهدافه ومن خلال قراءتنا يتبين ان الجمهور الاكثر استهدافا هم الرجال بنسبة 47.06% بمعدل تكرار 16 مرة تليها فئة النساء بنسبه 35.30% بتكرار 12 مرة ثم فئة الكهول والشيوخ التي جاءت في المرتبة 3 بنسبه 8.82% بتكرار 3 مرات فقط وتعود هذه النتيجة الى طبيعة البرنامج الموجه للرجال والنساء بالدرجة الأولى ويستهدفه للتغيير والإصلاح لكونه من الفواعل الاساسية في تحريك عجلة التغيير، التي يسعى لها البرنامج وهذا لا ينقص من أهميه باقي الشرائح الشيوخ والكهول ، رغم التقدم في السن فالمجتمع ككيان وبناء كلي يحتاج إلى أن يؤدي كل جزء أو نسق من أنساقه لوظيفة اجتماعية معينة، لكي لا يؤدي به إلى اختلال.

وإنما هذا التنوع المتباين في الجمهور سواء من حيث النوع أو الشريحة الاجتماعية يقوم بوظيفه للحفاظ على سيرورة وتوازن المجتمع فلكل فرد دور معين ومميز به نحو هذا المجتمع، وهذه النتائج المتحصل عليها رغم تباينها تؤكد مساس القضايا الاجتماعية بجميع اطراف الفئات المجتمع كما تؤكد عدم أهمية ومساس القضايا بشريحه دون أخرى فكل فئات المجتمع سواسيه أمام المشاكل الاجتماعية كل حسب دوره.

-فئة الاهداف:

تستعمل هذه الفئة في البحث عن مختلف الأهداف التي يريد مضمون القضايا الاجتماعية معالجتها.

-جدول رقم (19) يمثل توزيع تكرارات ونسب فئة لأهداف المعالجة في البرنامج الاجتماعي قلبي اطمأن

الترتيب	النسب المئوية %	التكرار	فئة الأهداف
2	20,45%	9	التراحم والتكافل
2	20,45%	9	التحدي والعمل
1	29,55%	13	ترسيخ مبادئ الإنسانية
1	29,55%	13	بعث الامل والتفاؤل
-	100%	44	المجموع

يبين الجدول رقم (19) إجمالي نسب وتكرارات الاهداف المتواجدة في البرنامج والتي يسعى الى تحقيقها حيث نلاحظ ان فئتي ترسيخ مبادئ الإنسانية وبعث الامل والتفاؤل احتلتا المرتبة الاولى بمجموع تكرار 13 مرة ونسبة 29.55% وفي المرتبة الثانية فئة التراحم والتكافل والتحدي والعمل بمجموع تكرار 9 مرات ونسبة 20.45%.

ويعود سبب إحتلال فئتي ترسيخ المبادئ الإنسانية وبعث الامل والتفاؤل المرتبة الاولى لكون برنامج قلبي اطمأن حرص على تقديم مساعدات لآلاف ممن يعانون من المشاكل الاجتماعية كمساعدة الضرير في الموسم الأول الحلقة الخامسة عشر، ومساعدة النجار بإعطائه البيك اب في الموسم الثاني الحلقة السادسة، ورغم ذلك فهم يتمتعون بأمل وتفاؤل كبير، رغم المصاعب والمشقات التي يعانون منها كما حدث في الحلقة الثامنة من الموسم 3 "الكرم نعمة" مساعدة أم عماد لغيث التي تباع في طاولة بيع السلطة وإيمانها الشديد رغم الحالة التي تعيشها، لكنها ما زلت متمسكة بأن رزقها على الله وحاولت بكامل جهد، منها أن تساعد غيث كشخص غريب، وهنا تترسخ مبادئ الإنسانية والاخلاقيات والمبادئ السامية التي تنشأ عليها الفرد والتي تضع له القواعد الرئيسية لتعاملاته على الآخرين.

- أما فئتي التراحم والتكافل والتحدي والعمل فقد إحتلوا المرتبة الثانية فالمجتمع يعتبر على أنه كيان إنساني مترامح وهذا يرجع الى طبيعة الإنسان ومن أسس مبادئ الدين الإسلامي ، بإعتباره من أعظم الاشياء التي يقوم بها المسلم تجاه اخيه ودليل على الأخوة والتلاحم بين افراد المجتمع وهذا ما لاحظناه مثلا في الحلقة 27 من الموسم الرابع بعنوان الارزاق مقسومة.

- أما التحدي والعمل فلاحظناه في كفاح النساء رغم موت أزواجهن ودخلهم القليل إلا أنهم يكافحون ويتحدون المجتمع من أجل الحصول على لقمة عيش حلال للأولاد الذين يعيلونهم رغم الصعاب ومخاطر الحياة التي يمكن أن تواجه المرأة سواء في المجتمعات العربية أم غير العربية ، وهذا ما لاحظناه في مختلف المواسم فعلى سبيل المثال لا الحصر قوه التحدي والعمل في أم الايتام الذي ترعى توأميها، ومركز تدريب رعاية الأم لإبنتها عن طريق العمل كأستاذة للغة العربية بدخل بسيط وهي في الغربية وغير دولتها الأم ، وكذلك وعمل صفيه في مطعمها الذي لا يرتقي للمطاعم الفاخرة إلا أنها تتحدى وتعمل لكسب قوتها.

- ويعود تسجيل الكثير من الأهداف لخصوصية كل قضية معالجة في حلقات البرنامج فهي موضوع قائم بذاته وتختلف اختلافاً كلياً عن باقي المواضيع ما يجعل لها هدفاً خاصاً بها ورغم اختلاف الأهداف في كل قضية، إلا أننا سجلنا حضور كل مستويات ومجالات تأثير الأهداف، من الهدف المعرفي المتعلق بتعريف القضايا الاجتماعية محل التحليل وبعض جوانبها وتقديم معلومات كافية عنها بما يساهم في تشخيصها وتوضيحها بشكل شامل ثم الهدف الوجداني من خلال العمل على جذب انتباه وإثارة فضول وإهتمام المتلقي بالقضية الاجتماعية.

وبالتالي يميل وتصبح بذلك موضع إهتمامه وعنايته وصولاً إلى تحصيل الهدف السلوكي الذي يدفع المتلقي إلى تلبية ما سبق وترجمته في شكل سلوك أو فعل¹ ، حيث أن وجود هذه الأهداف الثلاثة مجتمعة مع بعضها البعض من شأنه أن يثري العملية الاتصالية أو الرسالة الإعلامية في برنامج قلبي إطمأن بما يحقق قدرتها على الإقناع والتأثير المطلوب في نفس المتلقي.

وفي سياق الحديث عبر البرنامج عن هدفه الأسمى من خلال فكرة البرنامج وهو التحسين والعمل بإحسان من خلال تشخيص المشاكل التي يتخبط فيها المجتمع والاعتراف بها وأن يملك الأمل في إيجاد الحلول لها ثم العمل بكل طاقاته بإحسان وتحسين ما يؤدي في نهاية الأمر إلى تحفيز أفراد المجتمعات على المضي قدماً نحو الأفضل، وهذا ما يلاحظ أيضاً على برنامج قلبي إطمأن تبنيه وسعيه إلى تأكيد الإحسان فقد لا تخلو حلقة من الحلقات المقدمة من تجسيد هذا الهدف، ومن تفعيل مبدأ الإحسان والعطاء بشكل من الأشكال، والذي تقاطعت فيه كل القضايا الاجتماعية المعالجة.

- فئة الفاعلين

- حسب الجنس:

- جدول رقم (20) يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة الفاعلين حسب الجنس في البرنامج الاجتماعي

"قلبي إطمأن":

¹¹ -فهد بن عبد الرحمن الشميري، التربية الاعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام؟، مرجع سابق ، ص179.

الترتيب	النسب المئوية %	التكرار	فئة الفاعلين حسب الجنس
2	%29,42	25	اناث
1	%70,58	60	ذكور
-	%100	85	المجموع

نستعرض من خلال بيانات الجدول رقم (20) تفصيل في نتائج الأفراد الفاعلين حسب النسب الواردة للفئات الفرعية في الجدول أعلاه، ففي فئة الفاعلين حسب النوع تصدر الذكور كفاعلين وشخصيات محركة لأحداث حلقات برنامج قلبي اطمأن في المرتبة الأولى من حيث الظهور، وكان ذلك بنسبة %70.58 بتكرار 60 مرة، في حين جاءت نسبة الإناث كفاعلات %29.42، في محتوى القضايا الاجتماعية للبرنامج، وهذا حسب تصنيف الجنس أو النوع. ويرجع تسجيل كلا الجنسين كون القضايا الاجتماعية المعالجة تهم النوعين ولا تقتصر على جنس معين.

- هذه القضايا الاجتماعية موجهة للمجتمع برمته للرفع من مستوى وعي ومسؤولية جميع أفرادها بغض النظر عن جنسهم إناثاً أو ذكورا وهذا ما يستلزم ظهور الجنسين معا¹، وهذا ما وفق فيه البرنامج إلى حد كبير في اختيار الشخصيات الفاعلة لها علاقة مباشرة بالقضية المعروضة في كل حلقة.

وعلى سبيل المثال حلقة آخر "مراحل العلاج"، "إعصار غووني" أين كانت الشخصيات الفاعلة من هذه الفئة مختلطة بين إناث و ذكور لسرد معاناتهم ، فمن الطبيعي أن يشارك كلا الجنسين في صنع محتوى إعلامي اجتماعي يهتم ويعالج قضايا مختلفة قد تمس الإناث أو الذكور بدرجات متفاوتة لكن مما لا شك فيه أن تداعيات وتأثيرات هذه القضايا تلقي جوانبها وأبعادها المختلفة بضلالها على المجتمع.

¹-وهيبة مسامح، مرجع سابق، ص 389.

-حسب الشريحة الاجتماعية :

-جدول رقم (21) يوضح توزيع التكرارات ونسبة فئة الفاعلين حسب الشريحة الاجتماعية في البرنامج الاجتماعي "قلبي اطمأن"

الترتيب	النسب المئوية %	التكرار	فئة الفاعلين حسب الشريحة الاجتماعية
4	5,48%	4	كهول
3	13,69%	10	شيوخ
1	56,17%	41	رجال
2	24,66%	18	نساء
-	100%	73	المجموع

أما فيما يتعلق بتصنيف الفاعلين حسب فئة الشريحة الاجتماعية أو الفئة العمرية في حلقات برنامج قلبي إطمأن فمن نتائج الجدول رقم (21) فقد تمركزت فئة الرجال في المرتبة الأولى بنسبة 56.17% بتكرار 41 مرة، تليهم فئة النساء في المرتبة الثانية بنسبة 24.66%، ثم فئة الشيوخ التي جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 13.69% بتكرار 10 مرات، يليها تموقع تقريبا هامشي لفئة الكهول لتحتل المرتبة الرابعة بنسبة 5.48%، وتعود هذه النتيجة التي تعتبر منطقية وطبيعية إلى طبيعة البرنامج الموجه للرجال بالدرجة الأولى ويستهدفه للتغيير والإصلاح.

- لكونه من الفواعل الأساسية في تحريك عجلة التغيير التي يسعى لها البرامج، فضلا عن أن فئة الرجال هي الفئة الأكثر طاقة كما أن الرجال أساس المبادرة والتغيير، كما أن أغلب القضايا الاجتماعية المطروحة في البرنامج تُمس في جانب من جوانبها وبعد من أبعادها فئة الرجال وهذا لا ينقص من أهمية باقي الشرائح الاجتماعية.

فالمجتمع ككيان وبناء كلي يحتاج إلى أن يؤدي كل جزء أو نسق من أنساقه لوظيفة اجتماعية معينة لكي لا يؤدي به إلى الاختلال¹. وإنما هذا التنوع المتباين في الفاعلين، سواء من حيث النوع أو الشريحة الاجتماعية يقوم بوظيفة للحفاظ على سيرورة وتوازن المجتمع، فلكل فرد دور معين ومميز يقوم به نحو هذا المجتمع، وهذه النتائج المتحصل عليها رغم تباينها تؤكد مساس القضايا الاجتماعية بجميع أطراف وفئات المجتمع، كما تؤكد عدم أهمية ومساس القضايا بشريحة دون أخرى، فكل شرائح وفئات المجتمع سواسية أمام القضايا الاجتماعية كل حسب دوره.

3-1- النتائج العامة للدراسة:

لقد سعينا في هذه الدراسة لمعرفة كيفية معالجة البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن" على قناة MBC1 للقضايا الاجتماعية في الوطن العربي، وتم التطرق لهذه المعالجة ، من خلال دراسة خصوصية الجانب الشكلي، الذي تشكلت في أفكار ومواضيع القضايا الاجتماعية التي قدمت من خلال البرنامج لتحليل خصوصية كل من فئة الزمن واللغة وعناصر الإبراز والدعائم المستخدمة ، بالإضافة إلى عناصر الإخراج الفني من تصوير ولقطات وبيئة التصوير، المؤثرات الصوتية والموسيقية وغيرها، فضلا عن دراسة خصوصية المضمون التي تمت دراستها، من خلال تحليل فئات المضمون التي تمت دراستها وهي فئة موضوع القضايا الاجتماعية، فئة القيم، فئة الأساليب الإقناعية، فئة الأهداف، فئة الفاعلون.

وبناء على التأسيس المنهجي ، النظري والمعرفي الذي إنطلقنا منه لبلوغ الأهداف المسطرة والإجابة عن تساؤلات الدراسة والإعتماد على إستمارة تحليل المحتوى كأدوات بحث رئيسية. تمت الإجابة على التساؤل الرئيسي لدراستنا والذي كان مفاده : كيف كانت المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمئن" في قناة MBC1 من حيث الشكل والمضمون ؟

فقد توصلنا من خلال دراستنا إلى مجموعة من النتائج من حيث الشكل وكانت كالآتي :

■ خصص برنامج قلبي اطمأن مدة زمنية طويلة من الزمن الكلي للبرنامج لمعالجة القضايا الاجتماعية وهذا راجع لكون البرنامج اجتماعي بالدرجة الأولى، وجاء متوسط زمن كل حلقة ما بين 9 إلى 30 دقيقة حيث

¹ - وهيبة مسامح. مرجع سابق, 390.

قسمت المدة الزمنية التي يستغرقها عرض البرنامج بين المدة الزمنية التي يستغرقها مقدم البرنامج "غيث" للتقديم أو التعريف بالقضية المعالجة وبين المدة الزمنية التي يستغرقها الجمهور الذي يقدم مشاركته حول معاناته التي يعيشها، فكانت المدة الزمنية الممنوحة للجمهور 142 دقيقة وهي أكبر بكثير من المدة الزمنية الممنوحة لمقدم البرنامج والمقدرة بحوالي 38 دقيقة وهذا نظرا لطبيعة البرنامج الذي يصنع محتواه الجمهور حيث يقوم البرنامج على مبدأ " الناس للناس" بمعنى أن المادة الإعلامية مصدرها الجمهور وموجهة الجمهور.

■ استخدم البرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن" لغات مختلفة إلا أن اللغة الإعلامية واللغة العامية كانوا غالبين في المضامين المقدمة حول القضايا الاجتماعية التي عولجت في برنامج "قلبي إطمأن" على قناة **MBC1**.

■ حسب النتائج المتوصل إليها تنوع في استخدام الأشكال الفنية أو الإعلامية في معالجة برنامج قلبي اطمأن لمختلف مضامين القضايا الاجتماعية وجاء الشكل الفني "الحوار" كأبرز هذه الأشكال بنسبة 36.92% كما جاءت باقي الأشكال من حديث مباشر حديث غير مباشر، بوتريه، بنسب متقاربة، وهذا التنوع يعود إلى تعدد، اختلاف وتنوع الأفكار التي جسدها هذا البرنامج، كما أن التنوع في استخدام الأشكال الإعلامية يؤدي دورا كبيرا في شد انتباه المتلقي، ويكسر الملل والروتين، كما يضيف الدعم والمصداقية أكثر في ذهن المتلقي كما أن هذا التنوع يعد نوع من التكامل بين مختلف هذه القوالب في إيصال المعنى للمتلقي.

■ استخدم البرنامج "قلبي إطمأن" بنية الشكل المناسبة لبنية البرامج الاجتماعية، حيث نوع من استخدام عناصر الشكل والإخراج الفني المناسبة لبنية البرامج الاجتماعية، عناصر الدعم والإبراز، موسيقى ومؤثرات صوتية وغيرها من عناصر الشكل، التي أضاف وجودها دلالات عمقت من المعاني والأهداف المرجوة كما جسدت روح الواقعية فلم يتجاوز البرنامج الاجتماعي قلبي اطمأن من توظيف عناصر الصوت المناسبة التي تفاعلت مع الأفكار المطروحة بصورة تناغمية وأضافت لمسة جمالية، فنية ودلالية للمحتوى المقدم، فقد نوع برنامج قلبي اطمأن في استخدام الموسيقى التصويرية التي امتزجت فيها نغمة الحزن، الحيوية، الترقب و التوتر إضافة إلى الكلام مع الموسيقى والتي كانت الأكثر حضورا وسجلت نسبة 131% كما نوع البرنامج بين المؤثرات الصوتية الطبيعية و المؤثرات الاصطناعية والمؤثرات

البشرية حتى وان كان استخدامها بنسبة ضئيلة فالمؤثرات الصوتية بمختلف أنواعها تؤدي دورا في الكشف عن الجو العام وفي دفع الأحداث نحو التقدم ما أضاف أيضا بعدا واقعيا للبرنامج.

يعد التصوير والإخراج بمختلف مشاهده ولقطاته من بين العناصر المهمة في نجاح البرنامج ، وعلى الرغم من صعوبة تصوير البرنامج، إلا أنه استطاع أن يرسل عدة رسائل إلى مختلف فئات المجتمع العربي سواء كانوا مسؤولين أم مؤسسات أو جماعات وأفراد ، لأن ما حققه البرنامج من نجاح كبير في الوطن العربي يدل على أن الإعلام بمختلف وسائله يمكن إستعماله في محاربة الظواهر السلبية داخل مجتمعنا العربي ، كما أن الفرد العربي يحتاج فقط لمن يوفر له الظروف المناسبة للعمل، وهذا ما كشفتته حلقات البرنامج من طريق إستعمال عدة لقطات في تصوير مشاهد البرنامج وأبرزها اللقطة العامة والمتوسطة والكبيرة ولكل واحد منهما دلالات توظيفها .

من حيث المضمون:

توصلت الدراسة التحليلية إلى أن برنامج قلبي اطمأن قد استهدف الفئة الموجهة للمجتمع ككل بنسبة كبيرة 58,34% كون البرنامج ذات طابع اجتماعي غالبا ما يكون عام باعتبار أنه يعالج قضايا اجتماعية مرتبطة بالمجتمع ككل لكن هذا لا يغيب حق الفئة الموجهة للفرد حتى وان لم يتم تسليط الضوء عليها الا انه وحب التطرق اليها كون الفرد المكون الرئيسي والأساسي ولا يمكن التغاضي عنه.

توصلت الدراسة التحليلية إلى أن برنامج قلبي اطمأن قد تَصَمَّن مجموعة من القيم الاجتماعية، الدينية، والجمالية، والتي تم تقسيمها إلى محور قيم عرضت للتحلي بها ومحور قيم عرضت بهدف التخلي عنها، وكانت مجموعة القيم الاجتماعية كالتعاون، الحب، التعايش، التضامن، الإحسان، العطاء والقيم التي عرضت للتحلي بها وحصلت على نسبة 63.15%، وفي المقابل جاءت أيضا مجموعة القيم الاجتماعية كأبرز القيم التي عرضت للتحلي عنها منها قيمة : الظلم، التهميش، سوء المعاملة كما ظهرت القيم الدينية والجمالية بنسب منعدمة وهذا يعود إلى الطابع الاجتماعي الذي يميز محتوى البرنامج.

إعتماد البرنامج الإجماعي "قلبي إطمأن" على أساليب إقناعية متعددة في معالجة القضايا الاجتماعية والتي تنوعت بين الأساليب الإقناعية العاطفية، الأساليب الإقناعية العقلية كما أنها حملت في المقابل مجموعة من القيم الاجتماعية مقسمة بين قيم موجهة لتحلي بها وقيم موجهة لتخلي بها.

عملت الأفكار المقدمة عن القضايا الاجتماعية المعالجة في حلقات البرنامج على تحقيق أهداف عديدة بدءا بتسليط الضوء على بعض القضايا ذات البعد الاجتماعي والتي رأى البرنامج أن المجتمع يعاني منها

وتستحق تسليط الضوء لمحاربتها والتقليل من آثارها الغير مرغوب فيها سواء على الفرد أو على المجتمع خصوصا إذ لها تداعيات كبيرة على استقرار وتوازن المجتمع ككيان كلي، ثم هدف لإبراز الواقع الاجتماعي خصوصا في بعض الحلقات التي تناولت معاناة بعض الأفراد في حياتهم ومواجهتهم لصعوبات في بعض المجتمعات العربية وحتى غير العربية، كما تمثل الهدف الأساسي والأسمى من برنامج قلبي اطمأن من خلال فكرة البرنامج التي يرددها غيث في بداية ونهاية كل حلقة : { مازالت الدنيا بخير و الناس للناس } من خلال تشخيص المشاكل التي يتخبط فيها المجتمع العربي والغير عربي و الاعتراف بها، وأن يملك الأمل في إيجاد الحلول لها ثم العمل بكل طاقاته بإحسان وتحسين لمعالجتها والحد منها.

■ خلصت الدراسة الى ان برنامج قلبي اطمأن قد استهدف مجموعة من الشرائح المتمثلة في الكهول، شيوخ، رجال، نساء الا ان الفئة الأكثر استهدفا كانت فئة الرجال بنسبة 47,06% كون الرجال من الفواعل الأساسية في تحريك عجلة التغيير التي يسعى اليها البرنامج الا ان هذا الامر لا ينقص من أهمية باقي الشرائح كهول، شيوخ، رجال، نساء.

■ جاء الأفراد في المرتبة الأولى وبنسبة كبيرة كأبرز الشخصيات الفاعلة في تحريك أحداث القضايا الاجتماعية المعالجة في برنامج قلبي اطمأن مقارنة بالبيئة التي كان حضورها أقل من الأفراد، ومقارنة بين نوع أو جنس الفاعلين في فئة الفاعلين الأفراد حيث تصدر الذكور الإناث بنسبة 70.58%، كما برز كذلك الرجال كشخصيات محورية فاعلة في هذه الفئة مقارنة بباقي الشرائح الاجتماعية بنسبة 56.17% لتحريك أحداث القضايا الاجتماعية المعالجة، وهذه الأخيرة دارت في بيئات عربية وأخرى أجنبية إلا أن التفوق كان للبيئة العربية بنسبة %، كما تفوقت البيئة الحضرية على البيئة الريفية سواء على مستوى البيئة العربية أو حتى الأجنبية .

خاتمة

خاتمة

- يشهد العالم مرحلة تطويرية جديدة امتزجت واندمجت فيها نتائج وخلاصات ثلاث ثورات متمثلة في ثورة المعلومات وثورة وسائل الاتصال والثورة التكنولوجية، ومع التطور المتسارع لأقمار الإرسال والاستقبال، وسعيًا وراء الانفتاح على البث الفضائي ظهرت الاستثمارات الخاصة في هذا المجال وأُعلن عن ميلاد العديد من الفضائيات التلفزيونية، وبدأ انتشارها أواخر القرن العشرين، مقسمة بين القطاع العام أو الحكومي من حيث التأسيس، وأخرى تابعة للقطاع الخاص، يقودها رجال المال والأعمال.

وأصبحت القنوات الفضائية العربية تفتح عوالم جديدة وتتيح فرصا عديدة وآفاقا واسعة أمام المتلقي العربي، فغدت حقيقة تحمل وجها إيجابيا وآخر سلبيًا لا يمكن تجاهلهما، على الرغم من تباين آراء المختصين حول أدوارها، وظائفها وحتى آثارها بين مؤيد للانفتاح الثقافي على العالم ومعارض للغزو الثقافي الأجنبي الذي تنتشره خوفا على الهوية الوطنية والقومية العربية، لذلك سعت الدول العربية على إنتاج وصنع محلي للبرامج، وتحمل كل النفقات اللازمة من أجل إنتاج محتوى عربي يرتقي للبرامج الأجنبية.

ومن بين البرامج نذكر منها البرامج الاجتماعية التي تعد على أنها مبادرة تهدف إلى تحسين الظروف المعيشية للسكان وموجهة للمجتمع بأسره أو على الأقل إلى قطاع مهم له احتياجات معينة لم يتم تلبيتها بعد .

كما تعتبر من المواضيع المهمة التي ازداد الاهتمام بها ،حيث أصبحت هناك قنوات تلفزيونية خصصت مساحة لمعالجة العديد من القضايا الاجتماعية، من خلال عرضها لبرامج تلفزيونية تنقل مشاكل ومعاناة المجتمع للخوض فيها ومحاولة معالجتها، عن طريق الحوار والمناقشة كقناة MBC I التي تعتبر أحد اشكال المنصات الاعلامية.

وتهدف الى تقديم محتوى ذو طبيعة إعلامية متنوعة، ومن بين هذه البرامج البرنامج الاجتماعي "قلبي إطمأن" الذي خصصناه بالتحليل في هذه الدراسة، بهدف معرفة بنية الشكل والمضمون وخصوصيتهما في القضايا الاجتماعية، التي عالجا برنامج "قلبي إطمأن" على قناة MBC، حيث إنطلقنا من لناء منهجي ومعرفي. وعملية التحليل هذه قادتنا إلى وجود خصوصية لهذه

البنية، من خلال تمظهر عناصر الكل والمضمون التلفزيوني، والتي ميزتها عن باقي البرامج الاجتماعية

إنّ الإهتمام التي توليه البرامج الاجتماعية لمعالجة القضايا الاجتماعية، حيث خصصت له مدة زمنية واستخدام اللغة الإعلامية بالإضافة للغة العامية المستخدمة في الحياة اليومية ، كما إهتمت عينة الدراسة بتوظيف النصوص والصور، كعناصر للإبراز، بالإضافة إلى الإهتمام بعناصر الإخراج الفني من خلال تنوع أماكن وبيئة التصوير والتنوع في الصوت والمؤثرات والتنوع في طبيعة اللقطات المستخدمة، بالإضافة إلى الأساليب والفئات الأخرى المساعدة في تحليل الدراسة .

- أخيرا نستنتج أن للقضايا الاجتماعية أهمية بالغة تستحق الظهور وتسلط الضوء عليها في الساحة الإعلامية، من خلال تخصيص برامج وحصص تلفزيونية، تهتم بهذا الشأن وتحاول معالجة مختلف المشاكل والقضايا الاجتماعية في المجتمع العربي، بفتح أجهزة الإعلام السمعية والبصرية على انشغالات المجتمع ومشاكله اليومية، بالتطرق للعديد من المواضيع التي يعاني منها أفراد المجتمع في حياتهم اليومية ومحاولة إيجاد حلول لها، حيث يسعى برنامج قلبي أطمأن إلى محاولة معالجة مختلف القضايا التي تنبثق من أعماق المجتمع وإيجاد حلول لها من خلال تقديم المساعدات للمحتاجين والذين شاققت بيهم السبل .

وقد توصلنا من وراء إجراءنا لهذه الدراسة إلى التعرف أن البرنامج يروج بالدرجة الأولى للقيم الأخلاق والدينية ، كما تعرفنا على طبيعة المساعدات والخدمات التي كان البرنامج يقدمها للجمهور من الفئات الهشة : كالأيتام والأرامل والمسنين واللاجئين في شتى البلدان العربية والغير العربية. ونتمنى بذلك أن تكون دراستنا هي بداية لدراسات أخرى أعمق لمختلف البرامج الاجتماعية كوافد جديد في البرمجة التلفزيونية نسترشد بنتائجها في تحسين وتطوير المجتمع والنهوض به.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: القواميس والمعاجم:

- 1- طاهر أحمد زاوي، الترتيب القاموس المحيط على طريقة المصباح المنير وأسس البلاغة، ط3، دار الفكر.
- 2- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد السادس، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر. 2003
- 3- معجم المعاني الإلكتروني، متوفر على الرابط www.almaany تاريخ الولوج 30 مارس 2022م.
- 4- معجم المعاني متوفر على الرابط www.almaany تاريخ الولوج 29 ماي 2022.
- 5- المنجد في اللغة العربية والإعلام، ط4، دار الشرق، لبنان ، 2003.

ثانياً: الكتب العربية والمترجمة:

- 1- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام الإتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 2010
- 2- أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الإتصال، ترجمة نصر الدين العياضي، الصادق رابح، الطبعة 3، المنظمة العربية لترجمة، لبنان.
- 4- أسامة ظافر كباره، برامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للطفل، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2003.
- 5- إسماعيل ابراهيم، مناهج البحوث الاعلامية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2017.
- 6- الأسد صالح علي الأسد، انفجار الفضائيات العربية، الابعاد، الأهداف، التأثيرات الثقافية، ط1 دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 4- البكري، فؤاد. التعليم والإعلام وتشكيل الوعي الثقافي للطفل، المؤتمر العلمي الأول القاهرة. كلية رياض النشر، 1996.
- 7- البوهي، فاروق، والشنو، فوزية، وسائل الإعلام المرئي وأثرها على شخصية الطفل العربي وثقافته ط1، القاهرة، 1996م.

- 8- ألكسندر بورتسيكي، وأديب خضور، الصحافة التلفزيونية، دمشق: المكتبة الإعلامية، 1990.
- 9- أيمن عبد الحليم نصار، اعداد البرامج الوثائقية، د ط، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن 2007.
- 10- بلقاسم سلاطنية. وحسان الجيلاني، أسس المناهج الإجتماعية. دار الفجر للنشر والتوزيع مصر.
- 11- بيسوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 2008.
- 12- حسن عبيد، الفضائيات العربية والتجارب الدولية في الدمج الاقتصادي، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر أعمال المؤتمر الدولي، بحث علمي قدم ضمن كتاب المؤتمر 11 حول التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية، مركز جيل البحث العلمي، طرابلس لبنان، 22-24 أبريل 2016.
- 13- حسن علي محمد، فنون الكتابة والحديث للراديو والتلفزيون، ط1 دار البيان والنشر.
- 14- حسن عماد مكاي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، ط1، الدار المصرية اللبنانية مصر، 2008.
- 15- حسن عماد مكاي، ليلي السيد حسين، الإتصال المنهج ونظرياته المعاصرة، ط1. الدار المصرية اللبنانية 1998.
- 16- حسين عبد الحمير رشوان، أصول البحث العلمي، مؤسسة شباب الجامعة لنشر، مصر 2003.
- 17- حنان يوسف. الفضائيات العربية وإدارة الأزمات. كتاب المؤتمر الدولي. بحث علمي قدم ضمن كتاب المؤتمر الدولي في 11 حول التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية مرك جيل البحث العلمي طرابلس لبنان. 22.24 أبريل 2016.
- 18- ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه، ط13، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 19- رانيا ممدوح صادق الإعلان التلفزيوني التصميم والإنتاج، ط1، دار النشر أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012م.
- 20- ربحي مصطفى عليان البحث العلمي وأسس، مناهجه وأساليبه، إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، الأردن، 2001.

- 21- ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، ط5، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2013-1434.
- 22- ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي، الأسس النظرية والتطبيق العلمي، ط2، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن 2008.
- 23- رحيمة الطيب العيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط1، عالم الكتب الحديث وجدال للكتاب العالمي، الأردن، 2007.
- 24- روبرت هيلار Robert. L Hilliard، ترجمة مؤيد حسن فوزي، الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، ط1، دار الكتاب الجامعي، لبنان، 2014.
- 25- ريتشارد بن وآخرون، تحليل مضمون الإعلام، المنهج والتطبيقات العربية، ترجمة محمد ناجي الجوهري، ط1، الكندي للنشر والتوزيع الأردن، 2014.
- 26- زينب محمد عبد المنعم ورشا محمود سامي، تخطيط البرامج الإعلامية للطفل، ط1، عالم الكتب مصر، 2012.
- 27- سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث الإعلامي دليل الباحث لكتابة الرسائل الجامعية، دار الكتاب الجامعي لنشر والتوزيع، ط 1. 1441 هـ -2020م.
- 28- سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- 29- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، د ط، عالم الكتب للنشر والتوزيع مصر، 1976.
- 30- شافا فرانكفورت ناشيميار، دايفيد ناشيميار، طرائق البحث في العلوم الإجتماعية ترجمة ليلي الطويل، ط1، دار بترا لنشر والتوزيع، سوريا، 2004.
- 31- شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع مصر، 2017.
- 32- صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، د. ط، دار العلوم لنشر والتوزيع، الجزائر 2003.
- 33- عبد الرزاق الدليمي، نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرين، ط1. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.

- 34- عطا الله الرمحين ومحمد نور صالح العدوان الإعلام والنظريات الاجتماعية، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2014م.
- 35- علي عبد الفتاح كنعان الإعلام والمجتمع، ط1، دار اليازوري العملية للنشر والتوزيع، الأردن 2014.
- 36- محمد حسن الجعيفري، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيوني، ط1، دار صناع الإبداع للإنتاج والتوزيع، قطر، 2015.
- 37- علي ماهر خطاب، مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية، ط1، القاهرة مكتبة الأنجلو مصرية، المكتبة الأكاديمية، 2002.
- 38- عمار إبراهيم محمد الياسري، البرامج التفاعلية التلفزيونية مظهرات الشكل وبناءه الدرامي والدلالي، ط1، دار الرضوان للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 39- عواطف عبد الرحمن وآخرون، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، ط1. دار العربي للنشر والتوزيع، مصر، 1982.
- 40- عيسى محمود الحسن. البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، ط1، دار زهران النشر والتوزيع الأردن 2010 .
- 41- فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني: كتابته ومقومات نجاحه، بغداد: دار الفجر للطباعة والنشر، 2007 .
- 42- فريد كامل أبو زينة وآخرون، مناهج البحث العلمي طرق البحث النوعي، ط2، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
- 43- فهد عبد الرحمان الشميري. التربية الإعلامية. كيف تتعامل مع الإعلام؟. ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية السعودية. 1431هـ . 2010.
- 44- فوزي غرابية وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، منشورات الجامعات الأردنية، الأردن، 1977.
- 45- كارولين ديانا لويس، ترجمة محمود شكري العدوى، التغطية الإخبارية للتلفزيون، ط1، المكتبة الأكاديمية للنشر، مصر، 1993.
- 46- كرم شلبي، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، بيروت: دار مكتبة الهلال، د س.

- 47- ماجدة عبد الفتاح الهلباوي، الاعلام ودوره في حل مشكلات المجتمع العربي، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2014.
- 48- محمد حسن الجعيفري: إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، ط1، دار صناع الإبداع، القاهرة، 2015.
- 49- محمد حسين، تحليل المضمون، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة والتوزيع، مصر، 1983.
- 50- محمد حمزة الجابري اللغة الاعلامية المفهوم والخصائص-الواقع والتحديات، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- 51- محمد جاد المولى، الأطر الخبيرة لتغطية الصحف الإلكترونية العربية لأزمة قطر 2017، مجلة وسائل الإعلام العربية والمجتمع، العدد 25، 2018.
- 52- محمد زكريا، القنوات الفضائية والقيم الاجتماعية، د ط، الإسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب 2002.
- 53- محمد شفيق - البحث العلمي مع التطبيقات في مجال الدراسات التطبيقية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، 2002.
- 54- محمد عبد الحميد. البحث العلمي في الدراسات العليا. ط1. علم الكتب والطباعة والنشر والتوزيع مصر 2000.
- 55- محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ط1، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1992-1412.
- 56- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، دار الشروق للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 2009، 2008.
- 57- محمد عبد الغني سعودي ومحسن احمد الخضيرى الأسس العلمية لكتابة رسالة ماجستير ودكتوراه، الدار الأنجلو مصرية لنشر مصر ، 1992.
- 58- محمد محمد علي هندي، مدخل الى وسائل الإعلام وقضايا المجتمع، د ط، دار العلوم للنشر والتوزيع، مصر، 2009.
- 59- محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة 2000.
- 60- محمد منير حجاب، وسائل الإتصال ونشأتها وتطورها، ط1، دار الفجر، مصر ، 2008.

- 61- محمود أحمد لطفي، برامج التوك شو وإعلام الأزمات، ط1، العربي للنشر والتوزيع، مصر 2018.
- 62- منال الهلال المزاهرة. نظريات الإتصال. ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع. الأردن، 2012.
- 63- منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، 2014,1435.
- 62- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، د ط. دار القصبه للنشر، 2004.
- 63- هنا السيد، الفضائيات وقادة الرأي، ط1، مصر، العربي للنشر، 2005.
- 64- يوسف تمار، تحليل محتوى الباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسينج -كوم للدراسات والنشر والتوزيع 2017.

ثالثا: الرسائل والاطروحات الجامعية:

- 1- إسماعيل شرقي، الهجرة الغير شرعية الهجرة الغير شرعية من خلال مواقع الفضائيات الإخبارية، دراسة تحليلية مقارنة لموقعي فرانس 24 والعربية نت، أطروحة دكتورا غير منشورة في علوم الإعلام والإتصال، جامعة باتنة 1 , 2017-2018.
- 2- إيمان عبد الحكيم زايد، دور القنوات الفضائية المصرية في معالجة القضايا الاجتماعية للجمهور المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة مصر. بيداء ستار لفته وهالة فضال حسين، الآثار السلبية للبرامج التفاعلية الفضائية، دراسة تحليلية من وجهة نظر المشاهدين، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، المجلد 06 العدد 2014، 1.
- 3- جيلان شرف، "أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء (Show Talk) في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2004.
- 4- حمزة قدة، معالجة الصحافة الوطنية لظاهرة الهجرة الغير شرعية في الجزائر، تحليل المحتوى لعينة من الصحف، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر , 2010 - 2011.
- 5- خالد النامي، "معالجة قضايا حقوق الإنسان في الصحف وشبكة الأنترنيت في المملكة العربية السعودية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2010.

- 6- رحيمة الطيب عيساني، الأثار الإجتماعية والثقافية للعلومة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية، أطروحة دكتوراه غير منشورة جامعة الجزائر 2003-2004.
- 7- رشا مزروع "أطر معالجة القنوات العامة والسالمية للصراع بين القوى السياسية الفاعلة بشأن الاستفتاء على الدستور بعد ثورة 25 يناير-دراسة تحليلية مقارنة"، العدد التاسع، دورية إعلام الشرق الوسط، جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية، 2013.
- 8- رمزي جاب الله: القيم المتضمنة في صفحات الفيس بوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري-دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة 1 -أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة 2017، 2018.
- 9- ستي روضة الحمدي، القضايا الإجتماعية في رواية مأساة زينب، لعلي أحمد باكثير دراسة تحليلية وصفية-، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأدب والعلوم الإنسانية، قسم اللغة العربية وأدبها، جامعة الرانيري الإسلامية الحكومية، أندونيسيا 2014.
- 10- صونيا عفان، أساليب الحوار التلفزيوني في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2011-2012.
- 11- طه نجم، "الأطر الإخبارية للمقاومة الإسلامية اللبنانية في الصحافة العربية: دراسة تحليلية لعينة من صحيفتي الوطن السعودية وتشرين السورية خلال الحرب الإسرائيلية على لبنان، يوليو/أغسطس 2006"، العدد السابع والعشرون، المجلة المصرية لبحوث العالم، جامعة القاهرة: كلية العالم، يوليو-سبتمبر 2007.
- 12- عزة أحمد علي أبو العز، أطر معالجة قضايا الإصلاح السياسي العربي في خطاب المجلات العامة المصرية والإمريكية وأثرها في تشكيل الإتجاهات الصفوة المصرية، دراسة تحليلية وميدانية خلال عامي 2004-2005 رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، جامعة القاهرة، مصر ، 2012.
- 13- الزهراء ذكار. حليلة ذكار: أثر البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة على سلوك المراهق الجزائري دراسة ميدانية على عينة من المراهقين المتمدرسين المشاهدين لبرنامج ما وراء الجدران في قناة النهار تي في، بمدينة ورقلة، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديد جامعة قاصدي مرتاح، ورقلة، 2018.

14- مد عويس، "اتجاهات التغطية الإخبارية للشئون الخارجية في الصحف المصرية وعلاقتها بالمتغيرات 54 الخاصة بالصحف. دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية والحزبية الخاصة خلال عامي 2005-2006 -"، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الزقازيق: كلية الآداب-قسم العالم، 2008.

15- مساعد بن عبد الله المحيا وعبد القادر طاش، القيم في المسلسلات التلفازية-دراسة تحليلية وصفية مقارنة من المسلسلات التلفازية العربية-، ط1، دار العاصمة للنشر والتوزيع الرياض المملكة العربية السعودية، 1414هـ.

16- نجلاء جعفر عبد الوهاب جعفر، أطر تقديم قضايا المرأة في الإعلام الجديد وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا، رسالة ماجستير غير منشورة قسم الصحافة. جامعة القاهرة. مصر، 2017.

17- نصيرة تامي، المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات الإخبارية العربية المتخصصة - دراسة تحليلية مقارنة بين قناة الجزيرة القطرية وقناة العربية السعودية، أطروحة دكتورا غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3. 2013.

18- هالة إسماعيل بغدادي، دور التلفزيون المصري في التبادل الإخباري العربي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 1994.

19- وهيبة مسامح. المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في البرامج التفاعلية في الفضائيات العربية. دراسة تحليلية لبرنامج قمر 2 على قناة mbc1. رسالة دكتورا. قسم إشهار وعلاقات عامة. جامعة سطيف 2. السنة الجامعية 2020.2021.

رابعاً: المجالات العلمية والدوريات:

1- بديسي وحيدة، القيم في برامج قناة 3 Mbc الموجة للأطفال، مجلة المعيار، العدد 42 ، 2017. القاهرة ، 2015

2- سحر محمد وهبي، المصطلحات السياسية في الصحافة المصرية بعد ثورة 25 يناير 2011، مجلة كلية الأدب، جامعة سوهاج العدد 35، أكتوبر 372.

3- سعيد مراح ومحمد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة، العدد 39.

- 4- سلام عبده، إتجاهات التغطية الإخبارية للمعالجة الصحفية للقضايا العربية في المجلات المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 33 ، 2009
- 5- عبادي إيمان. رزيوق شريفة. دور البرامج التلفزيونية في إبراز صورة المرأة الجزائرية الفعالة في المجتمع، -برنامج دنيا المرأة بالتلفزيون الجزائري- مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد 02 ، 2018
- 6- مالك شعباني، التلفزيون والتنشئة الإجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، العدد السابع جانفي. 2012 .
- 7- محمد أحمد شحاته حسين، القضايا الكلامية وأثرها في ضبط العقلية العلمية والجدل الأصولي مجلة الشريعة والقانون. العدد 34 الجزء الأول. 1441هـ -2019م.
- 8- محمد البشير بن طبة، فاطمة نfnاف، صلاحية البحوث الكيفية والبحوث الكمية في ظل الظاهرة الاتصالية الجديدة-قراءة نقدية-، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الثامن، أغسطس 2019.

خامسا: الأوراق البحثية والتظاهرات العلمية:

- 1- نسرین حسونة، ملخص كتاب نظريات الاعلام والاتصال، 2015م-1436هـ.

سادسا: المراجع باللغة الأجنبية:

(أ) القواميس Dictionnaires :

- 1- joyce M , Hawkin , and Suzan , le rouse ,the oxford reference dictionary , Bath press , Avon , great .Britain , 1994 , p875
- 2- le petite la rouse illustré, dictionnaire, encyclopèdue, France, 1995, p 1023.

(ب) الكتب: Books :

- 1- Cappella, J.N. & Jamieson, K.H: **Spiral of Cynicism. The Press and the Public- Good. New York: Oxford University Press, 1997.**
- 2- Daniel Kahneman & Amost Versky, **Choices, Values and Frames, American- Psychologist, Vol. 39, No.4, April 1984.**

- 3- Erving Coffman. **Frame analysis: an essay on the organization of experience.** New York. NY: Harper&Rom1974.
- 4- LIBBY Hemphill & others. **Framing in social media: how the u.s congress uses –twitter hashtags to frame political.** Issues p 5.August 28.2013.available at <https://ssrn.com/abstract=2317335> date October 28.2019
- 5-Maurice Angers, **INITIATION PRATIQUE LA Méthodologie DES SCIENCES- HUMAINES** ,5 EME Edition, C.E.C, 2000,
- 6- Neuman, W.R., Just, M. R., & Crigler, A.N, **Common Knowledge, News and the- Construction of Political Meaning Chicago:** The University of Chicago Press, 1992.
- 7-Olaf Werder, Debating the Euro: **Mediad Agenda –Setting in Across- National- Environment, Gazette,** Vol.64, No. 3.
- 8- Price, V., & Tewksbury, D., **News Values and Public Opinion. A Theoretical- Account of Media Priming and Framing.** In G. Barnett & F.J. Boster (Eds), **Progress in Communication Science,** 1997.
- 9- Robert M. Entman.: **Framing Toward Clarification of A Fractured Paradigm, –Journal of Communication,** Vol. 43, No.4, 1993.
- 10-Shanto Iyengar & Adam Simon: **News Coverage of the Gulf Crisis and Public- Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming and Framing, Communication Research,** Vol. 20, No. 3, June 1993.
- 11- Tan Kard, J.W: **The Empirical Approach to the Study of Media Framing in S.D.- Reese, O.H. Gandy @ A.E. Grant (Eds), Framing Publicize** (p.p. 95). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2001.

سابعاً: المقالات : Articles :

1- **Framing U S Coverage of International News:** Entman Robert, **Narratives of the kAL and Iran Air incidents**, journal communication 41 (4), 1991.

2- **Qualitative news frame analysis a methodology** : Margaret linstom and willemein Marias. Communication science journal. 2012. Vol.Issue.1

3- Ala bakur Alshaih Twitter, **The framing process on twitter by the analysis of vision 2030 in Saudi Arabia**. Mass communication research journal, issue. 52: July .2019.

4-Deitram A Scheufele, **Framing as a theory of media effects**, journal of communication .vol 49, No 1, 1999.

5-Robin I. nabi, **Exploring the framing Effects of Emotion DO Discrete Emotions Differentially Influence Information Accessibility, Information, seeking and Policy Preference?** Communication Research, volume 30, number 02, 2003..

ثامناً: البرامج التلفزيونية:

1- **بعض شعارات البرنامج** "الدنيا بخير مادام النا بخير" ، "بسم الله نبدأ سعادة شديدة" ,إبحث عن نفسك بين دعاوي الناس " لا مستحيل تحت الشمس" , **إصنع سعادة جديدة** " ، "السعيد ممكن ما يملك كل شيء ولكنه يملك القناعة ... الخ (

2- **جاءت قناة mbc1 من ضمن أوائل القنوات العربية الناطقة بالعربية الأكثر مشاهدة في المنطقة العربية حسب الإحصائيات والتقارير.**

تاسعا: المواقع الالكترونية:

1- <http://dalya6848.blogspot.com/2014/04/37.html> تاريخ النشر : 15 أبريل 2014

, تاريخ الولوج : 30 ماي 2022

2- <https://youtube.com/watch?v=GVBQbA9XpFo&feature=share> تاريخ

النشر: 19 مارس 2020. تاريخ الولوج 28 ماي 2022

قائمة املاح

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة صالح بوبنيدر - قسنطينة 3 -
كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري

استمارة تحليل المحتوى

- تحية طيبة وبعد

الأستاذة الكرام، بين أيدكم استمارة تحليل المحتوى ودليل الاستمارة اللتان تدخلان في إطار إعداد دراسة علمية بقسم الاعلام والاتصال بجامعة قسنطينة 3، والموسومة بالمعالجة الإعلامية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية -دراسة تحليلية لبرنامج "قلبي اطمأن" على قناة MBC المواسم الأربعة. وتتطلب هذه الدراسة ضمن إجراءاتها تصميم استمارة تحليل المحتوى، والتي تم الاعتماد عليها كأداة بحثية، وتم أيضا الاعتماد على وحدة العد كأسلوب لجمع التكرارات، وعلى وحدة الموضوع، ووحدة الفكرة وحدة المشهد وغيرها من وحدات التحليل الأساسية المستخدمة، وهي موضحة في الفصل الأول ونهدف بتصميمنا لهذه الاستمارة التعرف على طبيعة وخصوصية فئات الشكل والمضمون وطريقة توظيفها في إطار المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية، التي طرحها برنامج "قلبي اطمأن"، لذا نأمل من سيادتكم المحترمة أن تتفضلوا بتحكيم الاستمارة، تقييمها وبيان رأيكم بصلاحياتها العلمية مع اقتراح أية تعديلات ترونها مناسبة وتفيد البحث.

عنوان المذكرة:

المعالجة الإعلامية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية

-دراسة تحليلية لبرنامج قلبي اطمأن على قناة 1 MBC

الإستاد المشرف:

الدكتور غدار نور الإسلام

اعداد الطالبتين:

مخولف هجرة

سوايح رانية

السنة الجامعية: 2021-2022

- المحور الأول: البيانات الخاصة بالقناة:

(1) اسم القناة: أم بي سي 1 .

(2) اسم البرنامج: قلبي اطمئن (غيث).

المحور الثاني: البيانات الخاصة بفئة الشكل (ماذا قيل؟)

(3) فئة المدة الزمنية:

من 10 الى 15 من 15 الى 20

من 20 الى 25 من 25 الى 30

(4) فئة اللغة:

4-1- عربية إعلامية

4-2- لهجات عامية عربية:

إماراتية مصرية سودانية أردنية

سورية عراقية يمنية

4-3- لغة عربية مترجمة للإنجليزية

4-4- لغة انجليزية مترجمة للعربية

4-5- لغات أخرى مترجمة للعربية:

إندونيسية فلبينية

5- فئة القوالب:

بوتريه حديث مباشر

حديث غير مباشر حوار

6- عناصر الأبرز والدعم:

نصوص مكتوبة رسوم توضيحية صور مرفقة بنصوص

7- فئة الموسيقى:

حزينة حيوية كلام مع اغاني ترقب و توتر

8- مؤثرات صوتية:

طبيعية بشرية اصطناعية

9- فئة نوع اللقطة:

لقطة واسعة جدا لقطة واسعة لقطة متوسطة
 لقطة قريبة لقطة قريبة جدا

10- فئة بيئة التصوير:

10-1- الداخلية: أماكن الإقامة مستشفيات وعيادات

مواقع العمل مراكز الايواء

10-2- الخارجية:

شوارع وأرصفة مطاعم وأسواق
 منتزهات ومعالم أثرية طبيعة

المحور الثاني: البيانات الخاصة بفئة المضمون (كيف قيل؟)

11- فئة المواضيع:

موجهة للأفراد
 موجهة للمجتمع ككل

12- فئة القيم:

دينية اجتماعية جمالية

13- الأساليب الإقناعية:

عقلية عاطفية

14- فئة الجمهور المستهدف:

كهول شيوخ رجال نساء

15- فئة الأهداف:

التراحم والتكافل التحدي والعمل
 ترسيخ مبادئ الإنسانية بعث الامل والتفاؤل

16- فئة الفاعلين:

1-16- حسب الجنس: ذكور إناث

2-16- حسب الشريحة الاجتماعية:

كهول شيوخ رجال نساء