الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03

كلية علوم الإعلام والإتصال والسمعي البصري

القسم: السمعي البصري

الرقم التسلسلي: .....

الرمز: .....

مذكرة ماستر

الشعبة: علوم الإعلام والإتصال **التخصص: سمعي بصري**

المعالجة الإعلامية للقضايا الإجتماعية من خلال برنامج قمرة "1" على قناة MBC1

دراسة تحليلية على عينة من حلقات البرنامج

إعداد الطالبتين: **اشراف الأستاذ(ة):**

سليمة مريخي **د/أحلام بولكعيبات**

أحلام بعزيزي

السنة الجامعية: 2022/2021

الدورة: جوان 2022

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03

كلية علوم الإعلام والإتصال والسمعي البصري

القسم: السمعي البصري

الرقم التسلسلي: .....

الرمز: .....

مذكرة ماستر

الشعبة: علوم الإعلام والإتصال **التخصص: سمعي بصري**

المعالجة الإعلامية للقضايا الإجتماعية من خلال برنامج قمرة "1" على قناة MBC1

دراسة تحليلية على عينة من حلقات البرنامج

إعداد الطالبتين: **اشراف الأستاذ(ة):**

سليمة مريخي **د/أحلام بولكعيبات**

أحلام بعزيزي

السنة الجامعية: 2022/2021

الدورة: جوان 2022

شكر وتقدير

الحمد لله ربي العالمين الذي بفضله ونعمته تتم الصالحات وبتوفيقه وبرضاه تتحقق الآمال والمقاصد والغايات.

نحمد الله عز وجل ونشكره الذي كان معنا فقنا وأعاننا وألهمنا الصبر والتوفيق والصحة والعافية والعزيمة لإنجاز وإتمام هذا العمل المتواضع. اللهم لك الحمد والشكر على فضلك ونعمك بأنك مددتنا وبصرتنا بمعرفة العلم ونور الفهم.

كل الشكر والإحترام والحب والتقدير لوالدينا الذين كانوا معنا بالدعاء المستمر وساندونا.

كل الشكر والتقدير والإمتنان للمشرفة الأستاذة "**أحلام بولكعيبات**" على أنها كانت معنا طوال فترة إعداد المذكرة وما قدمته لنا من توجيهات ونصائح وجهد ودعم ولم تبخل علينا بأي شيء إلى أن إنتهت هذه المطرة ورأت النور بفضل الله عز وجل.

جزيل الشكر والتقدير لأعضاء لجنة المناقشة على مناقشتهم وتقييمهم لهذا العمل.

الشكر الكثير لجميع الزملاء والأصدقاء وبالأخص الذين قدموا لنا المساعدة والمساندة وشجعونا ولو بالكلمة الطيبة.

إلى كل من ساهم في إعطائنا المعلومة الصادقة وكل من ساندنا وقدم لنا يد العون في إتمام هذه المذكرة...شكرا جزيلا.

إليكم جميعاً...شكراً جزيلاً.

والحمد لله دائما وأبدا لله رب العالمين على نعمك الفاضلة.

اهـــــــــداء

الحمد لله، الذي وفقنا وأعاننا على إجتياز هذه الخطوة في طريق العلم، وسخر لنا الأسباب المساعدة على ذلك فلولا توفيق الله لما كان لهذا العمل أن يرى النور ولهذه الأوراق أن تكتب...فشكر لك يا رب العالمين وألف شكر.

هذا العمل هو إهداء لنا أنا "أحلام" و "سليمة" على تعبنا وصبرنا وجهدنا على إنجاز وإتمام هذه المذكرة...فالحمد لله؛ والتي نرجو أن يكون عملنا نفعا يستفيد منه جميع طلبة المقبلين على التخرج.

سليمة...

سأجمع كل الكلمات لكي أهديها إلى نفسي أولاً التي تعبت وسهرت وجهدت...فالحمد لله نالت وجهدت

إلى العينين التي أطفيهما الموت قبل أن أحفظهما، إلى الإبتسامة التي لا أتذكر منها إلا خيالها، إلى الإسم العذب والرقيق التي تمس به شفتاي دون ان تملأ عيني الدموع إلى نور وشمسي وشمعتي التي انطفئت وغادرت باكرا إلى الرفيق الدائم وسندي الغائب لكنه موجود دائما في قلبي إلى أغلى ما فقدت في هذه الحياة، إليك يا أبي وإلى روحك الزكية الطاهرة، رحمك الله يا حبيب روحي وجعلك من أهل الجنة.

إلى أمي الحبية والغالية التي كانت عونا دائما لي بدعائها ومساندتها وتشجيعها المستمر، حفظك الله ورعاك وأطال في عمرك غاليتي...

إلى أمرائي "محمد الأمير" و "تيم الله" اللذان كانا مصدرا إشراحا لي...

إلى كل من كان معي وساندني وفرح معي ودعا لي...

إلى من يذكرهم القلب قبل أن يكتبهم القلم إلى من قاسموني الحياة بحلوها ومرها عائلتي التي لطالما كانت بجانبي...

وفي الأخير أحمد الله سبحانه الذي وفقنا أنا وصديقتي وأختي سليمة على إنجاز وإتمام هذه المذكرة...فالحمد لله ربي العالمين.

أحلام.

ملخص الدراسة:

تهدف دراستنا التي تتمحور حول المعالجة الإعلامية للقضايا الإجتماعية في البرامج التليفزيونية في الفضائيات العربية دراسة تحليلية لبرنامج "قمرة1" على MBC1بشكل عام إلى رصد وتحليل خصوصية البرامج من خلال برنامج طقمرة1"ط كأحد أول الأعمال التلفزيونية العربية التي يشارك في صنع محتواها الجمهور العربي بالنسبة 100% حيث تقدم هذه الدراسة نموذجا حول الإعلام في الفضائيات العربية وهذا النموذج يتمثل في برنامج "قمرة1" الذي تم عرضه خلال شهر رمضان المعظم موسم 2016 على القناة الخاصة MBC1ذات الطابع العام أو المنوع والتي تنتمي إلى شبكة قنوات أو مجمع MBC1وأهميتها تظهر في المحاولة الجادة لجعل البرامج التلفزيونية ذات الدور البارز في النهوض بالمجتمع محل البحث ودراسة الإستشراف مستقبليها خاصة وأنها كالدمغة في مختلف القنوات الفضائية العربية والتعرف على خصوصية البرنامج "قمرة1" كان لا بد علينا أن نجزأ الهدف العام إلى عدة أهداف فرعية تساعدنا للوصول إلى الهدف العام حيث تم إختزالها في فئتين رئيسيتين هما فئة البرنامج وفئة مضمون البرنامج تعكس مجموعة من التساؤلات التي طرحتها الدراسة ضمن هاتين الفيئتين الرئيسيتين، وانطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي ك كيف الج برنامج "قمرة1" القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" على قناة MBC1.

إن الدراسة التي بين أيدينا تنتمي إلى الدراسات الوصفية المستخدمة لمنهج ووصفي تحليل لمضمون وسائل الإعلام الذي يعتبر نوع هام من انواع الوصف والدراسات الوصفية التحليلية وفي إطاره يعتبر تحليل المحتوى الأداة الأنسب له ما جعل الدراسة تعتمد عليه كأداة رئيسية. وتم جمع البيانات الدراسة التحليلية من خلال إستمارة تحليل المحتوى التي تم تصميمها لتمكننا من الإجابة على التساؤلات التي طرحناها وتحقيق أهداف الدراسة اليت وضحناها وتم الإعتماد على العينة العشوائية لبعض الحلقات الخاصة بالموسم الأول من برنامج "قمرة1" والتي تم بثها على قناة MBC1 في الفترة الزمنية من 1 رمضان إلى غاية 30 مضان 1438هـ الموافق ل 27 ماي إلى 24 جوان 2016، واعتمدنا في هذه الدراسة على خطة منهجية شملت ثلاث فصول تحتوي ضمنها مجموعة من العناصر وهي:

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي لموضوع الدراسة.

الفصل الثاني: المعالجة الإعلامية للبرامج الإجتماعية التلفزيونية.

الفصل الثالث: عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية لحلقات برنامج ""قمرة1" على قناة MBC1.

الكلمات المفتاحية: المعالجة الإعلامية، القضايا الإجتماعية، البرامج.

Résumé de l'étude:

Notre sujet d'étude aborde le traitement médiatique des problèmes sociaux dans les programmes interactifs diffusés sur les chaines satellites arabes (Etude analytique de programmes Qomrah Mbc1. Elle vise à suivre et analyser la particularité interactifs de la télévision arabe dans laquelle le public participe à 100% à la production de son contenu.

Cette étude fournit un modèle pour medias interactifs dans les chaînes satellites arabes, Ce modèle est représenté dans l'émission Qomrah qui a été diffusé pendant le Ramadan 2016 sur le chaine privée MBC1 à caractère public appartenant au groupe de chines MBC.

La signification de cette étude se manifeste dans des essais sérieux de réalisation d'une éveil social à partir des programmes interactifs qui sont étudiés sous la lumière afin de prédire son avenir puisqu'il est devenu comme un chanvre dans toutes les chaines arabes Afin d'examiner les particularités du programme Qomrah. L'objectif général doit être divisé en objectifs parties qui nous aident à atteindre l'objectif général, l'étude a été réduite en deux chapitres. Le format du programme et le contenu du programme dans lequel ils reflètent un ensemble de questions soulevées par l'étude dans des catégories de format et de contenu, Par conséquent, l'étude est partie de la question principale : quelles sont les particularités du traitement des médias si les questions sociales dans le programme interactif Qomrah 1 sur MBC1 enfermes de format et de contenu ?

La méthode de recherche utilisée dans l'étude de cas est descriptive, la numérisation du contenu des médias est la méthode utilisé pour collecter des données qui est la méthode qui peut être utilisée pour une étude analytique. Les données de l'étude analytique ont été recueillies à partir d'une format d'analyse de contenu conçu afin de répondre aux questions que nous avons soulevées et d'atteindre les objectifs de l'étude que nous nous sommes fixés, Nous avons adopté un échantillon intentionnel et un balayage.

L'étude est divisée en 3 chapitres qui comprennent une liste d'éléments :

Chapitre1 : Cadre conceptuel et méthodologique du sujet de l'étude.

Chapiter2 : approché théoriques de létude.

Chapitre3 : introduction aux chaines de télévision par satellite arabes.

Mots Clés : Traitmented médiatique, problémes sociaux, Interactivité.

Summary of study :

Our subject study tackles media processing of social issues in interactive programs broadcasted on Arab satellite channels (Analytical study of the Qomrah program on MBC1.

It aims at monitoring and analyzing the particularity of interactive programs through Qomrah as one of the leading interactive programs on Arabic TV in which the audience participates in producing its content by 100% this study provides a model for interactive media in Arab satellite channels. This model is presented in Qomrah program which was broadcasted in Ramadan 2016 On the private channel MBC_1 of a public nature which belongs the MBC channel group.

The importance of this study shows in serious trials of making a social awakening from the interactive programs which are studied under the light in order to predict its future since it became as a stamp in every Arab channel in order to examine the peculiarities of Qomrah program the general goal must be divided into partial goals which help us reach the general one. The study was reduced into chapters the format of the program and its content which reflect set of questions raised by the study within categories of format and content Therefore the study started from the main question: What are the peculiarities of media processing if social issues in the interactive program Qomrah 1 on MBC1 in terms of format and content?

The method of research used in the case study is a descriptive one Scanning the content of medias is the method used in gathering data which is the adequate method for an analytical study whose data was gathered from a designed from a designed content analysis format in order to answer the questions we raised and to achieve the objectives of the study that we set we adopted intention sample and comprehensive scanning in every espied of Qomrah season 1 which were broadcasted on MBC1 starting from 1 Ramadan to 30 Ramadan 1438 H. u corresponding to 27 May to 24 June 2016.

The study is divided into 3 chapters which include a list of elements:

Chapter 1: Conceptual Framework methodological foundation the subject of the study.

Chapter 2: theatrical approaches to the study.

Chapter 3: introduction to the Arab satellite TV channels.

Key words: Media, Treatment, Social lssues, Interractivity Interactive TV Show Pprograms.

فهرس المحتويات:

محتوى المواضيع	الصفحة
شكر وعرفان	-
ملخص الدراسة	-
فهرس الجداول	-
فهرس الأشكال	-
فهرس الملاحق	-
مقدمة	أ-ج
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي لموضوع الدراسة.	
1. بناء إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.	20-22
2. أسباب إختيار الموضوع.	22
3. أهمية الدراسة.	22-23
4. أهداف الدراسة.	23
5. الدراسات السابقة.	24-29
6. تحديد مفاهيم الدراسة.	29-30
7. منظور الدراسة.	30-43
8. منهج الدراسة.	43-45
9. أداة جمع البيانات.	45-56
10. المجال الدراسة.	56-57
11. مجتمع البحث والعينة.	57-58
الفصل الثاني: المعالجة الإعلامية للبرامج الإجتماعية للتلفزيون.	
تمهيد.	60
1. المعالجة الإعلامية.	**61-70**
1.1 أنواع المعالجة الإعلامية.	61-64
2.1 أسس المعالجة الإعلامية.	64-69
3.1 ضوابط المعالجة الإعلامية.	70
2. البرامج التلفزيون.	**71-77**
1.2 خصوصية التلفزيون كوعاء للقنوات التلفزيونية الفضائية.	71-72

2.2 مفهوم البرامج التلفزيونية.	73-72
3.2 مكونات البرامج التلفزيونية.	73
4.2 أنواع البرامج التلفزيونية.	76-73
5.2 معايير وأسس البرامج التلفزيونية.	77-76
3. البرامج الإجتماعية التلفزيونية.	**78-77**
1.3 مفهوم البرامج الإجتماعية.	77
2.3 كيفية إعداد البرامج الإجتماعية.	78-77
3.3 خصائص وسمات البرامج الإجتماعية.	78
الفصل الثالث: عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية لحلقات للبرنامج الإجتماعي "قمرة1" على قناة MBC1	
تمهيد.	80
أولاً: عرض البيانات الأولية لبرنامج "قمرة1".	86-81
ثانياً: عرض وتحليل وتفسير بيانات عينة الدراسة التحليلية من حيث فئات الشكل والمضمون.	116-87
ثالثاً: عرض وتحليل وتفسير بيانات عينة الدراسة التحليلية من حيث فئات المضمون.	162-117
رابعاً: النتائج العامة في ضوء تساؤلات الدراسة.	167-163
خامساً: النتائج العامة في ضوء الدراسة.	169-168
التوصيات.	170
خاتمة.	172
قائمة المصادر والمراجع.	182-174
الملاحق.	196-184

فهرس الجداول:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يوضح توزيع عينة الدراسة.	58
02	يوضح بيانات ومعلومات أولية عن البرنامج الإجتماعي "قمرة1".	81
03	يوضح توزيع تكرارات فئة الحجم الزمني في معالجة القضايا الفرعية في حلقة الطفل في برنامج "قمرة1" الاجتماعي.	88
04	يوضح توزيع التكرارات ونسب فئة الحجم الزمني في حلقة التنمر في برنامج "قمرة1" الاجتماعي.	88
05	يوضح توزيع تكرارات فئة الحجم الزمني في حلقة العامل في برنامج "قمرة1" الإجتماعي.	89
06	يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة الحجم الزمني في معالجة القضايا الفرعية في حلقة الشبكات الإجتماعية في برنامج "قمرة1" الإجتماعي.	90
07	يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة الحجم الزمني في معالجة القضايا الفرعية في حلقة المرأة في برنامج "قمرة1" الإجتماعي.	90
08	يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة الحجم الزمني في معالجة القضايا الفرعية في حلقة العنصرية في برنامج "قمرة" الإجتماعي.	91
09	يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة الحجم الزمني في معالجة القضايا الفرعية في حلقة اللاجئ في برنامج "قمرة" الإجتماعي.	91
10	يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة الحجم الزمني في معالجة القضايا الفرعية في حلقة العطاء في برنامج قمرة الإجتماعي.	92
11	يوضح توزيع فئة الحجم الزمني في معالجة القضايا الفرعية في حلقة الإرهاب من برنامج "قمرة" الإجتماعي.	92
12	يوضح توزيع تكرارات ونسب المئوية لفئة الحجم الزمني في معالجة القضايا الفرعية في حلقة حق التعليم في برنامج "قمرة" الإجتماعي.	93
13	يوضح توزيع التكرارات ونسب فئة اللغة المستخدمة في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".	96
14	يوضح توزيع التكرارات والنسب المئوية لفئة اللهجات العربية المستخدمة في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".	98
15	يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة طبيعة المادة والأشكال الإعلامية المستخدمة	100

	في معالجة القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجتماعي "قمرة1".	
16	يوضح توزيع التكرارات فئة نوع الموسيقى والمؤثرات الصوتية المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1".	**103**
17	يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة نوع اللقطات الكاميرا المتضمنة في برنامج "قمرة1" الإجتماعي.	**107**
18	يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة وبيئة التصوير في برنامج قمرة "1".	**111**
19	يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة طبيعة أماكن بيئة التصوير الداخلي في برنامج "قمرة1".	**112**
20	يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة طبيعة أماكن بيئة التصوير الخارجية في برنامج "قمرة1".	**113**
21	يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة القضايا الفرعية لموضوع الطفل في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".	**118**
22	يوضح توزيع تكرارات ونسب القضايا الفرعية لموضوع التنمر في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".	**119**
23	يوضح توزيع تكرارات ونسب قضايا الفرعية لموضوع التنمر في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".	**119**
24	يوضح توزيع تكرارات ونسب القضايا الفرعية لحلقة الشبكات الإجتماعية في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".	**120**
25	يوضح توزيع تكرارات ونسب القضايا الفرعية لحلقة المرأة في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".	**121**
26	يوضح توزيع تكرارات ونسب القضايا الفرعية لحلقة العنصرية في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".	**121**
27	يوضح توزيع التكرارات فئة القضايا الفرعية لحلقة اللاجئ في البرنامج الاجتماعي "قمرة1".	**122**
28	يوضح توزيع التكرارات فئة القضايا الفرعية لموضوع العطاء في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".	**123**
29	يوضح توزيع وتكرارات فئة القضايا الفرعية لموضع الإرهاب في برنامج الإجتماعي "قمر 1".	**123**
30	يوضح توزيع وتكرارات فئة القضايا الفرعية لموضوع حق التعليم في البرنامج	**124**

	الإجتماعي "قمرة1".	
31	يوضح تكرارات ونسب فئة المواضيع في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".	**127**
32	يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة القيم في القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجتماعي "قمرة1".	**129**
33	يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة أنواع الأساليب الإقناعية المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية بالبرنامج "قمرة1".	**131**
34	يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة الأساليب الإقناعية العقلية المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية ببرنامج "قمرة1".	**133**
35	يوضح توزيع التكرارات ونسب فئة الأساليب الإقناعية العاطفية المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1".	**135**
36	يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة أهداف القضايا الإجتماعية المعالجة بالبرنامج الإجتماعي "قمرة1".	**138**
37	يوضح تكرار ونسب فئة القوى الفاعلة في معالجة القضايا الإجتماعية ببرنامج "قمرة1".	**141**
38	يوضح توزيع إجمالي توزيع التكرارات ونسب فئة الفاعلين الأفراد حسب الشريحة الإجتماعية لمعالجة القضايا الإجتماعية بالبرنامج "قمرة1".	**142**
39	يوضح توزيع فئة بيئة الفاعلين في البرنامج "قمرة1".	**144**
40	يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة طبيعة بيئة الفاعلين العربية في برنامج "قمرة1".	**145**
41	يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة طبيعة بيئة الفاعلين الاجنبية في برنامج "قمرة1".	**146**
42	يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة أنواع الأطر في عرض المواضيع الإجتماعية في برنامج "قمرة1".	**149**
(42-1)	عنوان الحلقة "الطفل".	**149**
(42-2)	عنوان الحلقة "العامل".	**150**
(42-3)	عنوان الحلقة "التنمر".	**151**
(42-4)	عنوان الحلقة "الشبكات الإجتماعية".	**152**
42-5)	عنوان الحلقة "المرأة".	**153**
(42-6)	عنوان الحلقة "اللاجئ".	**154**

(7-42)	عنوان الحلقة العنصرية.	**155**
(8-42)	عنوان الحلقة "العطاء".	**156**
(9-42)	عنوان الحلقة "الإرهاب".	**157**
(10-42)	عنوان الحلقة "حق التعليم".	**159**
43	يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة أنواع الأطر حسب الأبعاد المراد إضفائها والمستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية بالبرنامج "قمرة1".	**160**

فهرس الأشكال:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يوضح توزيع تكرارات ونسب المئوية لفئة الحجم الزمني في معالجة القضايا الاجتماعية في كل حلقة من حلقات البرنامج الاجتماعي "قمرة1".	95
02	يوضح نسب فئة اللغة المستخدمة في عرض القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجتماعي "قمرة1".	97
03	يوضح توزيع نسب فئة اللهجات المحلية العربية المستخدمة في عرض القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجتماعي "قمرة1".	99
04	يوضح توزيع نسب فئة شكل الأنماط الصحفية المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجتماعي "قمرة1".	102
05	يوضح إجمالي التكرارات والنسب المئوية لطبيعة الموسيقى والمؤثرات الصوتية المستعملة في عرض مواضيع القضايا الإجتماعية بالبرنامج "قمرة1".	104
06	يوضح توزيع النسب لفئة نوع لقطات الكاميرا المستخدمة في برنامج "قمرة1".	107
07	يوضح طبيعة التصوير في "قمرة1" النسبة المئوية	111
08	يوضح نسب فئة طبيعة أماكن بيئة التصوير الداخلية في برنامج "قمرة1".	112
09	يوضح نسب فئة طبيعة أماكن التصوير الخارجي في برنامج "قمرة1".	114
10	يوضح توزيع نسب وتكرارات القضايا الفرعية لمواضيع البرنامج الإجتماعي "قمرة1".	126
11	يوضح توزيع نسب فئة المواضيع في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".	128
12	يوضح توزيع نسب فئة القيم في القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجتماعية "قمرة1".	129
13	يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأساليب الإقناعية المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية لبرنامج "قمرة1".	131
14	يوضح توزيع نسب فئة الأساليب الإقناعية العقلية المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1".	134
15	يوضح توزيع النسب فئة الاساليب الإقناعية العاطفية المستخدمة معالجة القضايا الإجتماعية ببرنامج "قمرة1".	136
16	يوضح توزيع نسب فئة أهداف القضايا الإجتماعية المعالجة بالبرنامج	139

	الإجتماعية ""قمرة1".	
17	يوضح توزيع نسب فئة القوى الفاعلة في معالجة القضايا الإجتماعية ببرنامج "قمرة1".	**141**
18	يوضح توزيع نسب فئة الفاعلين الأفراد حسب الشريحة الإجتماعية في برنامج "قمرة1".	**143**
19	يوضح توزيع نسب فئة بيئة الفاعلين في برنامج "قمرة1".	**144**
20	يوضح توزيع نسب فئة طبيعة بيئة الفاعلين العربية في برنامج "قمرة1". يوضح توزيع نسب فئة طبيعة بيئة الفاعلين العربية في برنامج "قمرة1".	**145**
21	يوضح تويع نسب فئة طبيعة الفاعلين الأجنبية في برنامج "قمرة1".	**146**
(1-21)	يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأطر في عرض المواضيع الاجتماعية في حلقة "الطفل" في برنامج "قمرة1".	**149**
(2-21)	يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأطر في عرض القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" حلقة "العامل".	**151**
(3-21)	يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأطر في عرض القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" حلقة "التنمر".	**152**
(4-21)	يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأطر في عرض القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" في حلقة "الشبكات الإجتماعية".	**153**
(5-21)	يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأطر في عرض القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" في حلقة "المرأة".	**154**
(6-21)	يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأطر في عرض القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" حلقة "اللاجئ".	**155**
(7-21)	يوضح إجمالي التكرارات ونسب فئة أنواع الاطر في عرض القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" حلقة "العنصرية".	**156**
(8-21)	يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأطر في عرض المواضع الإجتماعية في حلقة العطاء في برنامج "قمرة1".	**157**
(9-21)	يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأطر في عرض المواضيع الإجتماعية في حلقة "الإرهاب".	**158**
(21-10)	يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأطر في عرض المواضيع الإجتماعية في حلقة "حق التعليم" في برنامج "قمرة1".	**159**

22	يوضح نسب فئة أنواع الأطر حسب الابعاد المراد إضفائها والمستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجتماعي "قمرة1".	**161**

فهرس الملاحق:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	دليل استمارة تحليل المضمون	**190-184**
02	صورة الإعلامي "أحمد مازن الشقيري" صاحب فكرة ومقدم البرنامج الإجتماعي قمرة "1".	**191**
03	أحمد الشقيري مع رئيس التحرير لقناة MbC1 لتوزيع الجوائز كأحسن برنامج قمرة 1 في رمضان 2016	**192**
04	يوضح الموقع الإلكتروني للمشاركات في برنامج قمرة1.	**193**
05	صور لبعض المشاركات في مختلف حلقات برنامج الإجتماعي قمرة "1".	**196-194**

مقدمـــــة

مقدمـــة:

يقودنا التقدم والتطور المستمر في تكنولوجيا وسائل الإعلام والإتصال إلى بناء مجتمعات متقدمة ومتطورة. كون هذه الأخيرة ذات مكانة متميزة في مختلف المجتمعات الإنسانية من خلال طبيعة وتنوع الوظائف التي تمارسها وتؤديها وقدرتها على الإقناع والتأثير وتداخلها في المجتمع وولوجها إلى عقول وأفكار الأفراد.

فالإعلام اليوم أصبح يعيش وفق تغيرات وتحولات وتطورات تكنولوجية هائلة أدت إلى تغيرات كبيرة وواضحة في مختلف أساليب الإنتاج والتوزيع وتلقي المعلومات، فبرزت تقنيات وأساليب إتصالية حديثة وظهرت وإنتشرت من خلالها وعن طريقها خصائص ووظائف إتصالية جديدة.

والوسيلة الإعلامية اليوم؛ أحدثت تغيراً عميقاً ومستمر على كافة الاصعدة في الحياة وأصبحت تؤدي دوراً جوهرياً ومحورياً إزاء مختلف المواضيع والقضايا التي يعيشها الأفراد في المجتمعات. وتعتبر أحد مكونات المجتمع واحدة من أهم أسسه التي تحاول وتساهم جاهدة كي تحافظ على بقائه قائماً في إستقرار، كما أنه لا يمكن الحدي عن هذه الأخيرة ولا عن أدوارها وأهميتها دون التطرق إلى التلفزيون كأحد أهم الوسائل الإعلامية، الذي استطاع أن يحقق نمواً وتطوراً وتقدماً في السنوات الماضية بفضل الإكتشافات والإختراعات التكنولوجية ليصل إلى مرحلة التلفزيون الحديث والتفاعلي، الذي حقق رواجاً وانتشاراً واسعاً بفعل قدرته على التأثير وبثه وإرساله المستمر لمختلف المعلومات.

وما زاده قوة وتطوراً هو ظهور العديد من القنوات الفضائية التي أصبحت هي الأخرى وسيلة إتصال أكثر إنتشاراً وتوزيعاً وتوسعاً والأكثر جذباً تخاطب وتحاكي الجمهور بإستمرار دون إنقطاع من خلال ما تقدمه وتعرضه من مضامين وأفكار ورسائل إعلامية، تحولت من مجرد وسيلة لنقل المعلومات إلى الإسهام الفعلي في تكوين الحياة في مختلف تصوراتها وأبعادها.

إلى جانب أيضاً أنها فتحت ووسعت المجال للمتلقي لممارسة حرية الإستقبال وتلقي المعلومات والإنفتاح على العالم بكامله من خلال وعن طريق إتاحتها. لغرض التبادل الثقافي وتبادل المزيد من المعلومات بين مختلف شعوب العالم، وهذا كله عن طريق البرامج التلفزيونية، فالساحة الإعلامية اليوم أصبحت تعج وتزخر بمختلف البرامج التي تعتبر أحد مصادر التنشئة الإجتماعية ومن أهم مصادر إحداث التغيير لدى المتلقي، ومن أهم مصادر طرح القضايا وتشكيل صورتها لدى المتلقي، تستهدف

الفئات المختلفة والمتنوعة من المشاهدين بمختلف أصنافها وأحجامها والتي جميع مراحل إنتاجها وإبلاغها، أيضاً إلى جانب معالجتها لمختلف المواضيع والبرامج في مختلف مجالات الحياة السياسية، الإقتصادية، الثقافية، الإجتماعية...إلخ.

هذه الأخيرة التي حظيت بإهتمام القنوات الفضائية بإعتبارها في الكثير من الأحيان مرآة للواقع المعاش، حيث تقوم ببث وعرض ونقل مختلف المواضيع والأحداث وقضايا المجتمع ومختلف التجارب المنبعثة من الواقع، وطرحها للمشاهدين، فتنوعت قوالبها وأشكالها وإهتماماتها وموادها. إلى جانب ذلك أيضاً توفير أساليب تفاعلية متعددة تتيح للمشاهد فرصة المشاركة والقدرة على إنتاج محتوى إعلامي، هذا من أجل تبسيط وتسهيل الصورة له، من أجل توعيته بما يدور حوله من وقائع وأحداث وبالتالي تكريس رؤية وثقافة إجتماعية حول القضايا الجديدة والأنية التي تشغل الجمهور.

فالبرامج الإجتماعية تؤدي وتمارس دوراً جوهرياً في إثارة إهتمام الجمهور بمختلف القضايا والمواضيع والمشكلات المطروحة في المجتمع. كما أنها أيضاً أصبحت مصدراً إعلامياً إكتسب مكانة مهمة يلجأ الجمهور إليها من أجل إنتقاء معلوماته، خاصة إذا كانت القضايا مطروحة بشكل جديد وبسيط ويستطع المشاهد الإستفادة منها كالبرنامج الإجتماعي "**قمرة**" في جزؤه الأول الذي عُرض وبث على قناة **MBC_1** وقدم محتوى ونهج إعلامي مختلف في بثه للبرامج الإجتماعية ذات الطابع الإجتماعي، أيضاً هو برنامج تفاعلي ومُختلف في طريقة عرضه للأفكار وطريقة تنفيذها وطرحها وتحليلها ومعالجتها وتقديم أمثلة وأفكار وحلول وتجارب من الواقع. بالإضافة إلى تقديمه لمحتوى جاد وهادف. يحمل مجموعة من الخصوصيات في شكله ومضمونه لمجموعة من القضايا الإجتماعية المستمدة والمنبعثة من مختلف المجتمعات العربية.

ومن هذا المنطلق ومن خلال ما قدمناه، بناءًا على ما سبق طرحه اشتملت خطة البحث على ثلاثة فصول مسبوقة بمقدمة كمدخل عام لموضوع دراستنا. الفصل الأول يتعلق بالإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة من أجل إعداد تأسيس أرضية مفاهيمية ومنهجية ثابتة ومتوازنة مبنية على أسس علمية؛ يتضمن هذا الفصل جملة من الإجراءات والمفاهيم الأساسية بالشرح والتعريف والتوضيح خدمةً للفكرة الأساسية. وعليه يتناول هذا الفصل التعريف بالإشكالية البحثية وتساؤلاتها ثم أسباب إختيار الموضوع، مروراً بأهمية الدراسة وأهدافها ثم الدراسات العامة المماثلة والمشابهة للدراسة الحالية، ثم المفاهيم الأساسية الخاصة

بالدراسة إلى منظور الدراسة ومنهج الدراسة، وصولاً إلى أداة جمع البيانات، والمجال الدراسة ومجتمع البحث والعينة.

بينما خصص الفصل الثاني، للجانب النظري الخاص بالدراسة بعنوان المعالجة الإعلامية للبرامج الإجتماعية التلفزيونية؛ والبداية كانت بتمهيد كمدخل للفصل. وقسم هذا الفصل بدوره إلى مباحث وكل مبحث تضمن مجموعة من العناصر، فالمبحث الأول جاء بعنوان المعالجة الإعلامية ثم ضوابط المعالجة الإعلامية.

المبحث الأول: الذي جاء بعنوان المعالجة الإعلامية، تمثلت عناصره أولها بأنواع المعالجة الإعلامية؛ ليليه عنصر أسس المعالجة الإعلامية.

المبحث الثاني: بعنوان البرامج التلفزيونية، بداية عناصره كانت بخصوية التلفزيون كوعاء للقنوات التلفزيونية الفضائية، ثم يليه عنصر مفهوم البرامج التلفزيونية، بعدها عنصر مكونات البرامج التلفزيونية وصولاً إلى عنصر أنواع البرامج التلفزيونية ومعايير وأسس البرامج التلفزيونية.

المبحث الثالث والأخير: جاء بعنوان البرامج الإجتماعية التلفزيونية تضمن أيضاً مجموعة من العناصر وأولها، مفهوم البرامج الإجتماعية ليليه عنصر كيفية إعداد البرامج الإجتماعية وأخر عنصر تمثل في خصائص وسمات البرامج الإجتماعية.

والفصل الثالث والأخير في دراستنا خاص بالجانب التطبيقي وجاء بعنوان "عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية لحلقات برنامج الإجتماعي قمرة 1 على قناة **MBC_1** وبدايته كانت بعرض البيانات الأولية لبرنامج "طقمرة1" مروراً إلى عرض وتحليل وتفسير بيانات عينة الدراسة التحليلية من حيث الشكل والمضمون لتختتم الدراسة بوضع الإستنتاجات أو النتاج العامة المتوصل إليها على ضوء تساؤلات الدراسة ونتائج العامة في ضوء الدراسة، مروراً أيضاً بالتوصيات وخاتمة ثم قائمة المصادر والمراجع والملاحق، الفهارس؛ بداية بفهرس المحتويات مروراً إلى فهرس الجداول وصولاً إلى فهرس الاشكال.

وفي ختام هذا نرجو أن تقدم وتبين هذه الدراسة صورة واضحة عن طبيعة وخصوصية الشكل والمضمون التي قدم بها برنامج "قمرة1" مختلف المواضيع الإجتماعية، وأن تكون دليلاً لدراسات أخرى.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي لموضوع الدراسة.

1. بناء إشكالية وتساؤلاتها.
2. أسباب اختيار الموضوع.
3. أهمية الدراسة.
4. أهداف الدراسة.
5. الدراسات السابقة.
6. تحديد مفاهيم الدراسة.
7. منظور الدراسة.
8. منهج الدراسة.
9. أداة جمع البيانات.
10. مجال الدراسة .
11. مجتمع البحث والعينة.

1. بناء الإشكالية وتساؤلاتها:

تعتبر وسائل الإعلام والإتصال بمختلف أنواعها وتقنياتها ومستوياتها أداة ووسيلة أساسية لا يمكن تهميش دورها بالنسبة لكافة المجتمعات المتقدمة كانت أم النامية، فهي تلعب دور المؤثر في عصرنا الحالي، تتخطى الحواجز، فمنذ ظهورها تحاول أن تبرز دورها الفعال في تنمية الوعي والجماهير في جميع مختلف المجالات، عبرت عن وجودها وأهميتها البالغة و دورها المتنامي في تثقيف الجماهير و تشكيل الوعي لديهم وتزويدهم بشتى المعلومات والمعارف.

وعند الحديث عن هذه الأخيرة لا يمكن إلغاء التصنيف الأول الذي يتربع على القائمة؛ التلفزيون كأحد أهم الوسائل الإعلامية، فهو وسيلة موجودة منذ القدم بصورة بسيطة، تطورت عبر الأجيال، فالتلفزيون يعيش وفق بيئة تواصلية نشاهدها الأن تتشكل من تفاعلات كلاسيكية تقليدية ووسائط إعلامية رقمية في بيئة يتعايش فيها الحديث والقديم، كل هذا نتيجة تطورات تاريخية متسلسلة ومتزامنة من تلفزيون تقليدي إلي تلفزيون حديث ورقمي.

فهذه المرحلة عرفت بتدفق العديد من القنوات التلفزيونية، ما أدى إلى رفع روح المنافسة وجعل كل قناة تلفزيونية تحاول أن تبرز نفسها في الميدان، هذا ما أدي إلى نوع من التنوع والتنافس القنواتي عبر الفضائيات التلفزيونية المختلفة فأصبح عبر فضائياته يخاطب كافة شرائح المجتمع المختلفة.

فالساحة الإعلامية قد شهدت زخما هائلا من البرامج التلفزيونية التي تعالج موضوعات عدة في مختلف مجالات الحياة السياسية، الثقافية، الإجتماعية، هذه الأخيرة التي أصبحت تعرض بقوة وتعد نقطة في مساعدة الأشخاص على مواجهة مشكلاتهم وصعوباتهم حيث تقوم بعرض مختلف القضايا الاجتماعية والمواضيع وقضايا المجتمع ومختلف التجارب المستوحاة والمستنبطة من الواقع المعاش وأساليب معالجتها و تحليلها وكيفية تقديمها وطرحها للمشاهدين على شكل رسائل وأمثلة وتجارب حقيقية يمكن أن يستفيد منها الإنسان.

ونخص بالذكر ونسلط الضوء على قناة Mbc1 هي قناة تلفزيونية مفتوحة تابعة لمركز تلفزيون الشرق الأوسط وأول قناة فضائية مستقلة، تعتبر من أقدم وأعرق القنوات في الوطن العربي، متنوعة وتقدم

محتويات إخبارية وترفيهية، إجتماعية[1] إلى جانب أيضا المسلسلات، تعمل على عرض محتويات وبرامج هامة يمكن من خلالها الوصول إلى الجماهير من بينها برنامج "قمرة" هو برنامج إجتماعي من تقديم أحمد الشقيري، يحاول من خلال برنامجه طرح مختلف القضايا المنتشرة في المجتمع و التي يتم استنباطها من الواقع المعاش، ومحاولة طرحها وتحليلها ومعالجتها وتقديم أفكار وحلول و نصائح وأمثلة و تجارب حقيقية تكون عبرة للآخرين.

ومن هذا المنطلق جاءت دراستنا لتسلط الضوء على برنامج قمرة المعروض على قناة mbc1 الذي يقوم بعرض مختلف المضامين والمحتويات الإجتماعية المستوحاة والمأخوذة من الواقع ليحاول معالجتها وتفسيرها على شكل أفكار ورسائل وأمثلة حقيقية وتجارب معاشة وإيصالها للمشاهدين بطريقة سهلة وبسيطة وأسلوب راقي ومقنع يتقبله المشاهد، ومن هذا المنطلق ومن خلال ما قدمناه طرحنا التساؤل التالي :

❖ **كيف عالج برنامج "قمرة" القضايا الإجتماعية على قناة MBC1؟**

التساؤلات الفرعية:

أ. **من حيث الشكل:**

1) ما هو الحجم الزمني المخصص لمعالجة القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" على قناة MBC1؟
2) ما هي اللغة المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية ضمن برنامج "قمرة 1" على قناة MBC1؟
3) ما هي الأشكال الإعلامية التي قدمت من خلالها القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة 1" على قناة MBC1؟
4) فيما تتمثل أهم العناصر الفنية المعتمدة في معالجة القضايا الإجتماعية ضمن برنامج "قمرة 1" على قناة MBC1؟

[1] **انظر**: https://www.mbc.net ، تم الاطلاع يوم: 2022/5/31، على 20:30 سا.

ب.**من حيث المضمون:**

1) ما هي المواضيع الإجتماعية التي تناولها وعالجها برنامج الإجتماعي "قمرة 1" على قناة MBC1؟.
2) ما هي أهم القيم المتضمنة في معالجة البرنامج الإجتماعي "قمرة 1" على قناة MBC1؟.
3) ما هي أهم الأساليب المستخدمة لمعالجة القضايا الإجتماعية ضمن برنامج "قمرة 1" على قناة MBC1؟.
4) ما هي أهداف المعالجة الإعلامية للقضايا الإجتماعية والتي يسعى برنامج "قمرة 1" إلى تحقيقها على قناة MBC1؟.
5) من هم الفاعلون الأساسيون في مضامين القضايا الإجتماعية في برنامج "قمر1" MBC1؟.
6) ما هي الأطر المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية ضمن برنامج "قمرة 1" على قناة MBC1؟.

1. أسباب إختيار موضوع الدراسة:

أ. أسباب ذاتية:

- ✓ الميول الشخصي لمثل هذا النوع من البرامج.
- ✓ علاقة الموضوع وتوافقه وإنسجامه مع تخصصنا.
- ✓ مساهمة هذا النوع من البرامج في تكويننا وتثقيفنا وزيادة رصيدنا المعرفي.
- ✓ لأن هذا النوع من البرامج هادف ويحمل رسالة معينة.

ب. **أسباب موضوعية:**

- ✓ حداثة الموضوع وأهميته خاصة وأن الجمهور يهتم كثيراً بمثل هذا النوع من البرامج.
- ✓ قلة الدراسات العلمية المتخصصة في مثل هذا النوع من البرامج.
- ✓ إبراز الدور الذي يلعبه هذا النوع من البرامج في توعية الجمهور.

2. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا في حداثتها، وأنها تتضمن أهمية واسعة في مجالات الأبحاث العلمية، الأكاديمية، كونها تساهم في إثراء الرصد والزاد المعرفي والثقافي، وأيضاً تعتبر كمؤثر ودليل يوجه الباحثين المهتمين بهذا الجانب وهذا النوع من البرامج.

تكمن كذلك أهمية دراستنا في كونها تسعى لمعرفة الاهمية الواسعة لهذا النوع من البرامج وما قدمته بالنسبة للجمهور من خلال انتشاره وقبوله من طرف الكثير من الأشخاص وحصوله على جوائز وتكريمات، فهو يتميز بإستهدافه لشريحة كبيرة من الجمهور في مختلف دول العالم. لما يتضمنه من تثقيف وإظهار إيجابيات وسلبيات المجتمعات من خلال ما يقدمه ويطرحه لمختلف المواضيع المختلفة ومحاولة تحليلها وتفسيرها على شكل رسائل وأفكار وأمثلة حقيقية وتجارب معاشة وإيصالها للمشاهدين بطريقة سهلة وبسيطة وأسلوب مقنع يتقبله المشاهد وبطريقة مختلفة يسعى من خلالها إلى إثراء المحتوى الإعلامي بفكرة جديدة وتحفيز المشاركين على الإبداع في إنتاج مقاطع متميزة من خلال مسابقة قمرة الإلكترونية، ثم إختيار أفضل المحتويات الإعلامية المشاركة في جميع أنحاء العالم ليتم تسليط الضوء عليها في البرنامج.

وأيضاً تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها عبارة عن وجهة ومدخل لبعض المهنيين والإعلاميين الذين يهتمون ويقدمون برامج حتى تكون لهم فكرة عن مثل هذا النوع من البرامج وكيف تتم معالجتها بأساليب ومحتوى إعلامي جديد.

3. أهداف الدراسة:

1) التعرف على اللغة المستخدمة واهم العناصر الفنية المعتمدة في معالجة برنامج "قمرة1" على قناة MBC1.
2) معرفة أهم الأشكال الإعلامية التي قدمت من خلالها القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة 1" على قناة MBC1.
3) التعرف على المواضيع التي يتناولها ويعالجها برنامج "قمرة 1" على قناة MBC1.
4) الكشف على أهم الأساليب الإجتماعية والقيم المتضمنة في معالجة البرنامج الإجتماعي "قمرة1" على قناة MBC1.
5) التعرف على أهم الأطر المستخدمة في التغطية القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة 1" على قناة MBC1.
6) محاولة التعرف على الأهداف المسطرة والتي يسعى برنامج "قمرة1" على قناة MBC1 إلى تحقيقها.

4. الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: المشكلات الإجتماعية في برامج التلفزيون الخاص بالجزائر.[1]

إنطلقت الباحثة "حورية الطاهر" من التساؤل الرئيسي التالي: **ما مدى إلتزام مضامين البرامج الإجتماعية محل الدراسة في القنوات الخاصة بالجزائر المسؤولة إتجاه الأفراد ومبادئ وقيم المجتمع على ضوء أخلاقيات المهنة الصحفية؟.**

وقد دعم الباحثة مشكلة دراستها بمجموعة من التساؤلات الفرعية المتمثلة في ما يلي:

- ما هي أهم المواضيع المتطرق إليها في البرامج الإجتماعية "برنامج ما وراء الجدران، برنامج خط أحمر، برنامج خط برتقالي"؟.
- ما هي معايير إنتقاء القضايا المعالجة في البرامج الإجتماعية "برنامج ما وراء الجدران، برنامج خط أحمر، برنامج خط برتقالي"؟.
- هل يحترم الصحفيون رغبة الأفراد في الظهور أمام الشاشة وأخذ صورهم؟.
- ما هي الآليات المستخدمة في معالجة المواضيع الإجتماعية؟.
- هل يحترم الصحفيون قيم المجتمع والذوق العام في معالجة القضايا الإجتماعية؟.
- ما هي القوالب الصحفية التي تعالج بها القضية الإجتماعية؟.
- إلى اي مدى يتم إنتقاء الألفاظ والعبارات المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية؟.

وهدفت هذه الدراسة إلى ضبط إطار ممارساتي لمعالجة القضايا الإجتماعية وضمان احترام خصوصية الأفراد.

---

[1] حورية الطاهر: **المشكلات الإجتماعية في برامج التلفزيون الخاص بالجزائر "دراسة تحليلية لقناة الهقار، النهار، الشروق الخاصة"**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص لغة الإتصال والتحليل النقدي لوسائل الإعلام، كلية العلوم الإجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017.

كما اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي التحليل وأداة تحليل المضمون وجمع المعلومات المتعلقة بمشكلة الدراسة، في حين يتمثل مجتمع الدراسة التي اعتمدت عليه الباحثة في مجموع البرامج الإجتماعية الجزائرية التي بتتها الفضائيات الخاصة في الجزائر، أما العينة فتمثلت في العينة القصدية أو الهدفية، حيث اختارت ثلاثة برامج اجتماعية "برنامج ما وراء الجدران، برنامج خط أحمر، برنامج خط برتقالي".

من أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة كانت كالآتي:

- شكلت البرامج الإجتماعية متنفساً للمواطن الجزائري.
- يجب مراعات إختيار القضايا المطروحة للمعالجة وإنتقاء الألفاظ الإجتماعية التي تراعي خصوصية المجتمع الجزائري المحافظ.
- خطورة طرح الطابوهات ومعالجتها والشرح المفصل لها.
- المبالغة والتهويل والتعميم على كامل المجتمع الجزائري.
- التركيز على الجانب العاطفي في تحليل القضايا.

وتتمثل العلاقة ما بين دراستنا وهذه الدراسة في ما يلي:

❖ **أوجه الإختلاف:**

- الإختلاف الموجود بين الدراستين كان متمثل في مجتمع البحث، حث إعتمدنا نحن على برنامج "قمرة" الذي يبث في على قناة MBC1 كمجتمع خاص بدراستنا، في حين اعتمدت الباحثة "حورية الطاهر" على توليفة متنوعة من البرامج التي شملت القنوات الجزائرية الخاصة المختلفة.

❖ **أوجه التشابه:**

- ساهمت هذه الدراسة في تزويدنا بمعظم المعلومات اللازمة وكان ذلك متمثل خاصة في طريقة بناء مشكلة البحث وطرح التساؤلات.
- كما ساعدتنا في إختيار نوع العينة المناسبة، وأدوات جمع البيانات.
- إضافة إلى أنها ساعدتنا في بناء خطة الدراسة والإستفادة من بعض المراجع المعتمد عليها، خصة تلك المتعلقة بالمعالجة الإجتماعية.

الدراسة الثانية: البرامج الإجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة.[1]

إنطلقت فيها الباحثة "**سامية رزيق**" من التساؤل الرئيسي: **كيف عالجت قناة النهار البرنامج الإجتماعية ما وراء الجدران ضمن مادتها الإخبارية؟.**

واندرج تحت التساؤل عدة تساؤلات فرعية هي:

1) ما هي موضوعات القائم بالإتصال في برنامج ما وراء الجدران في قناة النهار؟
2) ما هي مواقف وإتجاهات القائم بالإتصال نحو برنامج ما وراء الجدران في قناة النهار؟
3) ما هو الجمهور المستهدف في برنامج ما وراء الجدران في قناة النهار؟
4) ما هي المدة الزمنية المخصصة للفاعلين في برنامج ما وراء الجدران في قناة النهار؟

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على موضوعات القائم بالإتصال في برنامج ما وراء الجدران والتعرف على مواقف واتجاهات القائم بالاتصال في البرنامج.

واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي المسحي واداة تحليل المضمون في جمع المعلومات المتعلقة بالمشكلة الدراسة، حيث يتمثل مجتمع الدراسة الذي اعتمدت عليه الباحثة على البرامج الإجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة "قناة النهار" ما وراء الجدران والعينة متمثلة في عينة الحصر الشامل.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة:

- تطرق البرنامج إلى مواضيع حساسة وأنية مأخوذة من رحم المجتمع وتمثل إنشغال المواطن فيه وهذا ما يبين عوامل نجاحها إضافة إلى أن البرامج المباشرة تكسب ثقة المشاهد وتكسب التلفزيون المصداقية أكبر من خلال فتح الحوار المباشر مع الجمهور عن طريق الهاتف. كما أن البرنامج يبث على الهواء مباشرة مما زاد اهتمام المواطنين بالمعلومات التي يقدمها.

[1] سامية رزيق: **البرامج الإجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة "دراسة تحليلة لبرنامج ما وراء الجدران –قناة النهار– أنموذجاً"**، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2016.

- يقدم البرنامج معلومات حول الآفات الإجتماعية من خلال التعريف بالموضوع وأسباب وجوده وإنعكاساته على الفرد وعلى المجتمع بالإضافة إلى تحليل المستشارين له.
- إن عدد كبير من الأشخاص إستطاعوا العودة إلى أهاليهم وذويهم بفضل هذا البرنامج ومتابعة الموضوعات حتى بعد عرضها.
- ساهم برنامج ما وراء الجدران في الكسر بعض طابوهات المواضيع المحرمة داخل المجتمع الجزائري، العنف الأسري الإختطاف، وأسباب هذه الآفات وحاولت إيجاد الحلول لها.
- ساهم برنامج ما وراء الجدران في نشر التوعية للوقاية من الآفات الإجتماعية وخلق ثقافة الحوار الأسري أولا وفي المجتمع ثانياً.

وتتمثل العلاقة بين دراستنا وهذه الدراسة في ما يلي:

❖ **أوجه التشابه:**

- تتشابه دراستنا مع دراسة الباحثة "سامية رزيق" في دراسة طرق المعالجة الإعلامية للبرامج الإجتماعية.
- الإعتماد على نفس أدوات جمع البيانات والتي تتمثل في أداة تحليل المضمون.
- التشابه الموجود في نفس مجتمع البحث والمتمثل في البرامج الإجتماعية.
- تتشابه دراستنا أيضاً مع دراسة الباحثة "سامية زريق" في طبيعة الدراسة الوصفية التحليلية.

❖ **أوجه الإختلاف:**

- تختلف دراستنا عن دراسة الباحثة "سامية رزيق" في المنهج حيث اعتمدنا نحن في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي، أما دراسة الباحثة "سامية رزيق" اعتمدت على المنهج الوصفي المسحي.
- عدم تطابق العينة، حيث اعتمدنا في دراستنا على العينة العشوائية في حين اعتمدت الباحثة "سامة رزيق" على الحصر الشامل.

❖ **أوجه الإستفادة:**

إستفدنا من هذه الدراسة في طريقة التحليل وكذلك في صياغة التساؤلات بعد التمحيص الدقيق لنتائجها، ناهيك على أنها شكلت لنا مرجع مفيد.

الدراسة الثالثة: دور القنوات الفضائية المصرية في معالجة القضايا الاجتماعية للجمهور المصري (2016). إعداد إيمان عبد الحكيم أحمد زائد.[1]

تبحث الدراسة في رصد تناول البرامج الإجتماعية المقدمة على الفضائيات المصرية للقضايا الاجتماعية وتحليل اساليب معالجتها ومدى تلبيتها لحاجات الجمهور واستفادته منها.

وقد استخدمت الباحثة نظرية التوقعات الاجتماعية ومنهج المسح بالعينة بشقيه الوصفي والتحليلي على عينة من البرامج الاجتماعية "برنامج سيدي، برنامج واحد من الناس، برنامج بوضوح، برنامج الستات ميعرفوش يكذبوا، برنامج حزب الكنبة ويك إند الحكاية فيها إن" بالفضائيات المصرية، فضلاً عن إجراء دراسة مسحية على 400 مبحوث".

وكانت أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة كالتالي:

- العلاقات الزوجية والاسرية في المرتبة الأولى لأهم القضايا برامج الدراسة بالنسبة للقنوات الخاصة، أما بالنسبة للقنوات الحكومية فكانت المرتبة الأولى لقضية الرعاية الصحية.
- كانت الجوانب الإيجابية أهم جوانب معالجة البرامج الجماهيرية بالنسبة للقنوات الخاصة والحكومية.
- تعتبر القنوات الفضائية أهم مصادر المعلومات عند عينة الدراسة الميدانية وتصدرت قناة الحياة القنوات الفضائية عند المبحوثين في معالجة القضايا الاجتماعية.
- جاءت قضية التحرش الجنسي وزواج القصر في صدارة القضايا الاجتماعية التي تهتم بها البرامج الاجتماعية التلفزيونية من جهة نظر المبحوثين.
- من القضايا الاجتماعية التي كانت لها تأثير قوي للمبحوثين قضية إدمان المخدرات.
- أكد المبحوثين الدور الإيجابي والفائدة من البرامج الاجتماعية التلفزيونية من حيث الوعي بالقضية الاجتماعية ومعرفة الحلول.
- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أولويات القنوات الفضائية المصرية للقضايا الاجتماعية التي تقدمها البرامج الاجتماعية التلفزيونية وبين أولويات الجمهور لنفس القضايا.

[1] إيمان عبد الحكيم زايد: **دور القنوات الفضائية المصرية في معالجة القضايا الإجتماعية للجمهور المصري**، رسالة دكتوراه منشورة قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، مصر، 2016.

❖ **التعليق على الدراسات السابقة:**

ركزت دراسة الباحثة في معرفة دور القنوات الفضائية المصرية في معالجة القضايا الاجتماعية للجمهور المصري ومدى تلبيتها لحاجاته، وتميزت هذه الدراسة عن دراستنا بجمعها بين أداتي الاستبيان وتحليل المضمون في حين دراستنا استخدمت أداتي الملاحظة العلمية وتحليل المضمون، كما اختلفتا في مجتمع البحث وعينته، أما نقطة اتفاقهما فكانت استخدامها لمنهج المسح، وتم الاستفادة منها في الإجراءات المنهجية وفي تصميم إستمارة تحليل المحتوى بالإضافة إلى الجانب التطبيقي بالرجوع إلى بعض نتائجها ومقارنتها بالنتائج المتوصل إليها.

5. تحديد مفاهيم الدراسة:

1.6 مفهوم المعالجة:

أ. **التعريف اللغوي:** عالج فعل متعدي يحتمل عدة معاني: العناية بالمريض، التصرف بإتجاه شخص ما بطريقة معينة تتناول موضوع معين بحذر وعملية تحويل لفحوى المادة.[1]

ب. **التعريف الإصطلاحي:** هي ممارسة أمر ما والتدريب عليه والإنشغال به عن قريب وكثب ومزاولته بالطريق المباشر بغية الوصول إلى نتاج الممارسة وإظهارها حسب متطلبات التجريب.[2]

ج. **التعريف الإجرائي:** المعالجة تعني أخذ قضية معينة أو موضوع موجودة في الواقع وتعمل على البحث فيه لتجد طريقة ملائمة وفعالة للوصول إلى النتائج.

2.6 مفهوم المعالجة الإعلامية:

أ. **التعريف الإصطلاحي:** يقصد به المعالجة الصحفية لمعلومات أو بيانات حول حدث معين والأثار والتداعيات التي تترتب على نشر هذه المعلومات أو بيانات وتشتمل المعالجة والأخبار والقصة والصور الإخبارية والتحقيق.[3]

---

[1] أسماء زهري: **إحترافية المعالجة الإعلامية للأحداث بقناة الشروق الإخبارية "برنامج هنا الجزائر" أنموذجاً**، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد ب، العدد 47، جامعة الإخوة منتوري بقسنطينة، الجزائر، 2017، ص 124.

[2] إيمان حسناوي: **المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال الحملة التوعوية "الإرهاب –أنا مسلم أنا ضده– نموذجاً**، مجلة المعيار، العدد 54، 2019، ص 87.

[3] عبد الله سليمان أبو رمان: **المعالجة الإعلامية لشؤون الثقافية في الصحافة الأردنية اليومية**، أطروحة مقدمة لنيل درجة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011، ص 6.

ب. **التعريف الإجرائي:** هي الطريقة التي من خلالها عرض الأحداث والوقائع من خلال ما تم طرحه في قناة **Mbc** من برامج اجتماعية بمختلف الجوانب والتفاصيل والزوايا تضمنتها هذه البرامج والتي تعبر عن اتجاه القناة وإديولوجيتها.

3.6 مفهوم البرامج الإجتماعية:

أ. **التعريف الإصطلاحي:** هي البرامج التي تعالج القضايا والمشكلات الاجتماعية التي تخص المجتمعات، وبالتالي تتحدث عن الأمور الإجتماعية والمشكلات الإجتماعة والأمور التي تشغل المرأة والمشكلات الأسرية.[1]

ب. **التعريف الاجرائي:** هي البرامج التي تتناول المواضيع وقضايا والمشاكل الاجتماعية والتي تهدف من خلالها المنتجون والمخرجون إجاد حلول مناسبة وتحسين الظروف التي يعيشها الفرد والأسرة في المجتمع

4.6 التعريف الإجرائي لبرنامج قمرة:

هو برنامج سمعي بصري مسجل قائم على إشراك الجمهور من شركات إنتاج أو أفراد وإتاحة الفرصة لهم لتصميم وإنتاج مقاطع فيديو يقدم فيه آراء وأفكار تعالج قضايا اجتماعية مختلفة والمشاركة تكون عبر الموقع الرسمي الذي يتيحه البرنامج ويؤدي فيها هذا الجمهور دور القائم بالاتصال، ويحصل فيها المشاركون المتسابقون بعد فوزه في النهاية بتصويت الجمهور.

6. منظور الدراسة:

من خلال وجود بناء أو سند نظري ترتكز عليه دراستنا فقد تم تحديد الموضوع والإشكالية البحث إنطلاقاً من نظرية الإطار الإعلامي، وسبب إختيار هاته النظرية هي ملائمتها مع نوع الدراسة، وهي دراسة تحليلية بإضافة إلى توافقها مع موضوع الدراسة.

❖ **مفهوم نظرية التأطير:**

[1] محمد الجعفري: **إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية**، دار صناع الإبداع للنشر، 2015، ص 18.

إن محور إهتمام هذه النظرية يركز على معرفة الكيفية التي تشكل من وسائل الإعلام والإتصال معاني وصور الجمهور عن الأحداث والوقائع وذلك من خلال تركيزها على موضوع وإبراز بعض جوانبه وإقصاء الأخرى بهدف تأثير في هذا الجمهور ولفت إنتباهه.

وقد إهتم الخبراء والباحثون بهذا المدخل النظري واعتبروه محوراً مضافاً لوسائل الإعلام بحيث تقوم به هذه الأخيرة بغرض إحداث الأثر بالتغيير أو التعديل في إتجاهات المتلقي نحو الوقائع والأحداث ووضعها في سياقات أو اطر إعلامية **Frames** تؤكد معنى معين أو تنفيه يلتقى مع الخبرات الأولية أو الحقائق المهيمنة **Reility** للمتلقين أو الوقائع المدرك لهم **Dominant** فتؤثر بالتالي على أحكامهم نحو الوقائع أو الأحداث وتقديراتهم لها.

وتعد نظرية التأطير الإعلامي إستناداً لنظرية تحديد الأجندة التي تقوم أساساً على عملية التأطير **Framing** حيث إن التركيز على قاضيا وإهمال قضايا أخرى يعني وضع هذه الأحداث وهذه القضايا في سياق معين وخلفية محددة وفق أطر يراها الرسالة الإعلامية. والمؤسسة الإعلامية والبيئة الإجتماعية والسياسية والإقتصادية ملائمة لفهم الحدث والقضية فالتأطير هو إنتقاء وتسليط الضوء على جوانب معينة من الأحداث والقضايا وإبراز الترابط بينهما بهدف خلق وتطوير وتفسير وتقديم حل للقضايا المطروحة.[1]

وهو أسلوب تحليلي قام بإبتكاره وتطويره علماء النفس والإجتماع لتفسير دور النصوص الإخبارية الإعلامية ف تحديد القضايا وتعريف الجمهور بها.

❖ الخلفية المعرفية لنظرية الأطر الإعلامية:

ترجع الأصول الأساسية لنظرية الأطر الإعلامية إلى الباحث في علم الاجتماع "غوفمان **Goffman"** وأول من استخدم مصطلح الاطر حين ألف كتابه "تحليل الأطر" الذي طور مفهوم البناء الاجتماعي والتفاعل الرمزي من خلال مناقشته لقدرة الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات يُحرك مدركاتهم ويحثهم على حسن استخدام خبراتهم الشخصية وذلك عن طريق أطر إعلامية مناسبة تُضفي

[1] هلال منال المزاهرة: **نظريات الإتصال**، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 324.

على المضمون معنى ومغزى عام 1974.[1] ومنذ ذلك الحين أصبح مدخل "تحليل الأطر" محل اهتمام الباحثين في العلوم الاجتماعية وجاء أول تطبيق عملي لتحليل الأطر في الدراسات الإعلامية بعد جهود الباحثة "**Tucuman**" التي وظفت تحليل الإطار كأداة منهجية لتحليل المضمون الإخباري في وسائل الإعلام المختلفة عام 1976 و 1978. وفي عام 1980 استخدم عالم الاجتماع "**Git Lin**" تحليل الإطار في دراسته للمضمون الإخباري خلال فترة زمنية ممتدة.

ويعود الفضل في محاولة استخدام النظرية في الدراسات الإعلامية وفي أول تطبيق عملي للنظرية يتسم بالدقة النظرية والمنهجية في دراسة "**انتمان R. Entman**" في أواخر الثمانينيات وأوائل التسعينيات الذي عبر عن وضوح الأطر في النصوص من خلال وجود أو غياب بعض الكلمات الرئيسية، العبارات والصور النمطية، ومصادر المعلومات والبيانات التي تعزز الوقائع والأحكام وربط بين تحليل الأطر وتمثيل المعلومات من قبل أفراد الجمهور.[2] وبهذا بدأ التشكيل الحقيقي لملامح هذا المدخل النظري الجديد الذي له علاقة قوية بمفاهيم التفاعل الرمزي والواقع الإجتماعي.

وفي 1966 طور "**Riechert**" دليل استخلاص الأطر بوصفه أسلوباً كمياً لتحليل المحتوى الظاهر فضلاً عن المحتوى الضمني في الرسالة الإعلامية وذلك بهدف الوقوف على الأطر السائدة في تغطية الإعلام للقضايا العامة.[3]

وعليه فالأصول النظرية لفكرة تشكيل الاطر الإعلامية تنحدر من رافدي الدراسات الاجتماعية والنفسية التي ترى أن التعديلات التي تدخل على تعريفات الأحكام تؤدي إلى تغيير فيها. وهو ما أشار إليه كل من "**Iyengar & Simon**" بقولهما إن مفهوم التأطير تتحدد أسسه في مجال علمي النفس والاجتماع، ومن هنا كانت الفكرة الرئيسية لتشكيل الإطار الإعلامي على أنه تنظيم للأحداث وربطه بسياقات معينة ليكون للنص أو للمحتوى معنى معين، أما أمثال "**Goffman & Bateson**" من علماء

---

[1] عزة أحمد علي أبو العز: **أطر معالجة قضايا الإصلاح السياسي العربي في خطاب المجلات العامة المصرية والأمريكية وأثرها في تشكيل إتجاهات الصفوة المصرية** "**دراسة تحليلة وميدانية خلال عامي 2005—2009**، رسالة ماجستير منشورة في قسم الصحافة، جامعة القاهرة، القاهرة/ مصر، 2012، ص 47.

[2] هلال منال المزاهرة: **نظريات الإتصال**، ط2، دار المسيرة والتوزيع، عمان، 2008، ص 324.

[3] عزة أحمد علي أبو العز: **مرجع سبق ذكره**، ص 45.

الاجتماع ينظرون إليه باعتباره تركيزاً على أحداث ورموز وصور نمطية معينة داخل النص الصحفي، ويراه علماء النفس تغييرات في الأحكام.

❖ **أهمية التأطير:**

تؤكد الكثير من الدراسات والكتابات العلمية على الأهمية الفائقة التي تحظى بها عملية التأطير من خلال موقعها ودورها في عملية الإتصال الجماهيري مما أتاح لباحثي الإعلام إطار نظرياً ومجالاً خصباً يمكن من خلاله فهم وتفسير أبعاد هذه العملية المعقدة بصورة أعمق كما أن نظرية التأطير تتصف بالمرونة الكبيرة في تصميم وإجراء الدراسات الإعلامية سواء على مستوى النص الإعلامي أو الجمهور أو القائم بالإتصال أو المزج بين أكثر من محور ولعل ذلك هو ما يفسر إقبال الباحثين بصورة كبيرة على دراسة أبعاد عملية التأطير.[1]

❖ **إيجابيات النظرية:**

تتميز هذه النظرية بمجموعة من الملامح والسمات التي أكدت على مكانتها القوية بين باقي الأطر النظرية في مجال الدراسات الإعلامية والتي يمكن تحديدها في الآتي:

- يرى كل من **Baral Doviz** أن نقاط القوة الخاصة بنظرية التأطير تتمثل في:

✓ أنها ركزت إنتباهنا وتلقي الضوء على مكانة ودور الأفراد في عملية الإتصال الجماهيري.

✓ ورغم أنها النظرية على المستوى الجزئي **Micro Level** لكن يمكن تطبيقها بسهولة على قضايا وتأثيرات المستوى الكلي **Macro Lovel** .

✓ تتصف بأنها مرنة بشكل كبير وذات نهايات مفتوحة.

✓ تتسق هذه النظرية مع النتائج الراهنة لعلم النفس المعرفي.

✓ كما أنها تقدم تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في وضع الأطر المرجعية، التي يستند إليها أفراد الجمهور في تقويمهم للأحداث والقضايا المثارة ويتسع نطاق هذه النظرية ليشمل دراسة الإتجاهات إلى جانب المعارف حيث تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام تمارس تأثيرات ودلالة في تشكيل معارف الرأي العام وإتجاهاته نحو القضايا المختلفة خلال فترة زمنية معينة.

[1] وفاء عبد الخالق وآخرون: **دلالة تأطير الصورة في التغطية الإعلامية للقضايا الإقتصادية في مصر**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد 2017، العدد 59، مصر، 2017، ص 107.

- ✓ يضاف إلى ميزة السابقة الدراسات المعاصرة التي توصلت نتائجها إلى التأكيد على غمكانيات هذه النظرية في إقتحام مجال رصد وقياس التأثيرات السلوكية للتأطير الإعلامي في الجمهور سواء في صورة نوايا سلوكية أو سلوك.
- ✓ تتصف هذه النظرية بثراء وخصوصية محاور التطبيقات البحثية لها بالتوازي مع محاور عملية الإتصال الجماهيري وأهما:[1] القائم بالإتصال، الرسالة الإعلامية، الجمهور والسياق الثقافي، رجع الصدى سواء كان على حده أو يربط أكثر من محور ثقافي.
- ✓ تتيح للباحثين في دراساتهم إمكانيات خلق عمق أكاديمي من خلال الإعتماد على مدخل تكاملي نظري يجمعها بأطر نظرية إعلامية أخرى وأنها تعد من الأطر النظرية البيئية بين فروع العلوم الإنسانية والإجتماعية المختلفة وإهتمامها بالسياق الذي تحدث فيه عملية التأطير وتتيح لهؤلاء الباحثين المزج بين مستوى التحليل الكمي والكيفي.
- ✓ صلاحيتها الفائقة في دراسة أبعاد زمنية مختلفة في تطبيقاتها على المستويين التاريخي والآني وسواء بامتداد زمني متصل أو متقطع.
- ✓ تتضح كذلك صلاحيتها للتطبيق في مختلف فروع العلوم الإعلامية كالتحرير الصحفي والإعلام الدولي والإعلان والعلاقة بين الإعلام والسياسة وغيرها من أحداث وقضايا المجتمع ودراسات الصور النمطية.
- ✓ تتميز بقدرتها الفائقة على التطوير الذاتي من خلال النتائج التي يقترحها الباحثون المعنيون بمجال التأطير والتيارات البحثية المعاصرة والمستقبلية التي تهتم بإقتحام مجالات وحدود بحثية جديدة وإتساعها لتشمل ثلاثة نماذج تتمثل في بناء الأطر ووضع الأطر والتأطير الإستيراتييجي والتي يرى الباحث أنها من الممكن أن تنفصل مستقبلياً عن هذه النظرية لتصبح أطر نظرية مستقلة بذاتها.

❖ **نماذج الأطر الإعلامية التفسيرية:**

برزت ضمن نظرية الأطر ما يعرف بالنماذج في عملية التأطير، حيث تفيد دراسة النماذج التفسيرية التي طرحتها النظرية توظيفها في التحليل الكفي لتمثيل الجوانب والسمات البارزة الواردة في الرسالة الإعلامية، كما تفيد في إدراك الجمهور للأحداث المجمعة والمتشابهة على المدى الزمني الممتد،

[1] إلهام يونس: **تأطير قضايا المرأة المصرية في برنامج تلفزيون الدولة من منظور المسؤولية الإجتماعية**، متاح على الرابط التالي: .Arab media and sociery 24, winter/5 pring 2017, p 152

وفي فهم تأثيرات عرض وتقديم وسائل الإعلام لها، وأهم ما طرحته نظرية تحليل الإطار الإعلامي من نماذج هي:

أ. **نموذج روبرت أنتمان:** حدد أنتمان في نموذجه أربعة وظائف للأطر الإعلامية هي:

- تعرف الاطر المشكلة أو القضية أو الأساليب الكامنة ورائها.
- تقوم الأطر بتشخيص الأسباب وتحديد القوى الفاعلة في القضية أو الحدث.
- تشير الأطر إلى تقييمات الأخلاقية للقضية أو الحدث.
- تشير الأطر إلى التقييمات الأخلاقية للقضية أو الحدث.

ويتكون هذا النموذج من أربعة محاور هي:

- **المحور الأول:** استقلال الجمهور من خلال تذكر مفرداته واسترجاعهم لحقائق معينة ربما لا يقدمها المحتوى الإعلامي تؤثر في استجاباته وردود أفعاله تجاه هذا المحتوى.
- **المحور الثاني:** وهو الخاص بالموضوعية الصحفية، وجوهره أن الصحفيين بالرغم من إتباعهم أسس وقواعد ربما تتصف بالموضوعية، إلا أنهم يقومون بتضمين الرسالة الإعلامية المعنى السائد الذي يؤدي إلى تقويمهم المتوازن لمحتواها.
- **المحور الثالث:** وهو الخاص بتحليل المضمون الذي يتم من خلاله تحديد ووصف الأطر التي تتضمنها الرسالة الإعلامية.
- **المحور الرابع:** وهو الرأس العام والنظرية الديمقراطية المعيارية، حيث أن الأطر تمثل قوة أساسية في العملية الديمقراطية وتؤثر في الرأي العام.[1]

ب. **نموذج Pan & kosici:** اقترح كل من **Pan & kosici** نموذجاً عام 1993 لتحليل الأطر الإعلامية، ويشمل أربعة عناصر رئيسية هي:

- **البناء التركيبي للقصة الخبرية:** وهو الذي يتضمن تتابع عناصر القصة، وبعض الاستراتيجيات التي يتبعها المحرر. وكيفية توظيف المصادر.

[1] حسن عماد مكاوي وليلى السيد حسين: **الإتصال ونظرياته المعاصرة**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 1998، ص 584.

- **البناء الوصفي للقصة الخبرية:** وتتكون من الأبعاد الأساسية للموضوع، والملخص الذي يقدم الفكرة المحورية للقصة الإخبارية، ويتمثل في المعلومات الخلفية التي تشير إليها التغطية الإخبارية. بالإضافة إلى الإستشهاد الذي يتم الاستناد عليها.
- **الاستنتاجات الضمنية:** وهي التي تساعد على تدعيم الجوهر الأساسي للقصة الإخبارية والتأكيد عليها.[1]

ج. **نموذج lyenger & simon:** يعد هذا النموذج إطاراً حديثاً في الإتصال ويتناول تصنيفاً للأطر الخبرية اتجاهين أساسين هما:[2]

- **الإطار الملموس:** وهو الإطار الذي يركز على شرح القضايا المثارة من خلال طرح نماذج من وقائع معينة ملموسة وأحداث محددة، ومثال ذلك مقتل وإصابة العديد من الأفراد في انفجار عبوة ناسفة.
- **الإطار المجرد:** وهو الإطار يعالج القضايا المثارة أو الأحداث في سياق عام مجرد ويتسم بالعمومية مثال ذلك السياسة الأمريكية في منطقة الشرق الأوسط.

د. **نموذج Scheufele:** ينظر الباحثون لهذا النموذج كأحد أهم نماذج الأطر، ربما لأنه نظر للأطر كعملية متكاملة وكنظرية مستقلة مع مراعاة التوازي للأطر مع عمليتي وضع الأطر ووضع الأجندة ويتكون هذا النموذج من:[3]

- **المكون الأول:** المدخلات التي هي عبارة عن العديد من المتغيرات كالضغوط التنظيمية والأيديولوجيات والاتجاهات.
- **المكون الثاني:** العمليات التي يحدث خلالها التفاعل بين هذه المدخلات وغيرها.
- **المكون الثالث:** المخرجات التي هي عبارة عن الأطر الإعلامية كناتج للمدخلات وتفاعلها.

وتتمثل المكونات الأربعة لعملية التأطير وفقاً لنموذج "**دايترام شوفيل**" من: [1]

---

[1] نسرين حسونة، **ملخص كتاب نظريات الإعلام والإتصال**، 2015، ص 1436.

[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 الدكتوراه منشورة، قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر 3، 2012، ص 26.

[3] إسماعيل شرفي: **الهجرة غير الشرعية من خلال مواقع الفضائيات** "**دراسة تحليلية مقارنة بموقعي فرانس 24 والعربية نت**"، أطروحة دكتوراه منشورة في علوم الإعلام والإتصال، جامعة باتنة1، 2018/2017، ص 71.

- **بناء الإطار**: وتعتبر العملية التي ترصد تأثيرات المتغيرات المختلفة بالنظر لكل من الجمهور ووسائل الإعلام في اختيار الأطر المختلفة المستخدمة في التغطية الإعلامية.
- وضع الإطار: وهي العملية التي تهتم ببروز سمات القضايا والأحداث والشخصيات في المحتوى الإعلامي.
- تأثيرات المستوى الفردي للتأطير: وذلك من خلال رصد وقياس تأثيرات الأطر الفردية من ثلاثة مستويات هي السلوك الاتجاه والإدراك.
- النظر للصحفيين كجمهور: فهؤلاء الصحفيون يشبهون جمهورهم باعتبارهم مستهدفين من الأطر التي يستخدمونها في تغطية القضايا المختلفة.

هـ. نموذج Mccombs & others

قدم "ماكسويل ماكومبس وآخرون" عام 1997 هذا النموذج لتفسير كيفية بناء الصورة النمطية عن الشعوب والشخصيات البارزة لدى الجمهور لأنه التأثير المهم بالنسبة لوسائل الإعلام وقد اعتبر الباحثون المضمون لهذا النموذج أن الرسالة الإعلامية تتضمن سمات موضوعية تتعلق بالمعلومات المجردة حول القضية أو الحدث والشخصيات والأطراف الفاعلة فيها والتي تطرح من خلالها القضايا بكل أطرافها وشخصياتها وأسبابها والحلول المقترحة. والسمات العاطفية وهي الاطر السلبية أو الإيجابية أو الحيادية التي يتم تقديم القضايا من منظورها كما تعني تناول الأطراف والشخصيات الواردة ضمن سياق الحدث بشكل سلبي أو إيجابي.[2]

❖ **تصنيفات الأطر الإعلامية:**

يوجد العديد من المتغيرات التي أدت إلى تنوع تصنيفات الباحثين للأطر الإعلامية، أهمها اختلاف السياسات التحريرية والتوجهات الفكرية لوسائل الإعلام، والجمهور، والمجتمع وغيرها من العوامل لكن تظل هناك مجموعة من الأطر تتصف بالشهرة وتكرار اختبارها على المستويين التحليلي والميداني ويمكن تصنيفها في الآتي:

---

[1] **المرجع السابق**، ص 72-73.

[2] نجلاء جعفر عبد الوهاب جعفر: **أطر تقديم قضايا المرأة في الإعلام الجديد وعلاقتها بإتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا**، رسالة ماجستير منشورة، قسم الصحافة، جامعة القاهرة، مصر، 2017، ص 60.

أ- **التصنيف الأول حسب "Claes":**

✓ الإطار المحدد (الخاص): وهو الذي يختص بموضوعات أو حداث إخبارية محددة ويتضمن نواحي محددة من التنظيم والانتقاء لكي تقدم في الرسالة الإعلامية، ويرتبط الإطار الخاص بمواضيع وأحدا معينة يجعلها خاصة ويصعب تعميمها أو مقارنتها بأحداث أو بغيرها من القضايا الأخرى.

✓ الإطار الشامل (العام): يتناول هذا الإطار القضايا في سياق شامل وعام دون تحديد وقائع وأحداث معينة، فهو يركز على الخلفيات العامة للأحداث ونتائجها بالإضافة إلى ربطها بالأوضاع السياسية والاقتصادية السائدة.

ب- **التصنيف الثاني حسب "lyengar & Simon ":**

✓ الإطار الملموس: يعد هذا الإطار أحد أهم التصنيفات الخاصة بالأطر الإعلامية وهو إطار حديث في بحوث الإعلام، يتناول هذا الإطار القضايا بتقديم أمثلة ونماذج ملموسة وأحداث حقيقية محددة فمن شأن هذه الأمثلة الملموسة والمحددة توضيح وتفسير القضايا، كما يهدف هذا الإطار إلى جعل القضايا المطروحة شخصية.

✓ الإطار المجرد: يقوم هذا الإطار بوصف القضايا العامة ووضعها في سياق عام ومجرد فهذا الإطار قدم دلائل وبراهين عامة حول القضايا المثارة، ويقدم وصفاً أوسع لهذه القضايا.

ت-التصنيف الثالث حسب السمات البارزة:

هناك من الباحثين من صنف الأطر وفقاً للسمات البارزة في التغطية الإخبارية للقضايا أمثال "**ماكمبوس**" حيث ارتبط مفهوم السمات البارزة بالحملات الانتخابية باعتبارها تؤثر في أحكام الجمهور على المرشحين والقضايا التي تبرزها وسائل الإعلام، وهي:[1]

✓ السمات الموضوعية: وتتضمن المعلومات الاساسية عن القضايا أو المرشحين، كأطراف القضية، أسباب القضية، والحلول المقترحة، وهذه السمات عادة ترتبط بالمستوى المعرفي للجمهور.

✓ السمات العاطفية: وتتضمن كيفية عرض أطراف القضية أو المرشحين في إطار إيجابي أو سلبي أو محايد، وهذه السمات ترتبط بالمستوى العاطفي للجمهور.

ث- **تصنيف الأطر حسب الأبعاد المراد إضفائها على الخبر:**

[1] محمد عبد الحميد: **نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير**، ط3، عالم الكتب، مصر، 2004، ص 85.

توجد العديد من الأطر المستخدمة في تناول المواضيع والقصص الإخبارية لكن حدد كل من الباحثين "**Valkkenbury & Semetko**" عدداً من الأطر الإعلامية المتعلقة بالقضايا والأحداث، التي يتم استخدامها بشكل متكرر، منها:[1]

- ✓ إطار الاستراتيجية: يطلق على هذا الإطار "إطار اللعبة"، 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 اسراتيجية دالة عليه، مثل: الخسارة والمكسب وفرص الرهان وترى من خلاله الأحداث في سياقها الاستيراتيجي المؤثر على امن الدولة القومي بتلاءم هذا الإطار مع الأحداث السياسية والعسكرية ويركز على قيم مثل:
  - مبدأ الفوز والخسارة والتقدم والتأخر والنهضة أو الانهيار.
  - لغة الحروب والصراعات والتنافس الوطني والدولي.
  - مبدأ النفوذ والقوة ومصادره وأشخاصه ومظاهره.
  - تقديم الانجازات الضخمة أو الاخفاقات والانتقادات الكبرى هذا المعنى برز في أعقاب فوز دولة ما بكأس مسابقة رياضية.
- ✓ إطار الاهتمامات الانسانية: يركز على الجانب الشخصي والعاطفي للحدث، حيث يربط بين الحدث أو القضية وبين عناصر عاطفية وجوانب إنسانية ويرى الأحداث في سياق تأثيراتها الانسانية والعاطفية العامة، تصاغ الرسائل في قوالب وقصص درامية ذات نزعة عاطفية مؤثرة (الاستشهادية التي فجرت نفسها في جيش الاحتلال الصهيوني يتم تأطيرها في سياق انساني يدور حول قصة قرار الاستشهاد لحظة وداعها أمها، اللحظات الأخيرة في وداعها لخطيبها، الفتاة التي صارت نموذجا لأطفال العرب وهكذا.
- ✓ إطار النتائج الاقتصادية: يعرض الحدث أو الموضوع أو القضية بإبراز النتائج والتأثيرات الاقتصادية على الفرد أو الجماعة أو الدولة فيضع هذا الإطار الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت عن الأحداث كما يشير للتأثيرات المتوقع أو القائم على الافراد والدول والمؤسسات القائمون بالاتصال يستخدمون الناتج المادي لجعل الرسالة الإعلامية أكثر فاعلية على الناس وأكثر ارتباطا

[1] أحمد زكرياء أحمد: **نظريات الإعلام** "**مدخل الإهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها**"، د/ط، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2012، ص 123.

بمصالحهم (بيع إحدى شركات القطاع العام تتأطر في علاج الخسائر المادية الحالية، تشغيل رأس المال الفردي، إيجاد فرص عمل جديدة للشباب وهكذا.

✓ إطار المسؤولية: يقدم الموضوع أو المشكلة بأسلوب يربط بين مسؤولية تلك القضية أو هذا الحدث وبين أي فرد أو جماعة، ويقدم مسؤولية التسبب في المشكلة وحلها، ويضع القائم بالاتصال الرسالة للإجابة عن السؤال "من المسؤول عن؟" الأفراد والمؤسسات والدولة معنيون بمعرفة المسؤول عن الحدث وتحديده في شخص أو مؤسسة او قانون أو سلوك أو حكومة محددة (إنتاج أغنية هابطة قد يؤطر فيك، من المسؤول عن هذا الاسفاف؟ هل يتحكم المنتجون في إفساد الذوق العربي؟ اين دور الدولة والقانون في حمايتنا من مثل هذا الإنتاج، ويقسم إلى إطار المسؤولية السببية وإطار مسؤولية المعالجة.[1]

✓ إطار الصراع: يعتبر الإطار الأكثر انتشارا 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 العقدة إلى صراعات بسيطة، تقدم الأحداث في إطار تنافسي صراعي حاد قد تتجاهل الرسائل الإعلامية عناصر هامة في سبيل إبراز سياق الصراع، تبرز وعدم الثقة في المسؤولين، ترى الأشخاص قبل أن ترى الأحداث وترصد المصالح قبل أن ترصد الأهداف وتقيس الرسالة غالبا بمقياس الخاسر والرابح والمنتصر والمهزوم وهو بعد يبالغ الصحفيون والمذيعون كثيراً في جعله إطارا للأحداث.[2]

✓ إطار المبادئ الأخلاقية: يضع هذا الإطار الحدث أو القضية في سياق عقائدي، أو توصيف أخلاقين ولا يستخدم هذا الإطار إعلامياً بصورة مباشرة، وإنما يكون عن طريق اقتباس مقولات بالإضافة إلى العبارات الاستدلالية، بحيث يحتوي النص على الرسالة أخلاقية، أو كود محدد السلوك، وبذلك يخاطب المعتقدات والمبادئ الراسخة عند المتلقي، فالقائم بالاتصال يرد الحدث رداً مباشراً لوعاء المجتمع الأخلاقي قد يستشهد بالاقتباسات والأدلة الدينية التي تدعم سوقه للوقائع أو بالمصادر والجماعات المرجعية التي تؤكد هذا الإطار (مظاهرة طلاب الامعة الإسلامية ضد الرسومات الكاريكاتيرية المسيئة للنبي صلى الله عليه وسلم قد يضعنا الإعلاميون في إطار: حمية الشباب

[1] إسماعيل شرقي: **مرجع سبق ذكره**، ص 73-74.

[2] عبد الرزاق الدليمي: **نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرون**، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الاردن، 2015، ص 12.

المشروعة للدفاع عن دين المجتمع، دور فلسطين التاريخي يبرر هذا الموقف الوطني، النصوص الدينية تدفع الافراد للدفاع عن رسول الله).[1]

- ✓ الإطار التاريخي: تستخدم الأطر التاريخية في تغطية الأحداث التي لا يعرف القائم بالاتصال اسبابها الحقيقية ويعتبر ذلك نوعا من أنواع إضفاء الصورة التاريخية على القضايا والأحداث وذلك بالرجوع إلى فترة زمنية أخرى وكأن المعنى في حالة ثبات دائم.[2]

❖ **آليات الإطار الإعلامي:**

إن آليات الإطار الإعلامي تعني بناء الواقع الاجتماعي من خلال تركيز على بعض جوانب الحدث أو إغفالها. وتتفق الأدبيات في وجود عدة آليات رئيسية تستخدم في وضع الأطر الإعلامية في قضايا معينة هي:

- **آلية الانتقالية:** وتعد الإنتقالية هي الركيزة الاساسية لوضع الأطر الإعلامية، وتشكل آلية الانتقال والتركي 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 ويقيمه، ويتفق ذلك مع ما ذكره "إنتمان" 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 الانتقائية.[3]

وأشار "**إنتمان**" إلى أن التأطير يتضمن بالضرورة الاختيار والإبراز وذلك لتعزيز مشكلة معينة أو تفسير متفق عليه أو تقييم أخلاقي أو معالجة للموضوع وفي السياق نفسه فإن استبعاد واستثناء معلومات أو جوانب معينة من الموضوع تدخل في عملية التأطير.[4]

---

[1] أحمد زكرياء أحمد: **مرجع سبق ذكره**، ص 270.

[2] نصيرة تامي: **مرجع سبق ذكره**، ص 100.

[3] عبد الرزاق الدليمي: **مرجع سبق ذكره**، ص 212-215.

[4] نسرين حسونة: **مرجع سبق ذكره**، ص 35.

❖ **أدوات الإطار الإعلامي:**

حدد كل من "**Gamson & Lasch**" العديد من أدوات التشكيل العاطفية والعقلانية التي يمكنها أن تعمل معاً أو بصورة منفردة من أجل العمل على إيجاد أطر التشكيل، وتتمثل الأدوات العاطفية في: الاستعارة، العبارات الجذابة، الأمثلة، الوصف، الصور المرئية.

بينما تتمثل الأدوات العقلانية في: الجذور، العواقب، العودة للمبادئ، حيث يتم من خلالها تقديم تفسيرات أو أسباب للقضية وأضاف "**Stone**" الأدوات الآتية:

- **الصور البلاغية:** وهي عبارة عن أدوات لغوية يتم من خلالها تمثيل الكل في أحد أجزائه.
- **الأرقام:** عبارة عن طريق وصف الظواهر أو الأحداث بواسطة القياسات، وبصورة أكثر تحديداً فإن الأسلوب المفضل يتمثل في استخدام أرقام كبيرة جداً أو صغيرة جداً لإيضاح الفكرة وتمثيلها.

أما "**Tan Kard**" يقدم مكونات أكثر شمولاً، حيث يشير إلى وجود قائمة تشتمل على مجموعة التالية: العناوين الرئيسية، العناوين الفرعية، الصور الفوتوغرافية، التعليقات على الصور الفوتوغرافية، المقدمة، المصادر، الاقتباسات، السمات الطباعية للنص، مثل الشعارات الإحصاءات والرسوم البيانية، الخاتمة.

قام "**Pan & kosicki**" باقتراح أدوات عدة لبناء الإطار الإعلامي هي:

- البناء التركيبي للقصة الخبرية، الأفكار الرئيسية المتضمنة في سياق القصة الخبرية، البناء الموضوعي للنص، الاستنتاجات الضمنية.[1]

واتفق الباحثون على أن أدوات التأطير هي العناصر النصية والمرئية المحددة وتأثير الأطر يكون من خلال الفقرات التمهيدية والختامية مع إضافة معلومات حصرية للإطار، مع إبقاء الفقرات الأخرى كما هي في محتواها وتقسيمها إلى أقسام تحتوي على الإطار وأخرى على الحقائق.[2]

❖ **توظيف النظرية في موضوع الدراسة:**

[1] عبد الرزاق الدليمي: **مرجع سبق ذكره**، ص 218.

[2] إسماعيل شرقي: **مرجع سبق ذكره**، ص 62-63.

إن التأطير النظري للدراسة يتبنى الباحث التيار الفكري من براديغم أو نظريات معينة خطوة لا يمكن الإستغناء عنها فهي تعتبر دليله الهام في إعداد إجراءات وكذا مراحل البحث في مكانها وسياقها المناسب والنتيجة وجود مبررات ابستيمولوجية للخيارات المنهجية المختلفة في هذه الدراسة ونظراً لطبيعة موضوع الدراسة فنظرية الأطر الإعلامية تعد المنظور أو البراديغم النظري العام للدراسة والذي قدم نظرة تكاملية محددة المعالم لمسار البحث.[1]

وقد تبين لنا من عرض النظرية الأطر الإعلامية بأن وضع القضية داخل إطار معيين يؤدي إلى وجود مجموعة من المعايير المختلفة والتي يستخدمها المتلقين عندما يفكرون في القضية الإجتماعية التي يطرحها البرنامج الإجتماعي "قمرة 1" وعندما يشكلون إطار معين أو فكرة معينة لكيفية تقديم وتنظيم ومعالجة المضمون الإعلامي في البرنامج محل التحليل والتي تعود الجمهور بطبيعة الحال إلى قبول المعاني المختلفة نحو هذه القضايا المختارة.

فتأطير هنا يختزل المعلومات حول هذه القضايا المطروحة في جوانب محددة وفق رغبات القائم بالإتصال من أجل الإستلاء على المتلقي والتأثير عليه، وقمنا بالإعتماد على هذه النظرية بالذات لدراسة السياق الذي طرحت فيه القضايا من خلال محاولة فهم الأطر التي عرضت فيها القضايا الإجتماعية في البرنامج الإجتماعي وهذه الأخيرة تحاول أن تقدم لنا تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والإتجاهات حيال القضايا الاجتماعية وعلاقة ذلك بإستجابات الجمهور المعرفية لتلك القضايا.

واستخدامها مكننا من تحليل الأطر التي تم تناولها وتقديم القضايا الإجتماعية المختلفة إلى جانب أيضاً اللقطات التي تم التركيز والعمل بها، ومختلف الأشكال الصحفية المستخدمة والمعتمد عليها ومنه جاء أيضاً توظيف هذه النظرية في الدراسة وتحليل القضايا الإجتماعية التي يطرحها برنامج "قمرة 1" وقدرته على التأثير والإقناع وترسيخ الأفكار وجذب الجمهور لمتابعة مثل هذا النوع من البرامج، خاصة طريقة برنامج "قمرة 1" الذي يطرح مواضيع حساسة بتجارب حقيقية من الواقع وتحليلها وتفسيرها لتصل إلى الجمهور بطريقة سهلة وبسيطة.

7. منهج الدراسة:

[1] Ala bokur Alshoih, twitter : the framing process on twitter by the onolysis of vision 2030 in soudi Arabia, ibid, P10.

وفي معالجة إشكالية بحثنا، فالمنهج عامة هو الطريقة العلمية التي يتبعها الباحث لحل مشكلة علمية معينة وقد تكونت فكرة المنهج بالمعنى الإصطلاحي اليوم (المنهج في البحث العلمي) في القرن السابع العشر على يد مجموعة من العلماء أبرزهم "فرنسيس بيكون"[1] و "**بوربال**" و "**جون ستيوارت ميل**" و "**ديكارت**" وغيرهم من المحدثين أمثال "**دوركايم**" والعلماء الأمريكيين المعاصرين،[2] عرف علمياً بأكثر من تعريف:

فعبد "**الرحمان بدوي**" يرى أن معنى إصطلاح "المنهج": "طائفة من القواعد العامة للوصول إلى الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته يصل إلى نتيجة معلومة".[3]

ويعرف "**موريس أنجرس**" المنهج على أنه: "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 تحدد النتائج. وعليه يجب إتباع تلك السلسة من المراحل المتتالية التي ينبغي إستخدامها بكيفية منطقية ومتسقة.[4]

وهناك مجموعة من المناهج المتفق عليها بين الباحثين في مجال البحوث الإعلامية الوصفية لما كان الهدف ظاهرة الأساسي للدراسات الوصفية هو تصوير وتحليل وتقويم خصاص وأبعاد ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر في الوقت الراهن، فأحد أهم المناهج الأساسية للدراسات الوصفية وأكثرها إستخداماً وملائمة هو المنهج الوصفي؛ بالإضافة إلى أن ماهية الدراسة التي يقمنا بها تفرض علينا الإعتماد على مناهج تدعم التعميم وطالما أن البحث يهدف إلى وصف وتحليل محتوى برنامج "قمرة" من حيث الشكل والمضمون، وأن الدراسة تقع في خانة البحوث الوصفية وإنطلاقاً من أهمية تحديد منهج علمي ملائم لهذا النوع من البحوث لموضوع الدراسة وبناء ما أشير إليه سابقاً فمنهج الوصفي هو الأنسب

---

[1] أحمد بدر: **علوم الإعلام والبحث العلمي** "**المناهج، التطبيقات**"، ط1، دار قباء البحثية للنشر والتوزيع، مصر، 2005، ص 17-18.

[2] رجاء وحيد جويدري: **البحث العلمي** "**أساسياته النظرية وممارساته العلمية**"، ط1، دار الفكر للنشر والتوزيع السورية، سوريا، 2000، ص 12.

[3] عبد الرحمان بدوي: **مناهج البجث العلمي**، ط3، وكالة المطبوعات للنشر، الكويت، 1977، ص 5.

[4] موريس أنجرس: **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية** "**تدريبات علمية**"، (ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون)، مرجع سابق، ص 36.

لما كونه يستهدف وصف وتحليل الظاهرة المدروسة، مكننا من خلال مجموعة من الوثائق السمعية البصرية في وصف مضمون وسائل الإعلام أو وصف وثائقي والذي يقوم بالأساس على تور الظاهرة في ظروفها الطبيعية ومن ثم تحليلها وتفسيرها.[1]

لذلك اعتمدناه كمنهج علمي أساسي للدراسة التي بين أيدينا، والذي يعتبر عند "سمير محمد حسين": "منهجاً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن ظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضوع البحث من عدد المفردات المكونة لمجتمع البحث، ولفترة زمنية كافية للدراسة وذلك إما بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال التخصص معين أو تحديد كفاءة الأوضاع القائمة.[2]

ويندرج تحت المنهج الوصفي أنواع وأساليب مختلفة من أوصاف حيث ذهب العديد من الباحثين إلى وصع تصنيفات فرعية خاصة بالمنهج الوصفي في الدراسات الإعلامية، وفي دراستنا هذه إستخدمنا المنهج الوصفي التحليلي لمضمون المواد الإعلامية كونه أهم وأنسب أساليب الوصف المنتهجة والمعتمد عليها في الدراسات الوصفية للظواهر الإعلامية حيث يستهدف وصف المضمون للتعرف على المحتوى الظاهر للإتصال ووصفه وصف موضوعياً منظماً وكمياً بغرض تحديد أسس الموضوعات والبرامج التي تقدمها وسائل الإعلام وبالتالي الأساليب المختلفة لتحليل خدماتها".

ويعتبر المنهج الوصفي من أنسب المناهج العلمية ملائمة لأنها تهدف الوصول إلى وصف كامل وتحليل لطبيعة المعالجة الإعلامية في البرنامج الإجتماعي "قمرة 1" من خلال وصف مختلف القضايا الإجتماعية في إطار وضع أجندة لهذه القضايا الإجتماعية وتقديمها من خلال أطر إعلامية محددة وذلك بهدف الحصول على بيانات كافة ودقيقة عن الأسلة الخاصة وبالشكل والمضمون التي تحاول الدراسة الإجابة عنها.

8. أداة جمع البيانات:

[1] أحمد بن مرسلي: **مناهج البحث العلم في علوم الإعلام والإتصال**، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص 289.

[2] سمير محمد حسين: **بحوث الإعلام "الأسس والمبادئ"**، مرجع سابق، ص ص: 127-128.

- **تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات:**[1]

بعد تحديد المنهج المناسب لموضوع البحث على نحو سليم يجب على الباحث فحص ما يتوافر له من أدوات علمية كأهم خطوة معتمدة في تعميم بحث من ناحية الإجراءات المنهجية وأدوات جمع البيانات هي المجموع لوسائل والتقنيات التي يلجأ إليها الباحث لإستخدامها بغية الحصول وجمع مختلف البيانات التي يتطلبها بحثه.[2] وعليه فتحديد أدوات جمع المعطيات والبيانات خطوة جريئة في غاية الأهمية في مرحلة بناء منهجية موضوع الدراسة ويتم من خلالها تحديد وإختيار الباحث الأكثر الأدوات العلمية ملائمة لإستخدامها في جمع معطيات والبيانات المطلوبة حول موضوع دراسته لتحقيق هدف أو أهداف بحثه وتحكم طبيعة البحث وطبيعة التساؤلات العلمية المطروحة في عملية الإنتقاء بين هذه الأهداف ذلك أن كل أداة تناسب جمع بيانات معينة.[3]

وأدوات جمع البيانات متعددة منها المقابلة، الملاحظة، الإستبيان، تحليل المحتوى الأساليب الإسقاطية المجموعات المركزة وغيرها،[4] حيث البيانات الكمية من أرقام وأعداد تتطلب أدوات كمية كالإستمارية الإستبيان وتحليل المحتوى بينما البيانات الكيفية من عبارات وألفاظ تتطلب أدوات كيفية كالملاحظة والمقابلة، وأدوات جمع البيانات تربط بين تصورات الباحث وما يقاس في الميدان من خلال مجموعة من التقنيات والطرق والوسائل العلمية التي يستخدمها الباحث للحصول على الحقائق البيانات والمعلومات التي تتعلق ويتطلبها موضوع البحث.[5]

إن الأدوات البحثية المستخدمة لجمع المعلومات ضمن البحوث الوصفية في مجال الإعلام وفي إطار منهج الوصفي التحليلي تختلف وتتنوع فمنها الملاحظة الميدانية والمقابلة والإستبيان أو الإستصقاء

---

[1] محمد منير حجاب: **أساسيات البحوث الإعلامية والإجتماعية**، ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص 88

[2] صلاح الدين سروخ: **منهجية البحث العلمي**، د/ط، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص 24.

[3] فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة: **أسس ومبادئ البحث العلمي**، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، 2002، ص 115.

[4] منال هلال المزاهرة: **مناهج البحث العلمي**، ط1، دار العربي، القاهرة، 2012، ص 96.

[5] حسين عبد الحميد أحمد رشوان: **أصول البحث العلمي**، د/ط، مؤسسة شباب الجامعة للنشر، 2003، ص 115.

الإختيار أو القياس وتحليل المحتوى.[1] ولا يقتصر المنهج الوصفي التحليلي على استخدام أسلوب واحد في عملية جمع البيانات وإنما يتعدى ذلك إلى إستخدام عدة أساليب حيث يندرج تحت المنهج الوصفي التحليل العديد من الأدوات والأساليب في عملية جمع البيانات المقننة من مجتمع البحث، كما أن إختيار الأداة المناسبة للإجابة على تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها مع سلامة بنائها وتصميمها ومن ثم مراعات الدقة في فحصها هي أمور على جانب كبير من الأهمية في عملية التقويم لأن البناء السليم يؤدي إلى نتائج سليمة.

وبما أن دراستنا تهدف بالأساس إلى التعرف على طبيعة المعالجة الإعلامية للقضايا الإجتماعية في البرنامج الإجتماعي "قمرة 1" في قناة **MBC1** ووصف محتوى الظاهر والحالي للرسالة الإعلامية للبرنامج "قمرة1" فتحليل المحتوى يعتبر التقنية أو الأداة الأساسية في دراسة مواد ومضامين وسائل الإعلام المختلفة من خلال تقسين النص الخطاب الإعلامي في برنامج "قمرة1" وترتيبه في وحدات وفئات ذات معان ووصفها كمياً وكيفياً ما يكسبه درجة عالية من المصداقية، في إطار الراسة الوصفية الحالية ومنهج للمحتوى الإعلامي لغاية الوصف والتحليل وجبب على الباحثيين إستخدام أدوات بحثية في تحليل المحتوى والملاحظة العلمية لجمع المعلومات.

وفي ظل منهج الدراسة الذي قمنا به بتوضيحه أنفاً لتفسير الظاهرة محل الدراسة، عرف ها المنهج وفي إطار موضوع الدراسة الحالية يتطلب تقنية أو أداة تمكن الباحث من التحرك داخله بطريقة تساعد على الوصف والتوصيف الكمي للمحتوى الإتصالي المراد تحليله وهذا ما يأخذه تحليل المحتوى في مقامنا هذا لأن تحليل المحتوى يتضمن أبعاد كمية في رصد الظواهر البحثية وعناصرها لإستخلاص المؤشرات بطريقة موضوعية متفق عليها وهي الكم الذي يعتبر حجة لا غنى عنها وشرطاً أساسياً في بحوث المحتوى بإعتباره مرادف للموضوعية[2] ويستخدم تحليل المحتوى كأداة هامة في المنهج "الوصفي التحليلي" في وصف المحتوى الظاهر أي الصريح للمواد الإعلامية في وسائل الإعلام ومن ضمنها التلفزيون وصفاً

[1] محمد سليمان المشهداني: **مناهج البحث الإعلامي**، ط1، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص 80.

[2] عبد الحفيظ عبد الحبيب الجزولي ومحمد عبد الرحمان الدخيل: **طرق البحث في التربية والعلوم الإجتماعية**، د/ط، دار الخريجي للنشر، المملكة العربية السعودية، 2000، ص 185.

منتظماً وفق معايير منهجية وموضوعية بالإستناد على الأسلوب الكمي بصفة أساسية لإكتشاف الخلفيات التي تتبع منها الرسالة الإعلامية.

وتشير كلمة "تحليل" في "تحليل المحتوى" إلى تفكيك الباحث للبناء المادة الإعلامية محل الدراسة إلى مكوناتها الأساسية بعمليات عقلية لكشف خصائصها والعوامل المؤثرة فيها،[1] بينما تشير كلمة "محتوى" إلى ما يحتويه الوعاء اللغوي أو التسجيل الصوتي أو القلمي أو الكلامي أو الإيمائي من معاني مضافة.

وبحثنا هذا التحقيق أهداف الإتصال مع الآخرين، يعبر عنها الفرد في نظام معين من الرموز لتوصيلها للأخرين[2] وفي هذا الشأن هناك عشرات التعاريف لتحليل المحتوى نعرض بعضاً منها من وجهة نظرنا وأقربها وأكثرها تقسييم الأداء تحليل المحتوى في الدراسات الإعلامية، ومن أهمها:

- **تعريف "بيرلسون" (Brelson):** "هو أحد الأساليب البحثية التي تهدف إلى التوصيف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للإتصال".[3]
- **تعريف "موريس أنجرس":** "أنه تقنية من تقنيات التحليل في إطار منهجي متكامل في العلوم الإنسانية والتي تشاركها وسيلة من وسائل جمع البيانات".[4]

ويعرف أيضاً تحليل المحتوى على أنه أسلوب الإنشاء للإستدلالات من خلال تحديد وتعريف خصائص الرسائل كعبارات تحمل معاني بشكل نظامي وموضوعي.[5]

---

[1] صليحة خلوفي: **منهج تحليل المحتوى بين الإلتزام الموضوعي والأحكام الذاتية**، كتاب أعمال اليوم الدراسي الموسوم لقضايا المنهج في اللغة، مخبر الممارسات اللغوية في الجزائر، المنعقد بتاريخ 10ماي 2019، جامعة تيزي وزو، الجزائر، ص 59.

[2] أحمد بن مرسلي: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال وجمهورها**، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 59.

[3] أرمان ميشال: **تاريخ نظريات الإتصال**، (ترجمة: نصر الدين العياظي، صادق رابح)، ط3، المنظمة العربية للترجمة، لبنان، 2005، ص 51.

[4] Mourice Angers : **initiation pratique la méthodologie des sciences humaines**, 5eme édition, éditeur CEC, 2000, P 172.

[5] شافا فرانكفورت ناشميار، دافيد ناشيمار: **طرائق البحث في العلوم الإجتماعية**، (ترجمة: ليلى الطويل)، مرجع سبق ذكره، ص31.

وبعد تعريف "**سمير محمد حسين**" أكثر التعاريف توافقاً وإستخدامات تحليل المحتوى في مجال الدراسات الإعلامية، فيرى أن تحليل المحتوى هو أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمها الباحثون في مجالات بحثية متنوعة وعلى الأخص في علم الإعلام، أو وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون، تلبية للإحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسية طبقاً للمقتضيات الموضوعية، التي يجعلها الباحث أو ذلك بهدف إستخدام هذه البيانات، بعد ذلك إما في وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تنتج منها الرسالة الإعلامية أو التعرف على مقصد القائمين بالإتصال من خلال الكلمات والجمل والرموز والصور وكافة الأساليب التعبيرية شكلاً ومضموناً والتي يعبر بها القائمون بالإتصال عن أفكارهم ومفاهيمهم، وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منظمة ووفق منهجية ومعايير موضوعية وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتبويبها وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية.[1]

وعيله فتحليل المحتوى الإعلام عموماً ذو أهمية في وصف وتحليل نظام الإعلام بكافة عناصره إبتداء من وف المحتوى ودلالته وإرتباطاته المتعددة بالإتجاهات المختلفة للنشر والبث والإستدال عن الأهداف والوظائف المختلفة، لهذا النظام الفرعي في علاقته بالنظم الفرعية الأخرى في وسائل الإعلام ومن ثم علاقة النظام الإعلامي بالظم الإجتماعية في تحقيق الإستقرار والتوازن.[2]

وهذا جوهر المنظور البنائي الوظيفي المتبنى كمدخل نظري في الدراسة الحالية.

فلم يعد هناك شك في أهمية تحليل المحتوى كتقنية من تقنيات البحث تتمتع بأهمية في مقاربة المضامين الإعلامية والوصول إلى نتائج قادرة على الإجابة عن الكثير من التساؤلات التي تحملها.

وتحليل المحتوى يدخل عادة في الدراسة والتحليل الكمي والكيفي للمعنى الذي تحمله الرسائل الإعلامية والإتصالية المختلفة والأساس المنهجي للتحليل المحتوى يكون بتحليل الشكل الرسائل المراد

[1] سمير محمد حسين: **تحليل المضمون**، عالم الكتب للنشر والطباعة والتوزيع، مصر، 1983، ص 13.

[2] محمد عبد الحميد: **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، عالم الكتاب، مصر، 2000، ص 213-214.

إستنطاقها مصحوب بتليل مضمونها.[1] وهذه الرسالة قد تكون نصوص مكتوبة وأشرطة صوتية وأفلام تسجيلية بغض النظر عن الزمن الذي تنتمي إليه.

ولتحليل المحتوى خطوات منهجية لا بد من إتباعها من أجل إنجاز بحث علمي منظم المحتوى. وهذه الخطوات تتمثل في:[2]

أ. **تحديد المواد الإتصالية:** يتم في هذه المرحلة الوسائط الإتصالية التي تحمل الرسالة والتي سوف تخضع للتحليل مهما كان شكلها أي يمكن أن تكون مكتوبة، سمعية، سمعية بصرية، إلكترونية...بمعنى المواد الإتصالية المراد تحليلها.

ب. **تحديد عينة المحتوى المراد تحليلها وإختيار العينة الزمنية:** فمن حسن إختيار العينة لا بد من ترميز البيانات.

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

د. **تصنيف محتويات التحليل:** من خلال تبويب فئاته، تنيظمها وتوزيع تكراراتها في جداول.

هـ. **تحليل البيانات المصنفة وإستخلاص النتائج:** من خلال التعبير المحتوى وبياناته التي تم جمعها بدلالات رقمية على شكل جداول التحليل الكمي إضافة إلى التحليل الكيفي.[3]

إن تفعيل أداة تحليل المحتوى سيكون قابلاً للإجابة عن الأهداف المحددة وعن التساؤل الرئيسي للبحث "**ماذا قيل؟ وكيف قيل؟**" الذي يعد من الأسئلة المشهورة للباحث "**لاسويل**" وترتبط بدراسة عنصر من عناصر العملية الإتصالية وهي الرسالة، بناء على ذلك تم تصميم إستمارة تحليل محتوى الخاصة بهذا البحث لتكون أداة رئيسية تم من خلالها تفريغ البيانات والمعلومات من الحلقات التي تم تسجيلها لبرنامج "قمرة" في وسمه الأول والبالغ عددها 139 وقد تم تحليل شكل ومضمون المادة الإعلامية وفق إشكالية وأهداف الدراسة وشملت بذلك إستمارة تحليل المحتوى مجموعة من فئات رئيسية تندرج تحت كل فئة من هذه الفئات الرئيسية فئات فرعية.

---

[1] يوسف تمار: **كيف يمكن أن نتجاوز إشكالية الكمي والكيفي في تحليل المضمون؟**، مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ، المجلد 14، العدد 02، 2019، ص 111.

[2] عواطف عبد الرحمان وآخرون: **تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية**، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، مصر، 1982، ص 91-92.

[3] محمد عبد الحميد: **بحوث الصحافة**، ط1، عالم الكتب، مصر، 1992، ص 144-153.

1) **تحديد فئات تحليل المحتوى:** يعتمد تحليل المحتوى إلى حد بعيد على دقته على تحديد فئات التحليل[1] تعد فئات التحليل الأساس الذي يصنف عليه المحتوى الذي يراد تحليله وقياسه إلى منظومة من الأفكار التي لها علاقة مباشرة بإشكالية الدراسة وأهدافها مع التخلي عن الأفكار التي لا تخدم توجهات الدراسة[2] من خلال تقسيم نص هذا المضمون إلى فئات المضمون "ماذا قيل؟" وإلى فئات الشكل "كيف قيل؟" وتختلف وتتعدد فئات التحليل باختلاف موضوع الدراسة محل البحث وأهدافها.[3]

في هذه الدراسة صممت إستمارة تحليل محتوى برنامج قمرة 1 بحيث شملت فئات الشكل وفئات المضمون بما يتوافق تساؤلات وأهداف البحث وذلك بالإعتماد على التراث العلمي والأدبي المتعلق بموضوع البحث وبما يتوافق وأهدافه وبما يحثث الإجابة عن التساؤلات البحثية، فكل من فئات الموضوعية تحاول الإجابة عن تساؤل.

وبعد الإطلاع على الفئات بأنواعها وأشكالها من مختلف الكتب والمراجع المتاحة صنفت محتويات مادة التحليل محل الدراسة إلى فئات وتحاول كل فئة من فئات التحليل الموضوعية الإجابة عن تساؤل من التساؤلات الدراسة التي تم الإعتماد عليها في جمع معطيات الدراسة التحليلية وهي:

أ- **فئات الشكل (كيف قيل؟):** تعد فئات الشكل الفئات التي تصف المحتوى الشكلي لمواد الإتصال يجب تحليلها ودراستها أو عناصر الإبراز المستخدمة في عرض محتوى الموضوع، فهي الشكل الذي قدم به المحتوى أو تتخذه المادة الإعلامية في برنامج "قمرة 1" فالجانب الشكلي 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:** وتعنى هذه الفئة بقياس المدة الزمنية أو الوقت المستغرق في عرض وبث المضامين المتعلقة بالقضية أو موضوع إجتماعي معين في البرنامج محل التحليل وتخص هذه الفئة تحليل المواد

---

[1] سعد سليمان المشهداني: **مناهج البحث الإعلامي**، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص 126.

[2] يوسف تمار: **تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين**، ط1، طاكسيج-كيم للدراسات والنشر والتوزيع، د/م/ن، 2017، 24.

[3] شيماء ذو الفقار زغيب: **مناهج البحث والإستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية**، ط1، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، مصر، 2009، ص 159.

الإتصالية التي يتعذر قياس المساحة فيها في تغطية الإذاعة أو التلفزيون وتقاس بالثانية أو الدقيقة.[1] ودلالتها التأكد على أهمية المضمون لدى الوسيلة الإعلامية سواء في الإتجاه الإيجابي أو السلبي، وإستخدامها في الدراسة لمعرفة الوقت المخصص للمضمون الخاضع للتحليل واستخدمنا وحدة الزمن لقياس هذه الفئة وشملت الزمن بالدقيقة وبالثانية.

وتشمل الفئات الفرعية التالي: **دقيقة، (2) دقيقتين، (3) دقائق، (4) دقائق.**

❖ **فئة اللغة المستخدمة:** تعتبر هذه الفئة عن المستوى وطبيعة اللغة المستخدمة في عرض المضامين القضايا الإجتماعية ببرنامج "قمرة1" وهي من الفئات الهامة في عملية تحليل الدراسة الحالية لما لها من تأثير كبير على مدى فهم الجمهور المتعرض واستعابه لمضمون الرسالة الإعلامية[2]، وتم استخدام وحدة الموضوع كوحدة قياس هذه الفئة، وتشمل الفئات الفرعية التالية: فئة طبيعة اللغة (لهجات عربية، لهجات محلية، لغة عربية إعلامية، لغة عربية مترجمة للغة الإنجليزية، لغة إنجليزية مترجمة للغة العربية، لغات أخرى "إيطالية، فرنسية، هندية") فئة اللهجات العربية المستخدمة (المصرية، الخليجية، الشامية، المغاربية).

❖ **فئة القوالب الفنية:** وتسمى ايضا طبيعة المادة المستعملة أو النوع الصحفي وتعني هذه الفئة بالتفرقة بين فنون الكتابة العمل الإعلامي وتقنيات التحرير، ويقصد بها الأشكال أو القوالب الفنية التي تقدم من خلالها البرامج والمواد الإعلامية، وفي دراستنا القوالب الفنية اليت قدمت من خلالها برنامج "قمرة1" مجموعة من القضايا الإجتماعية كالحوار بأنواعه، أفلام الكرتون، حديث أو مقابلة، أفلام، دراما...إلخ، وتم استخدام وحدة الموضوع لقياس هذه الفئة: وتشمل الفئات الفرعية: تعليق، إستطلاع الرأي، حديث فردي (مباشر)، حوار ثنائي، جماعي، مشاهد تمثيلية، رسوم متحركة، كارتون، أغاني).

---

[1] محمد محمد علي سمارة: **مدخل إلى وسائل الإعلام وقضايا المجتمع**، د/ط، دار العلوم للنشر والتوزيع، مصر، 2009، ص 137.

[2] ريتشارد تن وآخرون: **تحليل مضمون الإعلام المنهج والتطبيقات العربية**، –ترجمة: محمد ناجي)، ط1، الكندي للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 142.

❖ **فئة الإستخراج الفني:** الكيفية التي يتم فيها إخراج المادة الإعلامية بإستخدام الأساليب الفنية المتمثلة في المؤثرات الصوتية والموسيقية واللقطات المختلفة وكل ما يدخل تحت فئة الإخراج الفني من أجل جذب المشاهد وزيادة إنتياهه.[1]

وأضفنا لها في دراستنا بيئة التصوير وتم قياس هذه الفئة بإستخدام وحدة المشهد، وحدة اللقطة، وحدة الموضوع على التوالي. وتشمل الفئات الفرعية التالية: فئة نوع الموسيقى، المؤثرات الصوتية (موسيقى متوازنة، محزنة، موسيقى تقرب وتؤثر، قوية فرح)، مؤثرات صوتية طبيعية (مؤثرات صوتية بشرية، مؤثرات صوتية صناعية).

❖ **فئة نوع اللقطات المستخدمة:** اللقطة الواسعة جدا، اللقطة الواسعة، اللقطة المتوسطة، اللقطة القريبة، اللقطة القريبة جداً، اللقطة الجانبية، اللقطات الخلفية، ولقطات أخرى المكررة مقلوبة وغير الثابتة.

❖ **فئة طبيعة التصوير الداخلي في "قمرة 1"**: أماكن الإقامة، قاعات الدراسة والتعليم، مؤسسات الأمن، الأستدوهات، مستشفيات والعيادات، مركز الدفاع المدني، مراكز الإيواء، دار العيادة، مواقع العمل.

❖ **فئة طبيعة التصوير الخارجي في "قمرة1"**: الشوارع والارصفة، وسائل النقل والطرقات، مناظر طبيعية، مطاعم وأسواق، منتزهات.

ب- **فئات المضمون:** تهتم فئات المضمون بمادة المحتوى الإعلامي لمواد الإتصال التي تقوم بتحليلها ودراستها، فهي المعاني والافكار التي تتضمنها الرسالة الخاضعة للتحليل في برنامج "قمرة1" وتحاول فئات المضمون الإجابة على السؤال **ماذا قيل؟**، وقد تم الإعتماد على فئات التحليل الآتية من حيث المضمون:

❖ **فئة الموضوع:** تهدف هذه الفئة لغرض الكشف عن مراكز الإهتمام في المحتوى بالمواضيع المختلفة الي تعرضها وسائل الإعلام، ونقصد بها طبيعة وأنواع القضايا والمواضيع الإجتماعية التي يضمنها مضمون برنامج "قمرة 1" وتفيد هذه الفئة معرفة القضايا الإجتماعية الأكثر بروزاً في المحتوى محل الدراسة لغرض إستدراج المواضيع المعروضة والتي تتكرر في برنامج "قمرة1" حول القضايا

[1] يوسف تمار: **مرجع سبق ذكره**، ص 57.

الإجتماعية في الوطن العربي وبالتالي الكشف عن القضايا التي رأى الجمهور العربي أنها ذات اهمية بمجتمعهم. وتم إستخدام وحدة الموضوع لقياس هذه الفئة، وتشمل الفئات التالية: الطفل، المرآة، العامل، التنمر، العنصرية، اللاجئ، الإرهاب، حق التعليم، الشبكات الإجتماعية.

❖ **فئة القيم:** تدخل هذه الفئة في تصنيف معتقدات الأعراف والتقاليد في حياة الأشخاص والجماعات والتي يمكن أن تؤثر في أفكارهم وسلوكهم إتجاه الموضوع المطروح والقيمة ترتبط بالعامل الإجتماعي المرتبط بالقوانين والمعايير والضوابط التي يفرضها المجتمع من نظام إجتماعي وتراث ثقافي يتفاعل معه الفرد.[1] وتم إستخدام الموضوع كوحدة لقياس هذه الفئة وتشمل الفئات الفرعية التالية: القيم الإجتماعية، القيم الجمالية، القيم السياسية، القيم العلمية. وهي مقسمة على محورين: محور القيم الموجهة للتحلي بها ومحور القيم الموجهة للتخلي عنها.

❖ **فئة الأساليب الإقناعية:** تتعامل هذه الفئة مع الأساليب والطرق التي اتبعت لعرض فكرة الموضوع وشرحها لتحقيق النتائج،[2] وتتضمن هذه الفئة حصر جميع الأساليب العقلية والعاطفية التي تتضمنها القضايا الإجتماعية ببرنامج "قمرة 1" وتم قياس هذه الفئة بإستخدام وحدة الفكرة وتمل الفئات التالية:

- **فئة الأساليب الإقناعية العقلية:** الإستشهاد بالآيات القرآنية، الإستشهاد بأقوال شخصيات معروفة، التحليل والنقد، نسب وإحصائيات، الأمثلة الواقعية والشواهد التاريخية، أدلة وبراهين، النصوص القانونية، أسلوب الاستفهام.
- **فئة الأساليب العاطفية:** الشعور بالذنب، أسلوب التخويف، دعم الذات، الدفء العاطفي، مخاطبة حاجات المتلقي، الاستعطاف، الأساليب البلاغية، حكم وأمثال شعبية.

❖ **فئة الأهداف:** تسهم هذه الفئة في الإجابة على ما يسعى الفرد أو الوسيلة الإعلامية أو غيرهم، فهذه الفئة تهتم بقياس الأهداف التي يسعى المحتوى الإعلامي تحقيقها.[3] وتضمن لنا هذه الفئة معرفة الأهداف التي يسعى برنامج "قمرة 1" إلى نشرها وإستخدم لقياس هذه الفئة وحدة الفكرة، وتشمل الفئات التالية:

---

[1] محمد عبد الحميد: **تحليل المحتوى في البحوث الإعلام**، د/ط، دار الشروق للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 2009/2008، ص 126.

[2] سعد سليمان المشهداني: **مرجع سبق ذكره**، ص 127.

[3] محمد عبد الحميد: **بحوث الصحافة**، مرجع سبق ذكره، ص 147.

- **فئة الفاعلين:** تهتم هذه الفئة بالتركيز على أهم القوى الفاعلة والشخصيات الأساسية التي تظهر في محتوى وكأنها قامت بدور في أحداث المادة محل التحليل[1] وقياس هذه الفئة بضمان لنا تحديد أشخاص والجماعات التي تظهر وتؤثر في معالجة برنامج "قمرة 1" للقضايا الإجتماعية، واستخدم لقياس هذه الفئة وحدة الشخصية وتشمل الفئات الفرعية التالية: المؤسسات الفاعلة، الموارد الفاعلين، إناث، ذكور، أطفال، شباب، نساء، كحول، شيوخ، بيئة عربية حضرية.
- **فئة أنواع الأطر الخبرية:** وتقصد بها أنواع الأطر الإعلامية من حيث الأبعاد المراد إضافتها على المضمون في البرنامج محل التحليل،[2] وأستخدم لقياس هذه الفئة وحدة الموضوع وتشمل الفئات الفرعية التالية: الإطار العام، الإطار المحدد، الإطار الإقتصادي، إطار الخسائر، إهتمامات الإنسانية، إطار الصراع، إطار المساواة، الإطار الأخلاقي، الإطار الديني، الإطار الصحي، الإطار التاريخي، إطار التمكين والتعزيز، إطار المسؤولية والتربية، إطار الإنجازات وإطار الضحية.
- **فئة أدوات وآليات التأطير:** وهي مختلف الأدوات التي تم توظيفها بالبرنامج "قمرة1" بتأطير القضايا الإجتماعية وأستخدم لقياس هذه الفئة وحدة الفكرة وتشمل الفئات الفرعية التالية: العناوين والمقدمة، الخاتمة، الآيات القرآنية، دراسات وأبحاث علمية، آراء وأقوال الشخصيات المعروفة، الإحصائيات، الاساليب التعلمية، الأساليب التشبيهية والتضخيم.

ج- **تحديد وحدات التحليل ووحدات العد والقياس:**

إن قسيم المحتوى إلى فئات فقط لا يلي البعد الكمي فلا يمكن قياسها إلا بعد إضافة نوع آخر من التقسيم وهو تقسيم مادة التحليل إلى وحدات تحليلية أو ما يسمى في بعض مراجع المنهجية وحدات التسجيل، ووحدات التحليل في أبسط معانيها هو الشيء الذي يقوم بحسابه فعلاً وهي أصغر عنصر في تحليل المضمون يمكن إخضاعها للعد والقياس إذ يعطي وجودها أو تكرارها أو غيابها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج.[3] يتحكم في إختيار هذه الوحدات الطبيعية المحتوى المراد تحليله فضلا عن

[1] ريتشارد بن وآخرون: **مرجع سبق ذكره**، ص 138.

[2] محمد عبد الحميد: **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**، مرجع سبق ذكره، ص 130.

[3] يوسف تمار: **تحليل المحتوى الباحثين والطلبة الجامعيين**، مرجع سبق ذكره، ص 85.

إشكالية الفرضيات التي ينطلق منها الباحث[1] يبدأ الباحث في تقسيم المحتوى إلى الوحدات القابلة للعد والقياس والوحدات المستعملة في تحليل المحتوى: هي وحدة اللقطة، وحدة المشهد، وحدة الموضوع، وحدة الزمن.

وقد إعتمدنا في هذه الدراسة على الوحدات الآتية:

1. **وحدة المشهد:** تستخدم في المضامين السمعية البصرية ويقوم الباحث بتقسيم المضمون إلى مشاهد مكونة من مجموعة من اللقطات التي لا تتعدى منها الزمنية بضع دقائق أو حتى أقل.
2. **وحدة اللقطة:** تستخدم في المضامين السمعية البصرية ويقوم الباحث بتقسيم المضمون إلى لقطات يتم حسابها وتصنيفها بناء على مشكلة البحث وثم إستخدامها في حساب تكرارات فئة نوع اللقطة التي ظهرت خلال القضايا الإجتماعية المعالجة في البرنامج محل التحليل.
3. **وحدة الزمن:** أستخدمت لقياس المدة الزمنية التي إستغرقها محتوى القضايا الإجتماعية في عملية العرض التلفزيوني بالثواني والدقائق.
4. وحدة الموضوع: وهي عبارة عن فكرة تدور حول مسألة معينة وهي أهم وحدات التحليل والقياس في أداة تحليل المحتوى لأنها تكشف عن الآراء والإتجاهات الرئيسية في مادة الإتصال وتختلف طبيعة الموضوعات حسب نوع المادة الإعلامية محل الدراسة.[2]

10. مجال الدراسة:

لابد لأي دراسة علمية أن تتركز على نقطة محددة لكي تصل إلى نتائج قيمة ورسم حدود الدراسة يكون بغرض التحديد الدقيق والتوجيه نحو الهدف الأساسي لمشكلة البح، لذا وجب على الباحث وضع حدود متعلقة ببعض الجوانب الخاصة بمشكلة البحث ومجالاتها من أين تبدأ وأين تنتهي، وبذلك فحدود الدراسة في كل ما يحدد مسارات الباحث، في مجتمع البحث، وهي بذلك الإطار الذي يختار الباحث أن يبحث ضمنه ولا يسع الباحث أن يتجاوزه أو يخرج عنه في البحث الذي هو بصدد إجراءه...وبناءا على تحديد أهمية مجالات الدراسة ونظرا لطبيعة دراستنا سنوضح المجالات المحددة في الدراسة والمتمثلة في المجال الزمني:

---

[1] عواطف عبدالرحمان وآخرون: **مرجع سبق ذكره**، ص 583.

[2] نصر الدين العياضي: **تلفزيون الواقع في المنطقة العربية بين التجانس الثقافي والبيئة الثقافية**، كتاب لمجموعة من المؤلفين بعنوان ثورة الصوة المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، مركز دراسات الوحدة العربية لبنان، 2008، ص

❖ **المجال الزمني للدراسة:**

أجريت الدراسة التي بين أيدينا في الفترة الزمنية الممتدة ما بين 2021-2022 ابتداءا من 1 ديسمبر 2021 إلى غاية 08جوان 2022.

بعد عملية ومرحلة تحديد الموضوع وتعديله لننطلق بعدها في تحديد خطة البحث، فالبداية كانت بالجانب المنهجي والجانب النظري، وصولاً إلى الجانب الميداني الذي استغرق منا الكثير من الوقت في بناء موضوع الدراسة بدءا باختيار موضوع البحث وضبط العنوان ليتم بعدها تحديد الإطار المنهجي للدراسة وضبط الإشكالية وتساؤلاتها في الفصل الأول من الدراسة، في حين خصص الفصل الثاني من الدراسة للجانب النظري من خلال جمع المادة العلمية من مختلف المراجع العلمية.

بعد ذلك إنطلقنا في الجانب التطبيقي من خلال تصميم تحليل المحتوى وتكملة بناء الإطار التحليلي للدراسة من خلال تبويب وتفريغ البيانات المتحصل عليها من التحليل الكمي والكيفي لعينة الدراسة، وصولا إلى صياغة نتائج الدراسة.

وأخيرا إخراج البحث في صورته النهائية وعرضه على الأستاذة المشرفة.

11. مجتمع البحث وعينته:

يعتبر تحديد مجتمع الدراسة خطوة رئيسية وهامة في أي بحث علمي، لذلك من الضروري على كل باحث أن يتعرف على مجتمع دراسته ويضبطه ضبطاً دقيقاً من اجل التعرف على خصائصه وجمع المعلومات الخاصة به المتعلقة بموضوع البحث وما يتوافق وأهدافه وبما يحقق الإجابة عن التساؤلات البحث، فكل فئة من الفئات الموضوعية تحاول الإجابة عن تساؤل.

ويعرف مجتمع الدراسة على أنه جميع الأفراد والاشياء أو الأشخاص الذين يشكلون مشكلة البحث وجميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي ينبغي للباحث أن يعمم عليها نتائج الدراسة.[1]

[1] محمد عبد الحميد: **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 102.

ويعرف أيضاً بأنه: "المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ويتمثل المجتمع الكلي أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته.[1]

ويشمل مجتمع دراستنا على حلقات برنامج "قمرة" في جزؤه الأول، الذي يعرض على قناة **MBC1**، والبالغ عدد حلقاته 30 حلقة.

وقد اخترنا في دراستنا العينة العشوائية البسيطة لأنها هي الأنسب في دراستنا، ولتكون ممثلة للمجتمع الأصلي وهو عدد حلقات برنامج "قمرة" الجزء الأول لسنة 2016 على قناة **MBC1** والذي بلغ عدد حلقاته 30حلقة.

وتعرف العينة العشوائية البسيطة بأنها: "أحد أنواع العينات الإجتماعية حيث تعتمد على نظرية الإحتمالات في إختيار وحداتها وتقدير معالمها وتعد هذه العينة من أكثر العينات شيوعاً وإستعمالاً".

وتعرف أيضاً: "بأنها مجموعة جزئية من المجتمع الأصلي حيث يتم إختيار المفردات من بين قوائم المجتمع المتاح أو إطار العينة فهي تعطي لجميع المفردات نسب متساوية ومستقلة في الإختيار حيث كل مفردة بالنسبة ويمكن إختيار العينة العشوائية البسيطة لا يعبر عنها سوى رقم ويمكن إختيار العينة العشوائية بإحدى هذه الطرق (بالجداول العشوائية أو الإختيار بالقرعة).[2]

حيث قمنا بإختيار 10 حلقات من البرنامج من أصل 30 حلقة، وإخترنا واعتمدنا على طريقة السحب بالقرعة، حيث قسمنا قصاصات صغيرة الحجم وكل قصاصة تحمل عنوان الحلقة ورقمها ثم قمنا بالخلط والإختيار العشوائي بطريقة منظمة أفرز عنها الحلقات التالية:

الجدول رقم (01): يمثل توزيع عينة الدراسة.

رقم الحلقة	عنوان الحلقة	تاريخ بث الحلقة	توقيت الحلقة
02	الطفل	7 جوان 2016	16سا إلى 17 سا.
09	العنصرية	8 جوان 2016	16سا إلى 17 سا.

[1] **المرجع نفسه**: ص 144.

[2] رجاء محمد أبو علام: **مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية**، ط1، دار النشر للجامعات، 2014، ص 10.

06	اللاجئ	11 جوان 2016	16سا إلى 17 سا.
8	العامل	13 جوان 2016	16سا إلى 17 سا.
11	التنمر	6 ديسمبر 2016	16سا إلى 17 سا.
12	العطاء	17 جوان 2016	16سا إلى 17 سا.
13	الشبكات الإجتماعية	30 أكتوبر 2016	16سا إلى 17 سا.
16	المرأة	21 جوان 2016	16سا إلى 17 سا.
19	الإرهاب	24 جوان 2016	16سا إلى 17 سا.
27	حق التعليم	18 أفريل 2017	16سا إلى 17 سا.

الفصل الثاني: المعالجة الإعلامية للبرامج الإجتماعية التلفزيونية.

تمهيد.

1. المعالجة الإعلامية.
   - 1.1 أنواع المعالجة الإعلامية.
   - 2.1 أسس المعالجة الإعلامية.
   - 3.1 ضوابط المعالجة الإعلامية.
2. البرامج التلفزيونية.
   - 1.2 خصوصية التلفزيون كوعاء للقنوات التلفزيونية الفضائية.
   - 2.2 مفهوم البرامج التلفزيونية.
   - 3.2 مكونات البرامج التلفزيونية.
   - 4.2 أنواع البرامج التلفزيونية.
   - 5.2 معايير وأسس البرامج التلفزيونية.
3. البرامج الإجتماعية التلفزيونية.
   - 1.3 مفهوم البرامج الإجتماعية.
   - 2.3 كيفية إعداد البرامج الإجتماعية.
   - 3.3 خصائص وسمات البرامج الإجتماعية.

تمهيد:

يمكن النظر للفضائيات العربية كقوة إجتماعية ظهرت في حياة الفرد العربي وأثرت بشكل واضح في أسلوب حياته وثقافته، كما خلقت له حرية الإختيار للمضمون الإعلامي الذي يود مشاهدته بغض النظر عن الدور الذي يمكن أن تقوم به في تكريس العزلة الإجتماعية، فالقنوات الفضائية من أهم العوامل الإجتماعية لان لها دور في تفسير السلوك الإجتماعي وذلك كونها جامعة لعدد من البرامج التلفزيونية المتنوعة التي تتوجه بها إلى مختلف فئات المجتمع، وقطاعاته في محاولة هذه البرامج تمثيل دور الوسيلة الاستراتيجية الهامة لنقل الرسالة الإعلامية الإجتماعية كونها جزء أو نسق يدخل في بناء وسائل الإعلام المختلفة التي بدورها تدخل في بناء كيان المجتمع.[1]

ونظراً لتعدد القنوات الفضائية والإنتقائية الجمهور في الرسائل والمضامين الإعلامية التي يتعرض لها، ظهرت النزعة التخصصية في عمل هذه القنوات الفضائية وفي برامجها ومنها البرامج الإجتماعية التلفزيونية المرتبطة والمعالجة للقضايا الإجتماعية والتي تظهر كعنصر هام في خارطة البث البرامجي التلفزيوني كفضاء للإرتقاء بالوعي الإجتماعي، لاضطلاعها بأدوار تختص بنشر التوعية والوعي الإجتماعي كمطلب رئيسي في مختلف المجتمعات، وعليه نتناول في هذا الفصل المعالجة الإعلامية في البرامج التلفزيونية من خلال مجموعة من العناصر تمثلت في أنواع المعالجة الإعلامية، أسس المعالجة الإعلامية، ضوابط المعالجة الإعلامية.

مروراً إلى البرامج التلفزيونية والتي ضمت العناصر التالية: خصوصية التلفزيون كوعاء، القنوات التليفزيونية الفضائية، مفهوم البرامج التلفزيونية، مكونات البرامج التلفزيونية، أنواع البرامج التلفزيونية، معايير وأسس البرامج التلفزيوينة. لنختم الفصل بالبرامج التلفزيونية وضمن العناصر التالية: مفهوم البرامج الإجتماعية، كيفية إعداد البرامج الإجتماعية، خصائص وسمات البرامج الإجتماعية.

[1] منال أبو الحسن: **أساسيات علم الإجتماع الإعلامي "النظريات والوظائف والتأثيرات"**، ط1، دار النشر للجامعات، مصر، 2007، ص 557.

1. المعالجة الإعلامية.

1.1 أنواع المعالجة الإعلامية:

توجد هناك انواع مختلفة للمعالجة الإعلامية تنقسم إلى أنواع عدة منها:

حسب الوسيلة: تتنوع المعالجة الإعلامية حسب وسائل الإعلام كما يلي:

أ. **الصحافة:**

- **التغطية الصحفية الإخبارية:** ويقصد بالتغطية الإخبارية هي: "العملية الصحفية التي تتضمن مجموعة من الخطوات التي يقوم من خلالها المحرر الصحفي بالبحث عن بيانات وتفاصيل وتطورات والجوانب المختلفة لحدث أو واقعية أو تصريح ما أو بمعنى آخر يجيب عن كل الأسئلة التي قد تتبادر إلى ذهن القارئ بشأن هذه الواقعة أو الحدث أو التصريح ثم يقيم هذه المعلومات ثم يحررها بأسلوب صحفي مناسب".[1]

ويقصد بها أيضاً: "عملية تتبع الأخبار من مصادرها وعرضها على صفحات الصحف".[2]

- **أنواع التغطية الإخبارية:** تتنوع أنواع التغطية الصحفية حسب ما يلي:
  - **من حيث الشكل:** أي حسب توقيت حدوثها وتقسم هي الأخرى إلى:

أولاً: تغطية تسجيلية أو تقريرية: هي التي تهتم بالحصول على التفاصيل ومعلومات خاصة بحدث معين ثم بالفعل مثل إعلانات "إستقالة وزير معين".

ثانياً: تغطية تمهيدية: هي التي تهتم بالحصول على تفاصيل ومعلومات متعلقة بالأحداث المتوقعة، بحيث تشير المؤشرات إلى إحتمال وقوعه أي أن تغطية صحفية ناجحة لحدث ما هي التي تبدا بمحاولة الوصول إلى البيانات والمعلومات التي تجيب على الأسئلة التالية:

- ⇦ ماذا حدث؟.
- ⇦ ما هي الشخصيات التي إشتركت في هذا الحدث؟.

---

[1] عبد الجواد محمد ربيع: **فن الخبر الصحفي**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 73.

[2] عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي: **سوسيولوجيا الخبر الصحفي**، ط1، دار العربي، القاهرة، (د، س)، ص 70

- ⇦ أين وقع هذا الحدث؟.
- ⇦ لماذا وقع هذا الحدث؟.
- ⇦ من وقع هذا الحدث؟.
- ⇦ كيف وقع هذا الحدث؟.

وإن عدم تمكن الصحفي من الإجابة على أحد هذه الأسئلة أو بعضها يجعل من الخبر خبراً ناقصاً.

وعلى المندوب الصحفي أن يهتم بالمصادر الرئيسية للأخبار لا المصادر الثانوية وعليه يجب أن يحرص المندوب، على الإعداد المسبق لتغطية الخبر كما يجب عليه أن يحاول أن يحصل على أكبر قدر ممكن من المعلومات المتعلقة لحدث معين سواء من قسم المعلومات أو المكاتب الخاصة به أو من النشرات أو غيرها.

ويكون من واجب المندوب أيضاً أن يهتم أثناء تغطية لحدث أو واقعة معينة بذكر الأسماء الدقيقة للأشخاص الذين إشتركوا في الحدث.[1]

- **من حيث المضمون:** أي إتجاه المضمون وتنقسم بدورها إلى:

أولاً: التغطية المحايدة: حيث يقدم فيها الصحفي الحقائق فقط اي قصص إخبارية موضوعية خالية مكن العنصر الذاتي الشخصي والخبر أي يعرض الحقائق الاساسية والمعلومات المتعلقة بالموضوع بدون تعميق أبعاد جديدة أو تقديم خلفيات أو تدخل بالرأي أو المزج الوقائع بوجهات النظر.

ثانياً: التغطية التفسيرية: وفي هذا النوع من التغطية يقوم المحرر بجمع المعلومات المساعدة أو التقريبية إلى جانب الحقائق الأساسية للقصص الإخبارية وذلك بهدف تفسير الخبر أو شرحه وخدمة القراء الذين ليس لهم وقت كافي للبحث بأنفسهم بشرط أن تكون هذه التغطية منصفة تخدم كل التفاصيل.

وتتضمن هذه التغطية وصف الجو العام المحيط بالحدث أو وصف المكان أو وصف الأشخاص وذكر بعض المعلومات الجغرافية أو التاريخية أو الإقتصادية أو السياسية عن البلد التي وقع فيها الحدث

[1] لبنى مهدي: **التغطية الصحفية للخبر**، دار العربي 19، مقال متاح على الرابط التالي **htpps://et à hani.com**، تم الأطلاع يوم 20 أفريل 2022، على 16:30سا.

والتحليل الأسباب والدوافع والنتائج والأثار المتوقعة المبنية على الجهد والدراسة والربط بين الواقع والأحداث المتشابهة وعقد المقارنات.

ثالثاً: التغطية المتحيزة أو الملتوية: وفي هذه التغطية يركز الصحفي على جانب معين من الخبر وقد يحذف بعض الوقائع أو يبالغ في بعضها أو يشوه بعض الوقائع، وقد يخلط وقائع الخبر برأيه الشخصي وهدف هذه العملية تلوين أو تشويه الخبر.[1]

ب. الإذاعة:

تتلقى الخدمة الإذاعية كما هائلاً من القصص الإخبارية يحتم عليها أن تختار منها ما يناسبها وفق إعتبارات عديدة تختلف من وسيلة إعلامية إلى أخرى. وينعكس هذا الإختلاف على المعالجة الإعلامية للموضوعات المختلفة وبالتالي فإن الجمهور يستقبل الرسالة بصور مختلفة تختلف حسب الوسيلة التي يعتمد عليها في الحصول على المعلومات بشأن موضوع معين.

كما أن الوسيلة هي التي تحدد عمل المحررين والأخبار ليست نتاجاً حتمياً للأحداث بمصادقة بقدر ما هي نتيجة قرارات إتخذت بالفعل داخل المؤسسة. وتتصل هذه الأمور عادة بما يعرف بالسياسة الإعلامية للوسيلة. وتلك السياسة التي تختلف من إذاعة إلى أخرى أو تنعكس على الجوانب المختلفة للمواد بما في ذلك المادة الإخبارية من حيث وقت تقديم توقيته، نوعية المضمون، بل وأسلوب لصياغة والتقديم كما يتحدد بموجبها. وهكذا يفترض مدى توافق القصص الإخبارية مع إحتياجات الجمهور المستهدف ورغباته وإهتماماته... وغير ذلك من الإعتبارات التي تحتم الإختيار من بين العديد من القصص الإخبارية التي تتلقاها الإذاعة من مصادر عديدة.

ولا شك ان حسن إختيار الاخبار التي ستقدم في الإذاعة يتوقف على كفاءة وسعة أفق القائمين بالإتصال وهناك معايير تكاد تكوزن مشتركة بين الخدمات الإذاعية يتم على أساسها إختيار هذه المعايير يطلق عليها القيم الخبرية.[2]

[1] عبد الستار جواد: **فن كتابة الأخبار**، ط2، دار مجدي، الأردن، 1993، ص 206.

[2] أيمن عبد الحليم نصار: **إعداد البرامج الوثائقية**، دار المناهج، الأردن، 2007، ص 45.

- **معايير إختيار الأخبار في المعالجة الإعلامية في الإذاعة:** تتمثل في الحالية، القرب، الإثارة، الضخامة، الإهتمام، المثالية.

ج. **التلفزيون:**

يقول دليل **CBC** أن الخبر التلفزيوني هو صورة الخبر أنه واقعي ولعرض الأخبار موجز التأثير في المشاهدين وأن مهمته هي أن يجعل المشاهدين يرون الحدث وهذا يعني أنه على كاتب الخبر التلفزيوني أن يدع الصورة تصف الحدث للجمهور المشاهدين.

ويقول "**موري جرين**" أن الوضوح هو ضرورة أساسية لكتابة الأأخبار التلفزيونية وليس لدى المحرر سولى فرصة واحدة لكي يصل المعنى الذي يقصده إلى المشاهد مباشرة وإذا أفلت منه هذه الفرصة فلا يمكنه أن يحصل عليها ثانية، فالعرض عندئذ يكون قد فات وعندما يحس المشاهد كم فاته القطار بالكبت والغضب.[1]

من خلال دراسة الصحافة التلفزيونية وطريقته في عرض المواد الخاصة بها وجدت أن هناك إرتباط واضح بين ثلاث أشكال تلفزيونية التالية: **الخبر، التقرير، والبرامج الوثائقية.**[2]

2.1 أسس المعالجة الإعلامية:

أ- **من حيث الشكل:**

يعتمد النص الإعلامي والصحفي سواء كان مقروءا أو مسموعاً أم مرئياً على خمسة عوامل وهي:

- **البساطة:** كلما كان الحرف بسيطاً كلما سهلت قراءته، لذا من الأفضل إستخدام الحروف السهلة وتحاشي الحروف المعقدة والزخرفية التي كثيراً ما تصرف العين عن الإعلان.
- **الحجم:** إن الحروف الصغيرة جداً تتعب القارئ وتبدد همته ولكن الحروف الكبيرة جداً تثيرا نوعاً من الضيق ويبدوا أنه يوجد حجم أمثل لكل جزء من نص الإعلان وعلى سبيل المثال فإن العنوان يجب أن يكتب بحروف كبيرة بعض الشيء لجذب الإنتباه ولكن يجب أن تكون هذه الحروف صغيرة، بحيث يمكن للعين قراءتها بلا جهد وعلى العكس فإن جسم النص يجب أن يجمع، أن يكتب بحروف صغيرة قدر الإمكان لتوفير المكان لكن يجب أن تكون هذه الحروف كبيرة بما فيه الكفاية لتظل سهلة القراءة.

---

[1] محمد معرض وبركات عبد العزيز: **الخبر والتلفزيون**، ط2، دار الكتاب الحديث، مصر، 2000، ص 41.

[2] فوزي غرايبة وآخرون: **البحث التعليمي في العلوم الإجتماعية**، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والإقتصادية، برلين/ألمانيا، 2015، ص 69.

ويمكن القول أن أصغر حجم يمكن إستخدامه لجمع النص الإعلاني أو بمعنى أدق جسم النص هو الحجم الذي تجمع فيه النصوص التحريرية في الصحيفة ببنط "09" فالأحرى أن يقرؤوا نصوص الإعلانات بمجموعة البنط "09" بالسهولة نفسها بشرط أن يثير هذا النص إهتمامهم.[1]

- **القوة:** إذا كانت الحروف أو الكلمات مضمونة ببعضها البعض بشدة صعبت قراءة النص حتى ولو قرب من العين، أما إذا كانت الحروف عالية ومفردة فإن العين تدرك الحرف منعزلاً عن الحرف المجاور له وتصبح قراءة النص عسيرة فالمسافة بين الحروف والكلمات يجب أن تكون معقولة وعلى العموم فإن الحروف المتفرعة جداً تكون ضعيفة التأثير كما أن الحروف العريضة جداً تكون قبيحة لأنها تكون ثقيلة وضخمة أكثر مما يجب. وهكذا نجد التناسق بين إرتفاع الحروف وعرضها يؤثر ذلك في التسلسل الإيقاعي للسطر وإن حجم النص المراد جمعه في فراغ معين هو الذي يحدد الحرف الواجب إستخدامه.

فالنصوص القصيرة تجمع بحروف سميكة كذلك النصوص المعدة للتأثير بسرعة وقوة كالشعارات والجمل الجاذبة للإنتباه، أما بالنسبة للنصوص الطويلة فإن مثل هذه الحروف تتعب العب وتقلل الإهتمام. إذن لا بد من إختيار حروف نحيلة بشرط لا تؤدي المبالغة في هذا التحول إلى إتعاب القارئ وتحبط همته.

- **الإتجاه:** إذ كان الحرف او الكلمة مائلة فإنه يصعب قراءتها فمن الصواب إذاً إستخدام حروف سوية قدر الإمكان ومجموعة في خط أفقي إلا إذا كان المعلن يريد لفت نظر القارئ إلى كلمة معينة في النص أو في غير العنوان ففي هذه الحالة يستطيع الخروج من القاعدة ولكن يجب أن يكون شديد الحذر وإلا جاءت النتيجة بعكس ما يرغب.

أما إذا كان النص طويلاً فالأفضل أن تكون الحروف والكلمات منتظمة وسوية.[2]

- **التناسق:** يُشبه الإعلان البناء إذ أن كل منهما يجب أن يشيد حسب أسلوب واحد فالخلط بين أنواع الأحرف في الإعلان واحد يجب أن يتم بقدر من الحرص، وهناك أنواع من الخطوط تتنافر إذا إجتمعت. وتتمزق بالتالي هنا وحدة البناء التيبوغرافي، وإذا وجدنا أن عنوان أحد الإعلانات يجب أن يجذب إنتباه القارئ وأنه على هذا الإعتبار لا بد من أن يكون أسلوب حروف العنوان الفرعي والنص في

---

[1] بيداء ستار لفته، هالة فضال حسين: **الأثار السلبية للبرامج الفضائية "دراسة تحليلية من وجهة نظر المشاهدين"**، مجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، المجلد 06، العدد 01، 2014، ص ص 38-40.

[2] روبرت هيلاردار: **مرجع سبق ذكره**، ص 335.

هذه الحالة بإيجاد نقطة إنتقال بين العنوان والعنوان الفرعي وحروف النص وينبغي إحترام هذه القاعدة بتصغير بنوط الحروف بالتدريج...

إذا كان الإعلان مجموع بحروف مطبعية فإذا كان عنوان الإعلان مجموع ببنط "24" مثلاً فإن العنوان الفرعي يجب أن يجمع ببنط (18) ومقدمة النص ببنط (16) والنص ببنط (09) حسب البياض المتوفر في المساحة المخصصة للإعلان.

- **وسائل الإبراز من ناحية الشكل:**

يستعمل الكاتب الصحفي الكلمات للدلالة على أهمية محتوى المضمون، لكن المخرج الصحفي وبإيعاز من المحرر يستعمل ما يسمى بوسائل الإبراز للهدف نفسه ووسائل الإبراز تقابل المعايير التي تحدد أهمية الخبر قبل عناصر الصدى والدقة وضخامة التأثير وغير ذلك، وأهم وسائل الإبراز هي:

- **المساحة:** ما يشغله الخبر من مساحة يحدد بطريقة أو بأخرى حجم بروزه.
- **المكان:** إن الخبر ينشر في الصفحة الأولى أكثر بروزاً من خبر ينشر في صفحة داخلية، كذلك فإن الخبر في رأس الصفحة يبرز أكثر من خبر في زاوية مهملة من الصفحة نفسها.
- **الحرف:** إن الحرف الاسود الغامق أكثر بروزاً من الحرف العادي، كذلك فإن حجم الحرف يسهم في إبراز أهمية الموضوع.
- **اللون:** الأحمر يجذب أكثر من الأسود مثلاً.
- **الإطارات:** أي وضع المادة داخل إطار لكي يصبح أكثر بروزاً.
- **الفراغات:** كان تنشر المادة على ثلاثة أرباع العمود ويترك الربع الباقي في مساحة خالية تفصل المادة عن سواها.
- **الأرضيات:** كأن تستخدم ما يسمى بالشبك وهي أرضية سواء غامضة أو فاتحة، يظهر عليها حرف أبيض وأحياناً أسود لكن كثافة الحرف تكون دون كثافة الأرضية التي تكون أقرب إلى اللون الرمادي وقد تكون الارضية سواء غامقة أو بيضاء بالكامل على ان يكون لون الحرف هو اللون المعاكس والإبراز المادة المكتوبة بوسائل أخرى تمكن مراجعاتها في المراجع المختصة بإخراج الكتب والمطبوعات.[1]

[1] هالة إسماعيل بغدادي: **دور التلفيزيون المصري في التبادل الإخباري العربي**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة/مصر، 11994، ص 65.

ب- من حيث المضمون:

اللغة العربية جعلت الصحفيين أرضاً ذلولاً إذا مشوا في مناكبها وتملكوا من اساليبها في التقرير البلاغة صوغ كل الأجناس الصحفية مستعينين بقواعد اللغة العربية بكتابة الموضوع بطريقة صل إلى قلوب الناس، وتكون جميلة ومتناسقة وإتباع الصحفيون كل الاجناس الصحفية وفق الخصائص والأسلوب والطرق الفنية لكل جنس منها، ويقول الكاتب "إدوين واكيت": "الإتصال المدون المكتوب يختلف عن الإتصال الشفوي إختلافاً كبيراً، لأن الكتابة تجري وفقاً لأساليب منتظمة حسنة الترتيب، فهناك فقعل وفاعل ومفعول به وهناك عبارة ثم فقرة ثم فصل، أي أن الأمر يسير بترتيب منطقي نظامي منسق تماماً كما يسير القطار على قضبان لا يحيد عنها لفة الخبر والأسئلة الستة المهمة التي يجب تحقيقها.[1]

❖ **لغة الخبر:** يعرف الخبر على أنه: "كل ما يحدث وكل ما يحتوي عليه من كل الأحداث وكل ما ينجم عنها.[2]

وهناك تعريف آخر يقول: "إن الخبر الصحفي هو كل خبر يرى رئيس التحرير أو رئيس قسم الأخبار في جريدة من الجرائد أنه جدير بأن يجمع ويطبع وينسر على الناس لحكمة أساسية هي أن الخبر في مضمونه يهم أكبر جمع من الناس يرون في مادته إما فائدة ذاتية أو توجيهاً هاماً الآداء عمل أساسي أو تكليف بواجب معين إلى آخر ما يراه الناس واجباً يحتم على الصحافة كأداة من أدوات الإعلام تؤديه. ومن هنا نستطيع أن نفرق بين الأخبار العادية التي تتداولها بعض الألسنة والأخبار الصدفية التي تتداولها كل الألسنة.[3]

إن كتابة الخبر أو تحريره مرحلة هامة جداً في حياة الخبر؛ فهي التي تقوده مباشرة إلى خطوط النشر وكلما جاءت هذه الخطوة متفقة كلما إزدادت فرص نشر الخبر أي أن يكون قادراً على التعبير عن الواقعة أو حدث بأقل الكلمات وفي نفس الوقت دون أن يهمل أي عنصر من عناصر الخبر وكلما أتقن

---

[1] خير الدين مسعود وآخرون: "**المعالجة الإعلامية لقضايا الإرهاب في قناة النهار**" **دراسة تحليلية وصفية**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال، تخصص سمعي بصري، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015-2016، ص ص 41-42.

[2] عبد اللطيف حمزة: **المدخل في فن التحرير الصحفي**، ط4، دار الفكر العربي، مصر، د/س، ص 62.

[3] عبد العزيز شرف: **الأساليب الفنية في تحرير الصحفي**، ط1، دار البقاء، القاهرة، 2001، ص ص 86-87.

المندوب الصحفي ذلك كانت أخباره سهلة المراجعة فالكثير من الأخبار قد يتأخر نشرها بسبب ضعف الإمكانيات.

❖ **الأسس التي يجب مراعاتها عند تحرير الأخبار التلفزيونية:**

هناك عدة أسس يجب مراعاتها عند تحرير أخبار التلفزيون من أهمها:

أولاً: ضرورة إتفاق النص الذي تسمعه مع مضمون والمحتوى المادة الإخبارية للصورة التي نشاهدها فحينما يتفق مضمون النص مع مضمون المادة المصورة تزداد نسبة فهم وإستيعاب المشاهدين لهذه المادة الإخبارية وذلك أن الفرد حينما يشاهد مادة إخبارية مصورة لا يتفق مضمونها مع التعليق المصاحب لها فلا بد أن يجهد نفسه حتى يظل منتبهاً لما يقال ويعرض في أن واحد وتختلف هذه القدرة من فرد لآخر، وإذا ابتعد المضمون النص المصاحب لصورة كثيراً فربما لن يفهم المشاهد شيئاً لأنه لا يستطيع أن يركز إنتباهه لفهم النص والمادة المصورة في آن واحد ويبقى مشتتاً.

ثانياً: يجب أن تكون القصة الخبرية بسيطة ذات وحدة درامية لا ينتابها أي لبس أو غموض وأن تكون سلسلة واضحة، والوضوح أهم ملامح أسلوبها وهو المطلب الأساسي في تحريرها.

كما يجب أن يراعي المحرر فيها الوحدة الدراسية فيقدم الوقائع في صورة روائية شيقة منذ بدايتها حتى نهايتها ويروي ما حدث وكأنه يقع في الوقت الحاضر مما يضفي عليها حيوية وشفافية كما تتطلب الوحدة الدراسية لتوضيح جميع عناصر القصة الإخبارية من الدورة إلى الأسباب ثم الاثار مع ضرورة الإلتزام بالإيجاز بسبب ضيق الوقت الذي يتطلب أن يكون الإيجاز عنصراً أكثر أهمية.

ويجب ان تكون الجمل ومكونات النص واضحة قصيرة وأن تكون مباشرة وذلك لآن قدرة إستيعاب المعلومات عن السمع والرؤية محدودة. وعلى محرر الأخبار أن يختار الكلمات التي تناسب المشاهدين بوجه عام، فالكلمات الأكثر شيوعاً تستخدم بدلاً عن الكلمات النادرة الإستعمال وتفضيل الكلمات الخالية من الإزدواج المعنى أو ضرورة توخي الحقيقة في الكتابة، وغرض الأخبار هو الإلتزام بالصدق الذي يكره المشاهدين البعد عنه ويجب الوصول إلى الأهداف مباشرة وذلك بحذف الكلمات التي يعتبر وجودها لعدمه مع الإلتزام بالواقعية في رواية الأخبار.[1]

[1] محمد معوض: **الخبر ووسائل الإعلام**، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1991، ص ص 123-124.

❖ **أثناء صياغة الخبر يجب الإلتزام بالقواعد التالية:**

- البعد عن إستخدام الألفاظ الغربية أو اللاتنية أو التراكيب اللغوية الصعبة التي يصعب فهمها.
- الحرص على ذكر المصدر في الخبر، حيث لا يوجد خبر دون أن يكون له مصدر سواء كان هذا المصدر شخص أو هيئة أو وزارة أو حتى وسيلة إعلامية أخرى أو وكالات أنباء، أما الأخبار المجهلة غير معروفة المصدر فهي لا تمثل المصداقية الكاملة عند القراء.
- إستخدام الفعل المصارع عند الصياغة، حيث أن الفعل المضارع من شأنه أن يصف طابع الحالية عند الخبر المنشور.
- مراعات الدقة في صياغة الفقرات دون تكرار الألفاظ والكلمات أكثر من مرة في الفقرة الواحدة وعدم تفعيل المفهوم ضمنياً من الخبر.
- الميل إلى عدم التطويل في الجمل وإبراز المعاني بأقل عدد من الكلمات ولا داعي للمترادفات.
- تجنب إستخدام المبني للمجهول حيث يتعقد المعنى بدلاً من سهولة.
- إذا تضمن الخبر أرقاماً فإن الرقم من (1-10) يكتب بالنسخ إثنان، ثلاثة...وهكذا، أما بعد ذلك يمكن أن تكتب الأرقام حسابياً (11-12-15-18-22).
- عدم الإفراط في الوصف وأن يترك المحرر الصحفي للقارئ تكوين إنطباعاته دون إستمالته للإتجاه معين. وعدم إطلاق الألفاظ بصفة مطلقة.[1]

❖ **وظائف الحديث الصحفي:**

- وظيفة الإعلام.
- وظيفة الشرح والتفسير.
- التوجيه والإرشاد.
- التثقيف والتعليم.
- تنمية المجتمع.
- التسلية والإمتاع.
- تحقيق.[2]

---

[1] إسماعيل إبراهيم: **فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق**، ط1، دار الفجر، القاهرة/مصر، 1998، ص 42.

[2] محمد عبد البديع السيد: **فن التحرير الصحفي في عصر المعلومات**، ط1، نشر شخصي للمؤلف، د/م/ ن، د/س/ن)، ص ص 43- 44.

3.1 ضوابط المعالجة الإعلامية:

- **الوضوح:** كثيراً ما تكون النصوص المقتبسة لعلماء أو متخصصين في مجالات معينة بحيث لا يفهم هذه اللغة أحد سواهم فقد يكون التصريح أو النص حول فوائد جديدة للنتروجين أو حول دواء جديد أو سلاح جديد، وربما تضمنت الأحاديث المقتبسة عبارات غير متداولة تحتاج إلى تبسيط لتكون في متناول فهم القراء العاديين حينئذ ثمة ضرورة لمراعات الحرص والحذر أو الأفضل إذا أمن اللبس وتوافر الوضوح والإيجاز أن نلجأ إلى التنصيص ولكن يحذر من إعادة الصياغة التي قد تنال من معنى أعلام المتحدث أو متى لا تبرز بوضوح مقصده أو وجهة كلامه.
- **تجنب العامية:** وقد ذكرنا أنفاً أن لغة الأخبار بالعامية هي لغة رسمية إذ ليس من المقبول أن تتداول وسائل الإعلام المطبوعة خطبة لمسؤول ما حتى ولوكان في أعلى المستويات كما إذا كانت بالعامية إلا في أحوال نادرة والأسباب مبررة الأن، هذا قد ينطوي على تحييز ضد هذا المسؤول فربما أصبح النشر بالعامية هنا أداة لسخرية وليس لتحقيق الغزو الدقيق.
- **تصحيح النص:** كما ذكرنا أنفا فإن نشر كلام الناس كما هو قد يكون أحياناً على إساءة غير مباشرة إليهم وخاصة حين يكون هذا الكلام غير مطابق لقواعد، وهنا ليس أمام المحرر سوى أحد الحلين إما أن يلجأ إلى الإقتباس الغير المباشر وفي هذه الحالة فإنه من القبول أن تصحح اللغة وأن تصبح أقوال المتحدث في جمل سليمة والحجة هنا أن أحد يتكلم بإنتظام لغة سليمة مائة بالمائة وإما أن نتخلص من هذا الحرج إن كان ثمة حرج فلا نلجأ إلى علامات التنصيص أي تقديم النص كأنه من لغة الجريدة لا لغة صاحبه ولكن في كل الأحوال فإنه لا يجوز لنا تصحيح النص المكتوب الذي لم ينقل.[1]

[1] أنظر: نبذة عن نشأة قناة الشروق تي في، متاح على الرابط التالي، www.wikiwand.com ، تم الإطلاع يوم: 22 أفريل 2021، على 18:30 سا.

2. البرامج التلفزيونية.

1.2 خصوصية التلفزيون كوعاء للقنوات التلفزيونية الفضائية.

قبل التعرض إلى ظهور وتطور البث الفضائي العربي ومن أجل وضوح الأفكار وتسلسلها ينبغي أولا التعرف على ظهور التلفزيون في الوطن العربي ولو على عجالة كونه الحاضنة أو الوعاء الذي تصب فيه القنوات التلفزيونية الفضائية، فمنذ ظهور التلفزيون في أواخر العشرينيات وبداية الثلاثينيات كوسيلة إعلامية جديدة تشارك وسائل الإعلام الأخرى في خصائصها الفريدة فهو شبيه بالسينما في نقل الصور المتحركة وشبيه بالمسرح في نقل الدراما وشبيه بالراديو في النقل الفوري للأحداث، يبث إلى جانب الأحاديث الضوضاء والموسيقى والتموجات الصوتية ما جعل له خصوصية تكنولوجية تجمع بين النص، الصوت والصورة المتحركة حركة الجسم والتغيرات التي تنعكس على الوجوه.[1] يقدمها صغيرة وكبيرة الحجم جميعها في آن و التي لها فعل تأثيري إضافي و هذه الخصائص هي منطلق وأساس الواقعية والإقناع، التصديق والثقة في شاشته الصغيرة.[2]

تطور التلفزيون في المجتمعات الإنسانية ولاق رواجا كبيرا بين المتلقين واستحوذ على اهتمام مختلف الفئات الإجتماعية خاصة لدى فئة الأطفال نظرا لإمتلاكه المقدرة على تلبية احتياجات ورغبات كل فئة من فئات الجمهور من خلال تقديم المواد والمضامين الإعلامية المختلفة، فهو يقدم الفرجة كما هو معروف خصوصا بعدما تلو نت شاشته الصغيرة بألوان قوس قزح منتصف الستينيات،[3] كما تميز بمضمون وشكل مناسبين لخصوصيته التكنولوجية من خلال رسم خطة الفرد وشخصيته الخاصة من خلال أسلوب العرض، اللغة، وكذا طريقته في تناول ومعالجة الأحداث على غرار الآنية والسرعة في الإتصال بالجمهور مختصرا عنصر الزمن في تقديمه للمعلومات مخاطبا بذلك حاستي السمع والرؤية لدى المتلقي واللتان تعدان أهم الحواس استخداما في اكتساب المعلومات وتخزينها هذا من جهة، ومن جهة

---

[1] حسين سعد: **براديغمات البحوث الإعلامية –الإبستمولوجيا–الإشكاليات–الأطروحات–**، ط1، دار المنهل اللبناني، لبنان،2017، ص100.

[2] حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد: **نظريات الإعلام**، مركز بحوث الرأي العام، مصر، 2007، ص 140.

[3] نورة نايلي: **البرامج الترفيهية في قناة الجزائرية ووظائفها اتجاه المراهقين الجزائريين– دراسة تحليلية وميدانية–**، رسالة ماجستير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة باتنة 1، 2013/2014، ص59.

أخرى مظاهر التطور التي يشهدها التلفزيون حيث تطورت خدمات البث التلفزيوني من تلفزيون البث الأرضي (تلفزيون البث الهوائي) إلى تلفزيون الكابل(التلفزيون السلكي) ثم التلفزيون الفضائي (تلفزيون الأقمار الصناعية) والذي يطلق عليه أحيانا القنوات الفضائية، كما أدت مظاهر التطور إلى ظهور التلفزيون الرقمي الأكثر كفاءة كجيل ثالث في مراحل التطور بعد التلفزيون الأسود والبيض ثم التلفزيون الملون،[1] ودخلت على صناعة التلفزيون تغيرات تكنولوجية سريعة في النوعية أدت إلى ظهور التلفزيون عالي التحديد والوضوح وإلى تغييرات على مستوى الصوت وفي الشكل الخارجي ليظهر بشكل مستطيل ويقترب من شاشة الفن السابع.

وعندما بدأت العديد من الشركات الإبتكارية في تطبيق تكنولوجيا حوسبة الإتصالات المتقدمة في صناعته بحيث تجعل منه وسيطا تفاعليا ثنائي الإتجاه **Tow – ways** عملت بعض القنوات في التحول إلى التلفزيون التفاعلي * الذي يقوم على الربط بين الحاسوب والتلفزيون وأجهزة أخرى موجودة على مستوى محطة الإرسال، ولن نبالغ إذا قلنا أن هذه التطورات أدخلت التلفزيون عصرا جديدا وبإمكانيات غير محدودة حتى أن المتلقي أو المشاهد أصبح أحيانا غير قادر على التمييز بين ما هو من نسج الخيال و بين ما هو حقيقة من الواقع.[2]

2.2 مفهوم البرامج التلفزيونية:

هو رسالة مكونة من مجموعة مشاهد مصورة، يصاحبها صوت من مرسل عبر قناة إلى المستقبل، تريد تحقيق أهداف محددة عبر معلومات عقلية ووجدانية تناسب ميول ورغبات المستقبل وقدراته العلمية، ترسل بأساليب وطرق تبث في نفسه الترويح والإمتاع.[3]

---

[1] Paul Dambacher: **Digital Terrestrial Television Broadcasting**, Design System and Operation, 1 ST edition ,Springer Verlag Berlin Heidelberg Germany, 1998, p189

* للمزيد من الملعومات حول: **التلفزيون التفاعلي ومكوناته، كيفية عمله وخدماته...** أنظر دراسة فضيلة تومي التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري البرامج الموضوعاتية نموذجا.

[2] سماح حسين القاضي: **تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية**، ط1، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص ص17-18.

[3] فاروق ناجي محمود: **البرنامج التلفزيوني "كتابته ومقومات نجاحه"**، د/ط، دار الفجر للطباعة والنشر، العراق، ص ص 21-22.

وعرف "**محمد منير حجاب**" البرنامج التلفزيوني على أنه: "عبارة عن فكرة تجسد وتعالج بإستخدام وسيلة تلفزيون كما يعتمد على الصورة المرئية بصورة أساسية سواء أكانت مباشرة أو مسجلة بتكوين وتشكيل بنقد قالباً واضحاً ليعالج فيها جوانب هذه الفكرة خلال مدة محددة من الزمن".[1]

2.3 مكونات البرامج التلفزيونية:

من خلال مفهوم البرنامج التليفزيوني، نرى أن البرنامج يحتوي على معلومات، أي موضوع يجب أن ينتقل من المرسل إلى المستقبل، وهذا الموضوع هوما نصطلح عليه بالمحتوى ويجب أن يتضمن أهدافاً يريد المرسل تحقيقها في المستقبل، وهو ما نصطلح عليه بالأهداف، كما أن عملية نقل الموضوع تحتاج إلى أساليب محددة نصطلح عليها بالطريقة، وكذلك أن الموضوع والطريقة بغرض تحقيقها للأهداف يجب أن تكون مبنية لتلائم ميول ورغبات المستقبل وقدراته العلمية، ونصطلح على ذلك بطبيعة المستقبل إذا أن مكونات البرنامج التلفزيوني هي:

- ⇦ طبيعة المستقبل.
- ⇦ المحتوى.
- ⇦ الأهداف.
- ⇦ الطريقة.[2]

3.4 أنواع البرامج التلفزيونية:

هناك العديد من التقسيمات لأنواع البرامج التلفزيونية وهي كالتالي:

- ❖ **البرامج الحوارية:** وهي البرامج التي يستضيف فيها المذيع ضيف معه فير البرنامج ويحاوره، وتصنف البرامج الحوارية:
  - ⌙ **حوار فردي:** مع شخص واحد.
  - ⌙ **حوار المذيع مع نفسه:** وهو أن يكون المذيع هو الضيف، أي يكون المذيع عنده خبة ومعلومات في المجال الذي يقدمه في برنامجه.[3]

---

[1] محمد منير حجاب: **الموسوعة الإعلامية**، المجلد الثالث، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص 489.

[2] سعودى عبد الكريم: **دور البرامج التلفيزيونية في الدعاية للأدلة وتأثريها على سلوك المشتري الشباب**، مجلة البشائر الإقتصادية، المجلد 05، العدد 02، جامعة طاهري محمد بشار، 2019، ص 120.

[3] حسن علي محمد: **فنون الكتابة والحديث للراديو والتلفزيون**، ط1، دار البيان للطباعة والنشر، مصر، 200، ص 80.

أيضاً هذا النوع من البرامج ترتكز على المادة الكلامية من احاديث وحوارا ومناقشات وتنوع موضوعات وتباين بشدة بين موضوعات سياسية أو إقتصادية أو ثقافية أو إنسانية، ومن أشكال هذه البرامج ما يلي:

- الحديث المباشر.
- المناقشات والندوات والبرامج التي تتخذ شكل المائدة المستديرة.
- البرامج الجماهيرية والإجتماعية.[1]

❖ **البرامج المباشرة:** هي نوعية من البرامج التي تخاطب الجمهور بشكل مباشر مثل البرامج الدينية البرامج التحليلية الإقتصادية أو الإجتماعية كالبرامج الطبية، وتعتمد تلك النوعية من البرامج على شخص واحد فقط، ويكون خبير في مجاله، ويتحدث عن موضوع معين، وهو بذلك يعتبر خبيراً وليس مذيعاً لأنه لا يقوم بمحاورة أحد.

❖ **البرامج الإخبارية:** هي البرامج التي تعرض فيه الأخبار بصورة نمطية عرضية، حيث يتم وضع الاخبار أمامه، يقرأ ما إما أمام الشاشة أو في الإذاعة ويكون فيها نمط الصوت والهيئة شديدين.

وهي أيضاً نوعية من البرامج عندها الأساس هو الإعلام أو الأخبار الذي يتمثل في تزويد الجماهير بالمعلومات والآراء التي لم يعرفوها من قبل أو التي تحظى بإهتماماتهم أو إهتمامات جمهور كبير منهم، لذا فإن مهمتها الأساسية هو إحاطة الجمهور، بكل ما هو جديد بطريقة فورية ودقيقة ومن أشكال البرامج الإخبارية ما يلي:

- موج الأخبار.
- النشرات الإخبارية.
- التحليلات الإخبارية.
- التعليق الإخباري.
- التقرير الإخباري.
- البرامج الإخبارية الخاصة.

[1] مونيا عفان: **أساليب الحوار التلفزيوني في القنوات الفضائية العربية**، رسالة ماجستير منشورة في علوم الإعلام والإتصال، جامعة قسنطينة، 2012/2011، ص 48.

- البرامج التسجيلية الإخبارية والمجلات والجرائد الإخبارية.[1]

❖ **برامج المسابقات:** هي التي تعرض فيه الأخبار بصورة نمطية عرضية خيار أمامه، ويقرأها إما أمام الشاشة أو في الإذاعة.

❖ **برامج الأطفال:** وهي البرامج الي تخص الطفل من مناقشة ودراسة، لأن الأطفال هم أكثر فئات الجمهور حساسية ويتعين أن يهتم إخضاع كافة البرامج الموجهة لهم للبحث والدراسة قبل بثها.

❖ **البرامج الوثائقية:** هي برامج تعرض معلومات ودراسات جديدة حول الطبيعة أو التاريخ وغيرها من العلوم وتتعامل هذه البرامج مع الاخبار والمعلومات والأراء حيث تعطي الأحداث والأفكار الجارية أو التاريخية ويمكن أن تتضمن حتى القضايا المطلقة غير المحددة بزمن معين.[2]

❖ **البرامج الإجتماعية:** هي نوع من البرامج التي تتحدث عن الأمور الإجتماعية والمشكلات الإجتماعية ومتسجل معظم الباحثين والخبراء في ميدان الإعلام والإتصال أن للتلفزيون مساهمة في معالجة كثير من القضايا الإجتماعية، وأنه كان خاضعاً لردود فعل بعض المشاهدين إتجاه الكثير من القضايا والمشاكل الإجتماعية.

❖ **البرامج الرياضة:** هي البرامج التي تقوم على أسس رياضية من تفسيرات أخبار والعادات ومتابعة آخر الأخبار والمستجدات الرياضية، والأول الخارجي للمبادرات الرياضية.

هي ايضاً الرامج التي تتكلم عن التحليلات الرياضية أو إستضافة لاعبين ومحكمين، وتركز تلك البرامج على تلخيص وتحليل نتائج الألعاب الرياضة وعلى الأخبار المرتبطة بالرياضة ككل، وتكون بعضها في نشرات الأخبار، كفقرة رسمية وقد تعرض برنامج خاص بها ويمكن أن يحتوي البرنامج الرياضي على مقابلات مسجلة أو حية مع شخصيات الرياضية.[3]

---

[1] هالة اسماعيل بغدادي: **دور التلفزيون المصري في التبادل الإخباري العربي**، رسالة ماجستير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة/مصر، 1994، ص 65.

[2] أيمن عبد الحليم نصار: **إعداد البرامج الوثائقية**، د/ط، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 44.

[3] حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار: **الإذاعة في القرن الحادي والعشرين**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2008، ص ص 100-101.

❖ **البرامج الإقتصادية:** هي البرامج التي تتكلم عن أسعار العملات وأسهم البورصة والتحليلات الإقتصادية.

❖ **البرامج الكوميدية:** هي البرامج التي تختص بمواضيع الإستراحة والمواقف المسجلة، والمعلنة والتي في نهاية تعدد الكوميديا.

❖ **البرامج الفنية:** هي البرامج التي تقوم على أسس فنية من نشرات أخبار ولقاءات ومتابعة أخر الأخبار والمستجدات الفنية.

❖ **البرامج التثقيفية:** وهي البرامج التوعوية والإرشاد التثقيفين.[1]

❖ **البرامج الدينية:** هي البرامج التي تختص بالمواضيع الدينية وتقوم على أسس دينية وتهدف إلى توعية والثقافة الدينية.

❖ **البرامج الثقافية:** وهي البرامج والأفلام الوثائقية التي تبحث عن حقائق وتخلو من البناء القصصي الروائي.

أيضاً من البرامج التي تشمل على القانون والشعر والآداب العربية المختلفة والفنون المسرحية...وغيرها.

❖ **البرامج الموسيقية:** هي البرامج التي تعتمد على العرض والموسيقى بشتى أنواعها.[2]

5.2 معايير وأسس البرامج التلفزيونية:

إن عملية تصنيف البرامج التلفزيوينة تقوم على عدة معايير وأسس على النحو التالي:

❖ الوظيفة أو الهدف: الإعلام، الترفيه، التثقيف، التعليم، الإعلان...إلخ.

❖ المحتوى والمضمون: ديني، سياسي، إقتصادي، ثقافي، رياضي، فني، علمي...إلخ.

❖ الجمهور: عامة المجتمع، الأطفال، النساء، الشباب، نخبة متخصصة...

❖ دورية البث: يومي، أسبوعي، شهري، نصف شهري...

❖ وقت البث: برامج الصباح، برامج الظهيرة، برامج المساء، برامج السهرة...

❖ اللغة: لغة عربية، فصحى، لهجة عامية، لغات أجنبية...

---

[1] روبرت هيليرايد: **الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة**، (ترجمة: مؤيد حسين فوزي)، ط1، دار الكتاب الجامعي، لبنان، 2014، ص 335.

[2] كارولين يانا لويس: **التغطية الإخبارية للتلفزيون**، (ترجمة: محمد شكري العدوى)، ط1، المكتبة الأكاديمية للنشر والتوزيع، مصر، 1993، ص 184.

❖ الشكل أو القالب الفني: حديث، حوار، تحقيق، مجلة...إلخ.[1]

3. البرامج الإجتماعية التلفزيونية:

1.3 مفهوم البرامج الإجتماعية:

يعد هذا النوع من البرامج الإجتماعية الاكثر تعدداً إذ يشمل إضافة إلى البرامج الأسرة والبرامج التي تعالج المشاكل الإجتماعية، البرامج الفئوية الموجهة للشباب والأطفال والمرأة...وغيرها من البرامج المتعلقة بالأسرة كالبرامج الصحيحة.

إن مضمون البرامج الإجتماعية يعتمد على الموضوع والفئة الموجهة لها فالبرامج الموجهة للأطفال سيختلف في مضمونه وفقراته على ذلك الذي تعده للشباب من حيث المفردات المستخدمة في الصياغة وعبارات المخاطبة وتوعية المادة التي يتضمنها البرنامج لكن البرامج الإجتماعية بمجملها تتصف بقربها من الجمهور المستهدف وتتناول المواضيع القريبة من الناس بما يتعلق بأمورهم الحياتية اليومية ومشاكلهم وطموحاتهم واقعهم واجتهاداتهم. ويقوم البرنامج الإجتماعيي في الغالب على مبدأ المشاركة الجماهيرية في إنتاجه من خلال المقابلات الميدانية التي يقوم بها مقدم برنامج ما. وبقدر ما يعمل المعد على التخصيص فقرات من النجاح ذلك لأن مضمون البرنامج الإجتماعي يكون محوره الأساس الجمهور نفسه بواقعه ومشاكله وآرائه ووجهات نظره.[2]

2.3 كيفية إعداد البرامج الإجتماعية:

إن الإعداد لهذا النوع من البرامج يتطلب العمل على خلق العلاقات الإجتماعية مع الناس عامة ومع المهتمين بالدراسات الإنسانية والإجتماعية خاصة، كالأطباء النفسانيين وممثلي المؤسسات والمنظمات الإجتماعية ويحتاج الإعداد إلى تنسيق وترتيب بين فقرات البرنامج وهو يتطلب التنسيق الإنتاج كل فقرة من الفقرات:

❖ إعداد فكرة البرنامج: تتمثل في كونه برنامجاً إجتماعيا يعالج قضايا تهم المجتمع.

---

[1] فهد عبد الرحمان الشهيمري: **التربية الإعلامية "كيف تتعامل مع الإعلام"**، مكتبة فهد الوطنية، الرياض، 2010، ص 221.

[2] محمد حسن الجعفري: **إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية**، ط1، دار صناع الإبداع، القاهرة، 2015، ص ص 13-19.

- ❖ المحاور العامة للبرنامج وتكون حسب نوعية البرنامج الإجتماعي.
- ❖ تحديد مواضيع القضايا والزوايا السابقة.
- ❖ تحديد الفترة الزمنية لكل زاوية من زوايا البرنامج: وهذا حسب المدة الزمنية المخصصة للبرنامج ككل.
- ❖ جمع المعلومات: هنا يأتي دور معد البرنامج والمتسقين معه كفريق الإعداد.
- ❖ التنسيق: يكون بين المعد والشخص المستضاف إليه تسجيل البرنامج أو إذا كان على الهوا مباشرة حسب نوعية البرنامج، وكذلك على البعد أو يتسق مع المخرج والمكتبة الموسيقية لتزويده بالعدة الموسيقية ، وعليه أن ينسق مع مسؤول لتحديد موعد التسجيل كل فقرة.
- ❖ ترتيب فقرات البرنامج.
- ❖ الصياغة.

3.3 خصائص وسمات البرامج الإجتماعية:

تعتبر البرامج الإجتماعية شكلاً من اشكال البرامج الحديثة في العالم العربي وبها العديد من الخصائص والسمات التي تميزها عن غيرها من البرامج وتتبلور في:

- الحالة.
- الإثارة.
- إرتفاع نسبة المشاهدة.
- تنوع الجمهور المستهدف.
- التفاعل مع المشاهد.
- المصداقية وحرية التعبير.[1]

[1] الزهراء ذكار، حليمة ذكار: **أثر البرامج الإجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة على سلوك المراهقين الجزائريين "دراسة على عينة من المراهقين المتمدرسين المشاهدين لبرنامج ما راء الجدران في قناة النهار في مدينة ورقلة"**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص تكنولوجيا الإتصال الجديدة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2018، ص 25.

الفصل الثالث: عرض وتحليل بيانات وتفسير بيانات الدراسة التحليلية لحلقات البرنامج الإجتماعية قمرة "1" على قناة MBC1

تمهيد.

أولاً: عرض البيانات الأولية لبرنامج قمرة "1".

ثانياً: عرض وتحليل وتفسير بيانات عينة الدراسة التحليلية من حيث فئات الشكل والمضمون.

ثالثاً: عرض وتحليل وتفسير بيانات عينة الدراسة التحليلية منن حيث فئات المضمون.

رابعاً: النتائج العامة في ضوء تساؤلات الدراسة.

خامساً: النتائج العامة في ضوء الدراسة.

التوصيات.

الفصل الثالث: عرض وتحليل بيانات وتفسير بيانات الدراسة التحليلية لحلقات البرنامج الإجتماعية قمرة "1" على قناة MBC1

تمهيد:

إن تبويب وتنظيم وتصنيف وعرض البيانات والمعلومات التي يتم جمعها لتحقيق عرض البحث بالأداة العلمية الملائمة "إستمارة تحليل المحتوى" في عملية تحليل شكل ومضمون حلقات برنامج "قمرة1" بشكل منظم في جداول إحصائية من خلال تكرارات ظهور كل فئة من فئات الشكل والمضمون لمضامين محل الدراسة والتحليل بما يجعلها قابلة للفهم والإستيعاب التحليل والتفسير، تعد مرحلة مهمة وضرورية من خطوات البحث العلمي كون الباحث يقوم بتحليل والمعالجة الإحصائية لكل ما تم جمعه في المراحل السابقة لتكن من خلالها الوصول إلى تتبع النتائج وليتحقق من صحة الفرضيات التي طرحت في بداية وبالتالي الإجابة عن الإشكالية الدراسة وتساؤلتها ووضع التوصيات. فالهدف الأساسي من تنظيم وعرض هذه البيانات في جداول خاصة هو تسهيل إستعمالها وتحليلها وأيضاً تدقيقها وذلك بإستخدام طرق، كيفيات وتقنيات مختلفة يتم الإنتقاء بينها بما يناسب مع طبيعة الدراسة ويعمل على تحقيق أهدافها.[1] وهذا ما سنتناوله في هذا الفصل من عرض وتحليل كمي وكيفي للبيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة وتفسيرها في ضوء المقاربات النظرية المعتمدة في الدراسة، والنتائج التي توصلت إليها الدراسة التحليلية لمواضيع القضايا الإجتماعية التي تمت معالجتها ببرنامج "قمرة 1" إستناد الإستمارة تحليل المحتوى المعدة الإجابة عن التساؤلات المطروحة وفق ثلاثة محاور أو عناصر، وفق عينة مكونة من ""د1" حلقة من برنامج "قمرة1" لسنة 2017 والتي تناولت عددا من قضايا الإجتماعية التي يعيشها الفرد في المجتمعات العربية، وقد تناول هذا الفصل العناصر الآتي ذكرها:

أولاً: عرض وتحليل البيانات والمعلومات الأولية عن برنامج "قمرة1".

ثانيا: عرض النتائج الخاصة بالتحليل خصوصية فئات الشكل لمادة الإتصال للبرنامج "قمرة1" مع تحليل وتفسير الأبعاد المتحصل عليها ووضعها في سياقات مناسبة.

ثالثاً: عرض نتائج الخاصة بتحليل خصوصية فئات المضمون لمادة الإتصال للبرنامج "قمرة1"".

رابعاً: النتائج العامة في ضوء التساؤلات الدراسة.

خامساً: النتائج العامة في ضوء الدراسة.

---

[1] رلابحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: **اساليب البحث العلمي "الاسس النظرية والتطبيق العلمي"**، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 285.

أولا: عرض البيانات الأولية عن البرنامج الإجتماعي "قمرة1":

يتناول هذا العنصر عرض مجموعة من البيانات والمعلومات الأولية عن البرنامج الإجتماعي قمرة وهي موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (01): يوضح بيانات ومعلومات أولية عن البرنامج الإجتماعي "قمرة1":

شعار البرنامج	عبّر بإحسان Express with Excellence | قمرة Qomrah الجزء الأول
مقدم البرنامج	الإعلامي السعودي "**أحمد الشقيري**" صحاب الفكرة، مقدم البرنامج والمشرف العام.
روابط شركة الإنتاج أرام تي في	https:bit.y/ARAMTV أرام تي في Aram Tv https://twiter.com/aramshows https://www.imaggram.com/aramshows https://www.Facebook.com/aram.production
جهة الإنتاج	aRam أرام الإحسان
جهة البث	إم بي سي 1 mbc

❖ **جهة إنتاج البرنامج الإجتماعي قمرة "1":**

كل حلقات البرنامج التفاعلي "قمرة1"" والبالغ عددها 30 حلقة أنتجتها شركة "**أرام للإنتاج**" **Aram Production** السعودية (سابقا أرام الإحسان القابضة المحدودة) ويطلق عليها منارة التحسين المستمر التي تأسست عام 2011، مقرها مدينة جدة وهي شركة غير ربحية تسعى إلى تقديم وإدارة البرامج والأنشطة الإعلامية المختلفة وتنشط ضمن إطار تعزيز المحتوى العربي و إثراء الفكر العربي وخدمة المجتمع من النواحي الثقافية والإجتماعية والإرتقاء بالوعي الجماعي في خطوة لتعزيز الحضور العالمي للبرامج الإجتماعية الهادفة بالعمل على تعزيز وتطوير محتوى عربي هادف وجذاب يمكن أن يسرع بإيجابية التغيير الإجتماعي باستخدام كافة المنصات ووسائل الإعلام المتاحة، يشرف عليها العالمي "**أحمد مازن الشقيري**" والتي أنتجت الكثير المحتوى الإعلامي التلفزيوني والمواد الإعلامية التعليمية الهادفة والتوعوية نذكر منها برنامج (خواطر، برنامج قمرة، برنامج سين، دكتور كاش، توب 5...إلخ)، وتتلخص رؤية الشركة في إثراء الإعلام الهادف والتعبير باحسان والقيم بمشاريع ترتقي بالأداء الفكري والمهني للإنسان، و تعمل الشركة بالموازاة على تطوير الإنتاج الإعلامي العالمي في بيئة مبتكرة للإنتاج برامج ثرية ومثيرة للتفكير بطريقة جديدة وغير تقليدية من خلال تسخير خبراتها وإمكانياتها.[1]

وتجدر الإشارة إلى أن الإنتاج التلفزيوني عالميا لم يعد يعتمد على مساهمة وحيدة لمنتج واحد يتعهد بالتمويل والإعداد والتوزيع مثلما هو الشأن عادة في معظم الدول العربية وأصبح الإتجاه الحديث في الإنتاج التلفزيوني باختالفه وتنوعه يعتمد على الإنتاج المشترك بين مجموعة من المؤسسات والشركات الإنتاجية سواء في الدولة الواحدة أو من عدة دول عربية، حيث أصبحنا نشاهد الشراكة في الإنتاج في بعض أعمال التلفزيون على المستوى العربي والتي تتجسد خاصة في بعض الأعمال التمثيلية والدرامية وذلك وفق مجموعة من المعايير والأسباب، و هو ما ذهب إليه البرنامج محل التحليل، فقد شارك شركة "**أرام الإنتاج**" إنتاج برنامج قمرة شركة "**تام Tam**" والتي أستعين بها لتطوير وتنفيذ مسابقة البرنامج التفاعلي قمرة، وهي شركة أنشأت لتساهم في تأهيل وتطوير المبادرات المنظمات

[1] **موقع شركة أرام الإنتاج**، متاح على الرابط aramtv/https://www.youtube.com/c، تاريخ الولوج 24 ماي2022.

غير الربحية في مجال بناء القدرات والتميز المؤسسي باستخدام طاقات المفكرين الإيجابيين عبر برامج متخصصة ووفق منهجيات عالمية.

وقد جاء على لسان شركة "**أرام الإنتاج**" أن هذه الأخيرة تعتمد على مبدأ التعبير بإحسان والإحسان في تغيير الأفكار وتحسن وجهات النظر، وعلى مجموعة من القيم والمبادئ انعكست في إنتاجها العالمي منها:

- المحتوى الهادف بأسلوب جذاب.
- مميز ومبتكر.
- ربط قيم العمل والمدنية بقيم الدين الإسلامي.
- إثراء المحتوى التعليمي.
- تقديم محتوى يترك الأثر الطيب والإيجابي في المجتمع من خلال تقديم محتوى إعلامي مؤثر.[1]

❖ **القيم الفنية في إسم شعار برنامج قمرة"1":**

إن البرنامج التفاعلي قمرة من البرامج التي وظفت اللغة البصرية بطريقة منظمة واعتمدت التقنيات ذات البعد البصري والسمعي المبهرة أو الجاذبة من خلال وحدة تصميم مقبولة جرافيكيا وبصريا والتي تحمل مجموعة من القيم الجمالية التي ساهمت في العملية الإبداعية والراحة البصرية للمتلقي حيث تظهر من خلاله معايير واضحة في تصميم شعار وصفي و الذي يعد في الأخير هوية البرنامج ويبدو جليا انحياز مصممه إلى الحرف والخط العربي ووحدة الكتلة رغم استخدام الحرف لاتيني أيضا والذي يبدو بكتلة أقل وأصغر حجما ليصبح الشعار بكتلتيه وحدة بصرية، و جاءت نقطتي حرف القاف على شكل رمز أو زر تشغيل مقاطع الفيديو الذي يدل على الحركة والإستمرار في العمل بينما نقطتي التاء المربوطة جاءتا على شكل رمز التشغيل الاحق الذي يدل على التقدم للأمام وعدم الرجوع للخلف، والذي كان ظاهرا

[1] **موقع شركة تام**، متاح على الرابط https://www.tamhub.com ، تاريخ الولوج 24 ماي2022.

في كل حلقات ومواسم البرنامج التفاعلي قمرة وهذا ما يعكس أن محتوى البرنامج عبارة عن تشغيل مقاطع فيديو من صنع الجمهور العربي.

كما نجح البرنامج في الإستقرار وعدم التنازل عن شعاره أو تغييره في مواسمه الثلاثة نظرا لسهولة فهمه وإدراكه جماهيريا، وهكذا تم الربط بين الشعار الرئيسي ومختلف المواسم وهكذا نجح البرنامج في نقل رسالته البصرية حيث من أهم شروط تصميم الرمز أو الشعار استمراريته وقابليته للتطور من خلال بعض الإضافات والمتمثلة في أرقام كل موسم إضافة إلى التميز والقيمة الفنية والجمالية التي يحملها.

منذ انطلاق البرنامج أوضح "**الشقيري**" في حلقته الأولى ماهية معنى اسم البرنامج مشيرا أن كلمة "**قمرة**" شهيرة عند العرب قديما تعني البياض الناصع وجاء بمعنى الفكرة النقية المميزة التي تحمل جوانب إبداعية وتهدف إلى خلق إعلام هادف، مثمر، جذاب وممتع في نفس الوقت في إطار نشر الوعي والثقافة الإجتماعية وبالتالي تحسين الصورة الكاملة للإعلام العربي ليظهر ناصعا للجمهور،[1] والألوان المستخدمة في كتابة العنوان هي الأزرق الغامق والأزرق الذي ظهر في لون العدسة داخل حرف الميم من قمرة ويشير الأزرق بدرجاته إلى معاني ورموز إيجابية كالثقة والمثالية كما يوحي بالهدوء والسكينة، وكل هذا مصحوب بشعار "**عبر بإحسان Express with Excellence**" و الإحسان هو فعل ما هو خير للآخرين فضلا و محبة.

وعبر عن معنى الإحسان في البرنامج من خلال مناقشة و تسليط الضوء على قضايا مشاكل اجتماعية متعددة، بأسلوب مختلف، مبسط وراقي، كما ربط قيم العمل والمدنية بقيم الدين، وقدم نماذج عن العطاء، التطوع والإحسان التي يمكن العمل بها لخدمة الأفراد والمجتمعات، كل هذه العناصر والرموز لم تأتي اعتباطيا وإنما لها دلالات ومعاني تم اختيارها عن تعمد إيصال رسالة محددة إلى ذهن المتلقي.[2]

[1] **قمرة /التعريفية–الحلقة الأولى:** 06 جوان 2016، متاح على الرابط: www.qomrah.tv، تاريخ الولوج 22ماي2022،الساعة 18:30.

[2] **المرجع نفسه.**

❖ **مقدم البرنامج الإجتماعي قمرة 1:**

"**أحمد الشقيري**" هو المقدم الرئيسي والوحيد للبرنامج الإجتماعي "قمرة 1" والذي قدم كل الحلقات والبالغ عددها 30 حلقة كما يعد هو أيضا مقدم كل مواسم هذا البرنامج البالغ عددها ثلاثة أجزاء، كما يعد صاحب فكرة قمرة والمشرف الرئيسي عليه واسمه الكامل "**أحمد مازن الشقيري**" من مواليد مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية عام 1973، درس بالمملكة العربية حتى تحصل على البكالوريوس في إدارة النظم والتحق بجامعة كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية أين تحصل على الماجستير في إدارة الأعمال، قدم الكثير من البرامج منها برنامج "**يال شباب**" وبرنامج "**لوكان بيننا**" و"**رحلة مع الشيخ حمزة يوسف**". وأصدر العديد من الكتب، وقدم سلسلة خواطر كبرنامج اجتماعي تعليمي مكونة من 11 موسما والذي كان برنامجا ثابتا في شهر رمضان ليكتسب به شهرة واسعة والذي صنف كأفضل برنامج شبابي وعرض البرنامج على عدة قنوات منها قناة **MBC1**، قناة **اقرأ**، قناة **الرسالة**... وغيرها. وبعد هذه السلسلة قدم برنامج قمرة، برامج "**سين**".

وتتسم برامج الشقيري التي حققت نجاحات خلال الأعوام الماضية بالرسائل والمحتويات التي تقدمها من خلال عرض سلبيات المجتمع العربي ومحاولة تقديم حلول من خلال هذه البرامج وبالتالي لاقت البرامج التي يقدمها أحمد الشقيري إستحسان والقبول من طرف الجمهور العربي بسبب خروجه من الدائرة النمطية المكررة في البرامج التلفزيونية إلى دائرة المبادرة والإبداع في الفكرة والتألق في التقديم والتجديد في الطرح وملامسة الواقع الإجتماعي بعيدا عن التقزيم أو التضخيم، وانتخب **الشقيري** كأقوى شخصية مؤثرة في الوطن العربي من طرف الشباب في الإستفتاء الذي قامت به مجلة "**شباب 20 الإماراتية**".

هذه الشهرة جعلت عدد متابعيه على حساباته الرسمية والموثوقة في أشهر مواقع التواصل الإجتماعي في تزايد مستمر حيث يبلغ عدد المشتركين في حسابه على "**الأنستغرام**" **Instagram** يتخطى14.9 مليون متتبع وفي " **تويتر**" **Twitter** بلغ عددهم 18.4 مليون متابع بينما في "**فايس بوك**" **Face Book** بلغ عدد المشتركين في صفحته الشخصية أكثر من 20 مليون مشترك، ويظهر العالمي أحمد الشقيري دوما في ثوب شخصية الشاب العربي الواعي، الواضح البسيط في الأسلوب والقوي في الفكرة. وجاء الشقيري في برنامج قمرة كحلقة وصل بين الشباب العربي ومجتمعه من خلال توفير منصة

إعلامية لدعم كل من يريد إنتاج محتوى إعلامي وهادف وجذاب بطرح ومعالجة مواضيع وقضايا من صنع هذا الشباب العربي معطي الفرصة للشباب العربي لكي يعبر و يناقش قضاياه بأسلوبه ورؤيته الخاصة وتستهدف هذه القضايا المعالجة وتحسين وضع الإنسان عموما.[1]

❖ قناة MB1:

هي قناة تليفزيونية مفتوحة تابعة لمركز الشرق الأوسط وأول قناة فضائية مستقلة، تعتبر من أقدم وأعرق القنوات في الوطن العربي، متنوعة وتقدم محتويات إخبارية وترفيهي، إجتماعية إلى جانب أيضا المسلسلات، تعمل على عرض محتويات وبرامج هامة يمكن من خلالها الوصول إلى الجماهير.[2]

[1] سمية حسين: **قمرة البرنامج الجديد للشقيري في رمضان 2016 يصنعه الجمهور**، متاح على الرابط: https://almrsal.com/post/298318، 2015 ديسمبر 27.

[2] **http://www.mbc.net** ، يوم 2022/05/31، على الساعة 20:30 سا.

ثالثاً: عرض وتحليل وتفسير بيانات عينة الدراسة التحليلية من حيث فئات المضمون.

تعد فئات الشكل الفئات التي تبين الكيفية التي قدمت بها الوسيلة الإعلامية المحتوى الإعلامي وتهتم بأسلوب عرض المحتوى،[1] فهي بذلك فئات التي تهتم بوصف قنية أو أسلوب تقديم وعرض محتوى برنامج "قمرة1" لمختلف القضايا الإجتماعية وتهتم بالإجابة على السؤال "كيف قيل؟" وتندج منها جملة من الفئات الفرعية تصب جميعها في جانب الشكل وفي هاذا العنصر نستعرض بالدراسة والتحليل لكل الفئات الرئيسية والفئات الفرعية التي تصف المحتوى الشكلي للقضايا الإجتماعية في برنامج قمرة والتي تم توظيفها بكثير من التحليل في عناصر الإجراءات المنهجية للدراسة والتي تم جمع بياناتها من خلال إستمارة تحليل المحتوى وفئات الشكل في هذه الدراسة خمسة وهي:

1) فئة الزمن.
2) فئة اللغة.
3) فئة الاشكال الصحفية.
4) فئة العناصر الفنية.
5) فئة طبيعة مكان التصوير.

وفيما يلي التحليل لكل فئة من فئات الشكل السابق ذكرها:

[1] محمد عبد الحميد: **بحوث الصحافة**، مرجع سبق ذكره، ص 77.

1) **فئة الزمن المستخدم في معالجة القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1":**

الجدول رقم (2): يوضح توزيع تكرارات فئة الحجم الزمني في معالجة القضايا الفرعية في حلقة الطفل في برنامج "قمرة1" الاجتماعي:

الحلقة	القضايا الفرعية	المدة الزمنية للقضايا	التكرار	النسبة المئوية
الطفل	حق الرضاعة	2د	2	%12.5
	الأعمال	2د	2	%12.5
	سوء المعاملة	1د	3	%18.75
	حب الطفل وتحفيزه	1د	3	%18.75
	العنف	1د	2	%12.5
	الاهتمام	1د	2	%12.5
	أساليب المعاملة	2د	2	%12.5
المجموع		**10د**	**16**	**%100**

من خلال ملاحظتنا وقراءتنا للجدول رقم (2) الذي يوضح التكرارات والنسب المئوية للمساحة أو الحجم الزمني للقضايا الفرعية المعالجة في حلقة الطفل حيث بلغت نسبة الحجم الزمني لحب الطفل وسوء المعاملة على مدة دقيق، وقدرت نسبتها ب 18.75 % كلاهما جاء في المرتبة الأولى، بينما حق الرضاعة والإهمال والعنف والاهتمام حصلا كذلك على نفس النسبة والتي قدرت ب 12.5 % وكانوا في المرتبة الثانية وكانت مدة الحجم الزمني دقيقتين.

الجدول رقم (3): يوضح توزيع التكرارات ونسب فئة الحجم الزمني في حلقة التنمر في برنامج "قمرة1" الاجتماعي:

الحلقة	القضايا الفرعية	المدة الزمنية للقضايا	التكرار	النسبة المئوية
التنمر	السخرية والإستهزاء	2د	3	% 18.75
	الإهمال	2د	2	% 12.5
	الإساءة	1د	6	% 37.5
	التميز والإختلاف	2د	4	% 25
	العنف اللفظي	1د	1	% 6.25
المجموع		**8د**	**16**	**% 100**

الجدول رقم (3) يوضح إجمالي التكرارات والنسب المئوية للمساحة الزمنية للقضايا الفرعية؛ إذ بلغت المساحة الزمنية للقضايا المطروحة في حلقة التنمر والتي تمثلت في الإنسانية حيث قدرت نسبتها ب37.5 %،وكانت المرتبة الأولى بمدة دقيقة، تلتها التمييز والإختلاف في المرتبة الثانية بنسبة 25 **%** بمدة دقيقتين ثم تلتها السخرية والإستهزاء في المرتبة الثالثة بنسبة 18.75 **%** لمدة دقيقتين ثم الإهمال في المرتبة الرابعة بنسبة 12.5**%** لمدة دقيقتين أيضاً وأخيراً العنف اللفظي في المرتبة الخامسة بالنسبة 6.25 **%** لمدة دقيقة

الجدول رقم (4): يوضح توزيع تكرارات فئة الحجم الزمني في حلقة العامل في برنامج "قمرة1" الإجتماعي:

الحلقة	القضايا الفرعية	المدة الزمنية للقضايا	التكرار	النسبة المئوية
العامل	عدم الإحترام	3د	1	% 6.66
	سوء المعاملة	2د	4	% 26.66
	التعاطف	2د	6	% 40
	الإحسان	3د	4	% 26.66
المجموع		**10د**	**15**	**% 100**

الجدول رقم (4) يوضح إجمالي التكرارات والنسب المئوية للمساحة الزمنية للقضايا الفرعي، بخصوص الحجم الزمني في عرض قضايا الحلقة الخاصة بالعامل جاء التعاطف في المرتبة الاولى بنسبة 40 **%** وكانت مدة العرض دقيقتين، سوء المعاملة والإحسان في المرتبة الثانية بنسبة 26.66 **%** لمدة دقيقتين وثلاثة دقائق وخيراً في المرتبة الثالثة عدم الإحترام بنسبة 6.66 **%** لمدة ثلاثة دقائق.

الجدول رقم (05): يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة الحجم الزمني في معالجة القضايا الفرعية في حلقة الشبكات الإجتماعية في برنامج "قمرة1" الإجتماعي.

الحلقة	القضايا الفرعية	المدة الزمنية	التكرار	النسبة المئوية
الشبكات الإجتماعية	هدر الوقت	1د	4	% 16.66
	الإدمان	1د	5	% 20.83
	العزلة	2د	3	% 12.5
	القذف والإساءة	2د	3	% 12.5
	الإستحواذ والسيطرة	2د	9	% 37.5
المجموع		**8**	**24**	**%100**

يوضح إجمالي التكرارات والنسب المئوية للمساحة الزمنية للقضايا الفرعية لحلقة الشبكات الإجتماعية، حيث جاء الإستحواذ والسيطرة في المرتبة الأولى بنسبة 37.5 **%** لمدة دقيقتين، تلتها نسبة 20.83 في المرتبة الثانية للإدمان لمدة دقيقة وهدر الوقت في المرتبة الثالثة بنسبة 16.66 **%** لمدة دقيقة ايضا، والمرتبة الرابعة العزلة والقذف والإساءة بنسبة 12.5 **%** لمدة دقيقتين

الجدول رقم (06): يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة الحجم الزمني في معالجة القضايا الفرعية في حلقة المرأة في برنامج "قمرة1" الإجتماعي.

الحلقة	القضايا الفرعية	المدة الزمنية	التكرار	النسبة المئوية
المرأة	زواج القاصرات	1د	4	**%**25
	العنف	2د	3	18.75 **%**
	التحرش	1د	2	**%**5 .32
	إهانة المرأة	1د	5	**%**31.25
	التحدي وقوة المرأة	4د	2	**%**12.5
المجموع		**9د**	**16**	**%100**

الجدول رقم (06) يوضح إجمالي التكرارات والنسب المئوية للمساحة الزمنية للقضايا الفرعية، إذ تمثلت نسبة إهانة المرأة ب 31.25**%** وجات في المرتبة الأولى بمعدل دقيقة، تلتها زواج القاصرات بنسبة 25**%** في المرتبة الثانية لمدة دقيقة أيضا، ثم العنف بنسبة 18.75**%** في المرتبة الثالثة لمدة دقيقتين، وأخيراً المرتبة الرابعة التحرش وقوة تحدي المرأة بنسبة 12.5**%** لمدة دقيقة وأربعة دقائق.

الجدول رقم (07): يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة الحجم الزمني في معالجة القضايا الفرعية في حلقة العنصرية في برنامج "قمرة" الإجتماعي.

الحلقة	القضايا الفرعية	المدة الزمنية	التكرار	النسبة المئوية
العنصرية	تقليل الشأن	2د	3	%17.64
	المجادلة	5د	5	%29.41
	التمييز	3د	3	%17.64
	الكراهية	1د	2	%11.76
	القهر	1د	2	%11.76
	الحقد	2د	2	%11.76
المجموع		**14د**	**17**	**%100**

الجدول رقم (07) يوضح إجمالي التكرارات والنسب المئوية للمساحة الزمنية للقضايا الفرعية، حيث بغلت المدة الزمنية الخاصة في طرح قضايا حلقة العنصرية في ثلاثة دقائق بالنسبة للمجادلة والتي كانت في المرتبة الأولى بنسبة 29.41**%**، ثم تلتها تقليل الشأن والتمييز في المرتبة الثانية بنسبة قدرت ب 17.64**%** لمدة دقيقتين وثلاثة دقائق، بعدها في المرتبة الثالثة الكراهية والقهر والحقد بنسبة 11.76**%** لمدة دقيقة ودقيقتين.

الجدول رقم (08): يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة الحجم الزمني في معالجة القضايا الفرعية في حلقة اللاجئ في برنامج "قمرة" الإجتماعي.

الحلقة	القضايا الفرعية	المدة الزمنية	التكرار	النسب المئوية
اللاجئ	الحزن	2د	4	%16
	الموت	1د	2	%8
	التخريب	5د	9	%36
	العذاب	2د	3	%12
	التدمير	2د	4	%16
	التشرد	3د	3	%12
المجموع		**15د**	**25**	**%100**

الجدول رقم (08) يوضح إجمالي التكرارات والنسب المئوية للمساحة ومعالجة القضايا الفرعية في حلقة اللاجئ، حيث بلغ الحجم الزمني للتخريب على مدة خمسة دقائق؛ والتي قدرت بنسبة 36**%**. تلاها الحزن والتدمير بنسبة 16**%** في المرتبة الثانية بنسبة **%**16 لمدة دقيقتين ثم التشرد والعذاب في المرتبة الثالثة بنسبة 12 لمدة ثلاثة دقائق ودقيقتي، وأخيراً في المرتبة الرابعة الموت بنسبة قدرت ب 8 لمدة دقيقتين.

الجدول رقم (09): يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة الحجم الزمني في معالجة القضايا الفرعية في حلقة العطاء في برنامج قمرة الإجتماعي.

الحلقة	القضايا الفرعية	المدة الزمنية	التكرار	النسبة المئوية
العطاء	الرعاية والتكفل	3د	2	%10.52
	الإحسان	2د	4	%21.05
	السعادة	3د	5	%26.31
	المساعدة	4د	8	%42.10
المجموع		**12د**	**19**	**%100**

الجدول رقم (09) يوضح إجمالي التكرارات والنسب المئوية للمساحة الزمنية للقضايا الفرعية، حيث تمثلت في المساعدة بالمرتبة الأولى بنسبة 42.10**%** لمدة أربعة دقائق، تلتها السعادة بنسبة 26.31**%** في المرتبة الثانية لمدة ثلاثة دقائق، ثم الإحسان في المرتبة الثالثة بنسبة 21.05**%** لمدة دقيقتين، ثم أخيراً وفي المرتبة الرابعة الرعاية والتكفل بنسبة قدرت 10.52**%** لمدة ثلاثة دقائق.

الجدول رقم (10): يوضح توزيع فئة الحجم الزمني في معالجة القضايا الفرعية في حلقة الإرهاب من برنامج "قمرة" الإجتماعي.

الحلقة	القضايا الفرعية	المدة الزمنية	التكرار	النسبة المئوية
الإرهاب	الفساد	2د	1	% 7.69
	التعذيب	1د	2	% 15.32
	الخوف	4د	5	% 38.40
	الإساءة	2د	3	% 23.07
	الفتنة	2د	2	% 15.38
المجموع		11د	13	% 100

الجدول رقم (10) يوضح إجمالي التكرارات والنسب المئوية للمساحة الزمنية للقضايا الفرعية، حيث جاء الخوف في المرتبة الأولى بنسبة 38.46**%** لمدة أربعة دقائق ثم تلتها الإساءة بنسبة 23.07**%** في المرتبة لمدة دقيقتين تلتها التعذيب والفتنة بنسبة 15.38**%** في المرتبة الثالثة لمدة دقيقة ودقيقتين ثم في المرتبة الرابعة والأخيرة الفساد بنسبة 7.67**%** لمدة دقيقتين.

الجدول رقم (11): يوضح توزيع تكرارات ونسب المئوية لفئة الحجم الزمني في معالجة القضايا الفرعية في حلقة حق التعليم في برنامج "قمرة" الإجتماعي.

الحلقة	القضايا الفرعية	المدة الزمنية	التكرار	النسبة المئوية
حق التعليم	الأمية	2د	1	%5.26
	العمل المبكر	1د	3	%15.78
	الفقر	4د	6	%31.75
	الإهمال	3د	7	%36.84
	مشاكل أسرية	2د	2	%10.52
المجموع		**12د**	**19**	**%100**

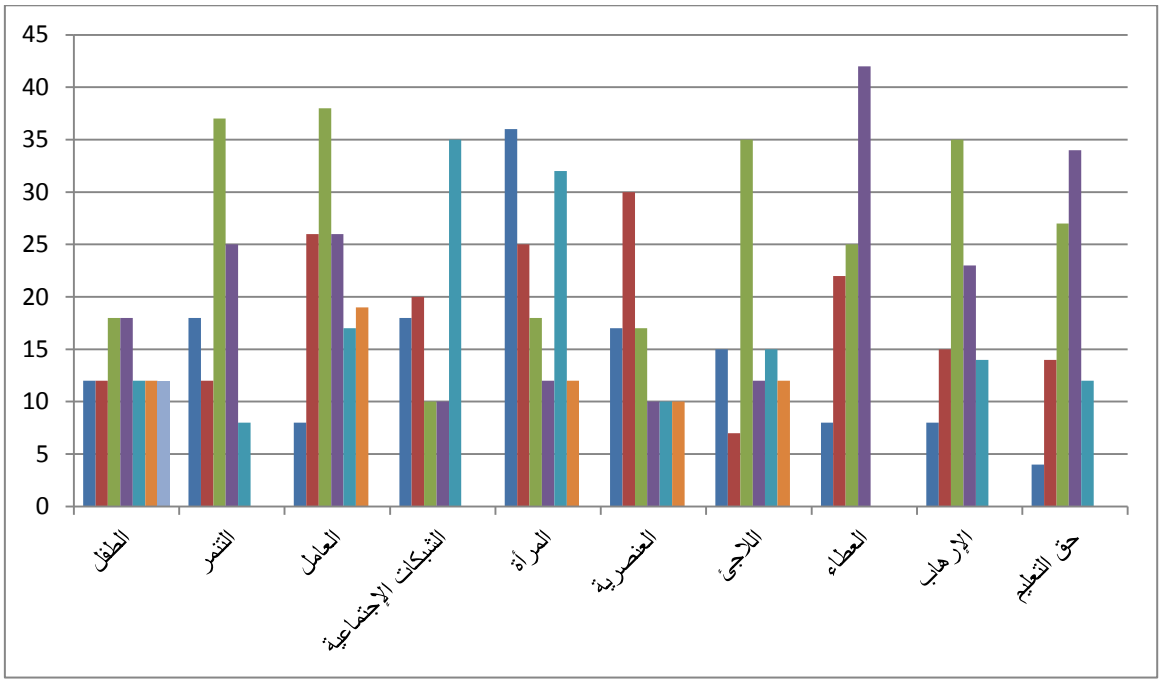
الجدول رقم (11) يوضح إجمالي التكرارات والنسب المئوية للمساحة الزمنية للقضايا الفرعية، تمثلت في الإهمال بالمرتبة الأولى نسبة قدرت ب 36.84**%** لمدة 3دقائق ثم الفقر بنسبة قدرت ب 31.57**%** في المرتبة الثانية لمدة أربعة دقائق ثم العمل المبكر في المرتبة الثالثة بنسبة 15.78**%** لمدة دقيقة، ثم تلتها المشاكل الأسرية في المرتبة الرابعة بنسبة 5.26**%** لمدة دقيقتين.

والملاحظ من خلال مدة النسب والمدة الزمنية لكل الحلقات المعروضة بأن المدة الزمنية لمختلف القضايا المعالجة في مختلف المواضيع والتي كانت بأكبر النسب حيث كان تصنيفها وترتيبها كالتالي في المرتبة الأولى قضية المساعدة بنسبة 42.10**%** في حلقة العطاء، ثم في المرتبة الثانية قضية الخوف في الإرهاب واحتلت نسبة 38.46**%**، تلتها في المرتبة الثالثة قضية الإساءة ونسبة الإستحواء والسيطرة حيث نالت قضية الإساءة في موضوع التنمر الإجتماعية على نسبة أيضاً 37.5**%**، ثم في المرتبة الخامسة قضية الإهمال في موضوع حق التعليم حيث نالت على نسبة 36.84**%** ثم تلتها في المرتبة السادسة قضية التدريب في الموضوع اللاجئ حيث نالت على نسبة 36**%** تلتها في المرتبة السابعة قضية المجادلة في حلقة العنصرية حيث نالت على نسبة 29.41**%** ثم في المرتبة الثامنة قضية إهانة

المرأة حيث نالت على أكبر نسبة **%**26.66، تلتها في المرتبة التاسعة قضية سوء المعاملة والإحسان حيث نالت كلاهما على أكبر نسبة 26.66**%** ثم في المرتبة العاشرة والأخيرة قضية سوء المعاملة وحب الطفل وتحفيزه على نفس النسبة وأكبرها في موضوع الطفل قدرت ب 98.75**%.**

وقد يرجع هذا الاختلاف والتباين في الحجم الزمني في القضايا المعالجة ومدتها الزمنية، من حلقة إلى أخرى وحتى في الحلقة الواردة يوجد إختلاف وتباين في الحجم الزمني المعالج لكل قضية، ربما قد يرجع إلى خصوصية كل قضية، إختلاف أسلوب طرحها، ومعالجتها وكيفية التعامل معها وأهميتها بالنسبة للقائم بطرحها وكيف ينظر إليها وما مدى مساسها بالفرد وإنتشارها في المجتمع إلى جانب أيضا أن البرنامج خصص وقتا كبيرا لطرح مختلف القضايا في مختلف المواضيع المعالجة وهذه المدة الزمنية لمقدم البرنامج والمسموحة أيضاً لمختلف المشاركات ذات دلالة على إهتمام البرنامج محل الدراسة بالقضايا الاجتماعية في مختلف المجتمعات العربية وغيرها. كما أنه قد تكون هذه المدة كافية وذات فعالية في بناء المعنى المحدد في ذهن المتلقي حول ما طرح من قضايا إجتماعية فتؤثر بشكل كبير على عملية الإقناع. خصوصاً إذا كانت الرسالة محددة وواضحة مباشرة والمدة الزمنية المخصصة لكل من المشاركات المقدمة والوقت الذي يستحوذ فيه مقدم البرنامج على تفسير القضية أكثر وتقديم معلومات حولها يعود بالدرجة الأولى لطبيعة البرنامج محل التحليل والذي يصنع محتواه كل مقدم البرنامج "أحمد الشقيري" والجمهور من خلال طرح قضاياه ومعالجتها ما تعد فرصة ثمينة لهذا الجمهور المشارك لتعبير عن نفسه وإبداء آراءه حول القضايا المطروحة لمختلف المواضيع وإثراءها أكثر وهذا ما يبرز دوره في البرنامج، كهمزة وصل بين المشاركات المقدمة والجمهور المتلقي، وما يتوصل إليه من خلال هذا أن المدة الزمنية المخصصة لمعالجة مختلف القضايا لمختلف المواضيع تكون بين طرح الجمهور المشارك وتفسير ومعلومات أكثر ودعائم من مقدم البرنامج "أحمد الشقيري" والمدة الزمنية المخصصة لكل منهما.

الشكل رقم (01): يوضح توزيع تكرارات ونسب المئوية لفئة الحجم الزمني في معالجة القضايا الاجتماعية في كل حلقة من حلقات البرنامج الاجتماعي "قمرة1".



2) فئة اللغة المستخدمة في عرض القضايا الاجتماعية بالبرنامج الإجتماعي "قمرة1".

لا تقل أهمية فئة اللغة من الفئات المهمة الأخرى في عمليات تحليل محتويات وسائل الإعلام المختلفة والمتنوعة، وعلى رأسها السمعية البصرية ومن الضروري هذه الفئة في عملية التحليل لما لها من قدرة كبيرة على إيصال الرسالة بالطريقة التي رسمها القائم بالإتصال فكلما كانت اللغة واضحة ومفهومة للمتلقي كلما زادت نسبة الإقناع والتأثير وتحققت أهداف العملية الإتصالية.

الجدول رقم (12): يوضح توزيع التكرارات ونسب فئة اللغة المستخدمة في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".

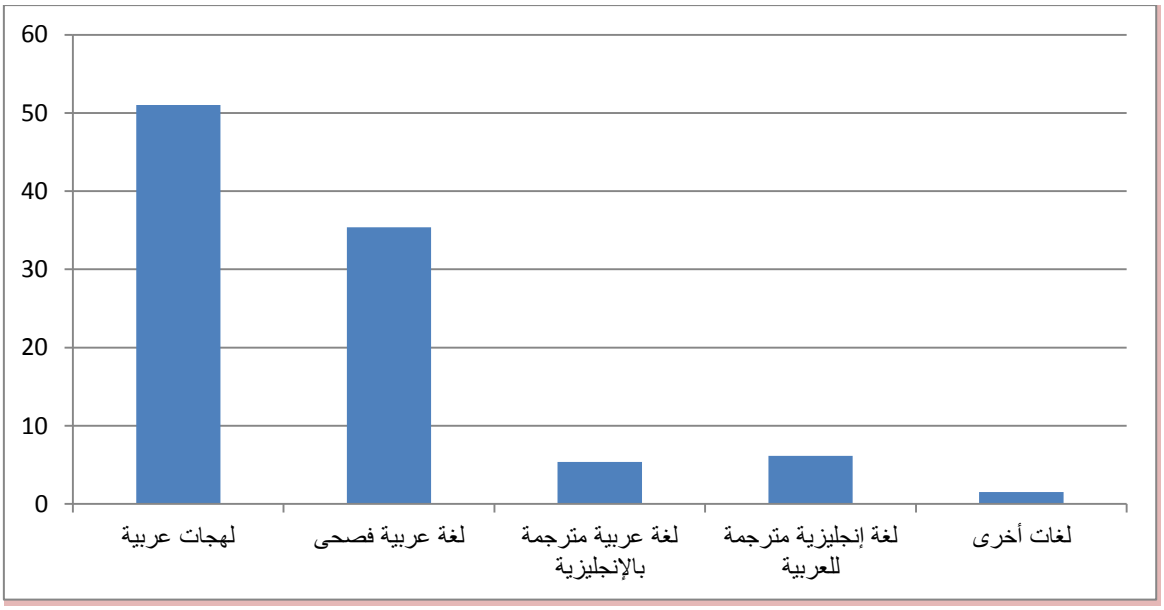
فئة طبيعة اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية
لهجات عربية	67	**%**51.533
لغة عربية	46	**%**35.38
لغة عربية مترجمة بالإنجليزية	7	**%**5.38
لغة إنجليزية مترجمة بالعربية	8	**%**6.15
لغات أخرى(الهندية، فيلبينه، إفريقية)	2	**%**1.53
المجموع	**130**	**%100**

الجدول رقم (12) يوضح لنا إجمالي التكرارات والنسب المئوية لمستويات وطبيعة اللغة المستخدمة في مواضيع القضايا الإجتماعية التي عالجها البرنامج "قمرة1"، وتوضح لنا النتائج الموضحة أعلاه تعدد واختلاف اللغة المستخدمة في عينة الدراسة وجاءت اللغة العربية العامية أو اللهجات العربية المحلية في صدارة الترتيب بنسبة إجمالية قدرت نسبتها ب 51.53**%**، ثم بعد ذلك تلتها اللهجات المحلية وبفارق ليس بكثير اللغة العربية في المرتبة الثانية بنسبة 5.38، وجاءت اللغة الإنجليزية مترجمة للعربية في المرتبة الثالثة بنسبة 6.15**%** متمثلة في حلقة "اللاجئ" وحلقة "التعليم" وحلقة "الإرهاب" وحلقة "العامل" تلتها في المرتبة الرابعة المزج بين اللغة والإنجليزية يعني (اللغة العربية مترجمة للإنجليزية) بنسبة 38.5**%** والتي برزت خاصة في حلقة "التنمر" و ""العامل" وحلقة "حق التعليم" اين كان جزء من الحلقة مترجم للغة الإنجليزية، وأخيراً في المرتبة الخامسة لغات أخرى مثل "الفليبنية والهندية" بنسبة 1.53**%** وكانت ممثلة في حلقة "العامل" و "حق التعليم".

وتجدر الإشارة إلى أن كل المحتوى الإعلامي المنطوق والمقدم بمختلف اللغات الأجنبة كانت أم العربية هي مترجمة وواضحة مفهومة، وهذا التنوع والإختلاف أمر منطقي ومعقول ومقبول وجيد في نفس الوقت كون ان توجه البرنامج عربي وعالميي وإنفتاح باب المشاركة والتفاعل مفتوح بكل لغات العالم ولمختلف الأفراد من مختلف المجتمعات.

ايضا قد يعود تعدد اللغات واللهجات المستخدمة في تقديم القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" إلى نوع قناة "MBC_1" الموجهة لكافة مختلف الدول العربية من المحيط إلى الخليج العربي والتي يتحدث شعوبها لهجات مختلفة، فهي قناة كل العرب ومن الطبيعي أن نجد فيها كل اللهجات العربية من جهة ومن جهة أخرى فكرة البرنامج بأنها موجهة لكل الجمهور العربي دون إقصاء أو تعليق ولا يقتصر على نوع أو فئة معينة من الجمهور.

الشكل رقم (02): يوضح نسب فئة اللغة المستخدمة في عرض القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجتماعي "قمرة1".



الجدول رقم (13) يوضح توزيع التكرارات والنسب المئوية لفئة اللهجات العربية المستخدمة في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".

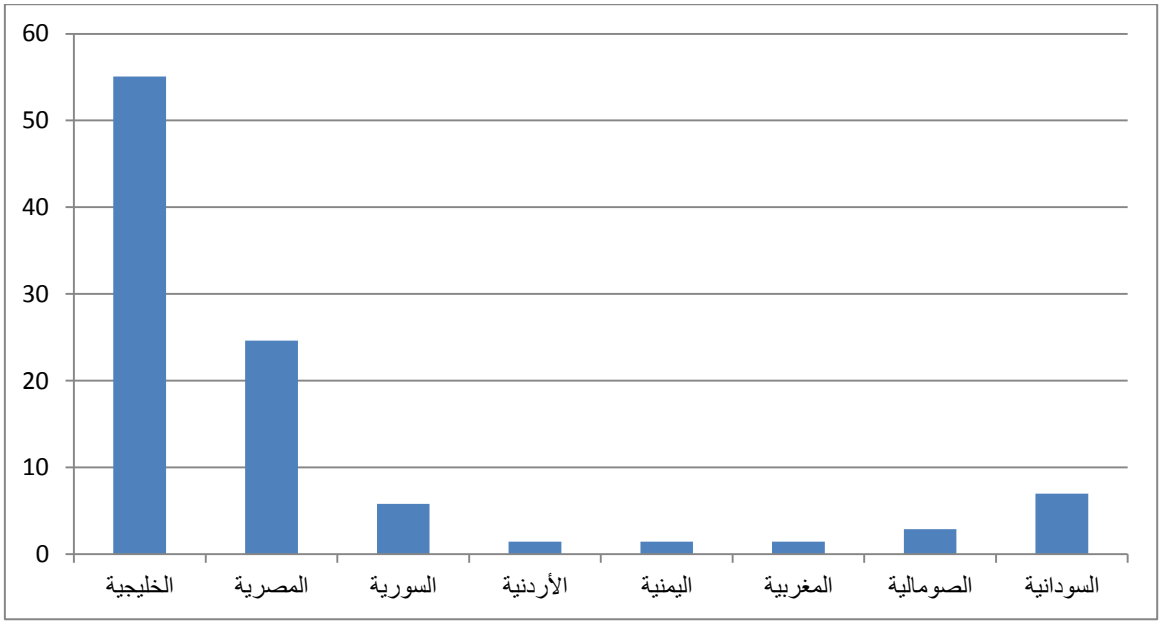
فئة طبيعة اللهجات العربية المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية
الخليجية	38	%55.07
المصرية	17	%24.63
السورية	4	%5.8
الأردنية	1	%1.44
اليمنية	1	%1.44
المغربية	1	%1.44
الصومالية	2	%2.9
السودانية	5	%7.24
المجموع	**69**	**%100**

يبين لنا ويوضح الجدول رقم (13) إجمالي التكرارات والنسب المئوية لطبيعة اللهجات العربية المستخدمة لطرح مواضيع القضايا الإجتماعية التي عالجها برنامج "قمرة1" والنتائج أعلاه توضح لنا، تعدد هذه اللهجات المستخدمة في عينة الدراسة وكان إستخدامها وحضورها في الحلقات المحللة من البرنامج الإجتماعي "قمرة1" متباينا وجاءت النسب التفسيرية للغة العربية العامية أو اللهجات المحلية تدريجيا وبالترتيب من الاعلى والأكثر استخداما إلى الأقل استخداما في كل من اللهجة الخليجية بنسبة 55.1**%**، تلتها اللهجة المصرية بنسبة 24.63**%**، ثم تلتها اللهجة السودانية بنسبة 7.24**%** وتلتها اللهجة السورية بنسبة 5.8**%** ثم اللهجة الصومالية بنسبة 2.9**%** متمثلة في حلقة "حق التعليم" وأخيراً بنسبة 1.44**%** اللهجة الأردنية في حلقة "اللاجئ" واللهجة اليمنية في حلقة "الإرهاب" واللهجة المغربية برزت في حلقة "المرأة".

هذا التنوع في اللهجات المحلية والعربية دليل على أن المشاركات كانت من مختلف البلدان العربية، ويعود أيضاً بدرجة الأولى بسبب إقبال جمهور هذه البلدان على المشاركة مقارنة ربما ببلدان أخرى، فهذه الأخيرة هي لغة التخاطب اليومي والتي تتفرع من الفصحى وتنتمي إليها، وهذا راجع أيضا لتوجه البرنامج للجمهور العربي بإختلاف إنتماءاته الجغرافية وتعدد فئاته ومستوياه التعليمية والإجتماعية بحيث هذا

المستوى يخلق الصعوبات التي يمكن أن يجدها المتلقي العربي في فهم المحتوى المعروض عليه من جهة ومن جهة أخرى هذا التنوع يدعم الواقعية التي هي جزء من البرامج الإجتماعيية التي لا ترتفع كثيراً للغة العالمية كما هو في البرامج الأخرى، بل يستخدم اللغة البسيطة والواضحة المستخدمة في المعاملات اليومية المختلفة والتي يفهمها العامة من الناس، فاللغة العربية بغض النظر عن مستوياتها هي اللغة الأم وهذا ما يسهل على الجمهور فهم المواضيع والقضايا المطروحة مع الإشارة أيضاً أن النسبة الأكبر للجماهير المشاركة في تقديم المواضيع والقضايا الإجتماعية لبرنامج "قمرة1" من وظفوا لهجاتهم المحلية ربما هذا من أجل التعبير أكثر عن وجهة نظرهم وإيصال أفكارهم بدقة ووضوح وجودة أعلى كما أنها الأبسط والأقرب إلى الأذن واللسان، والأيسر للإستعاب.

الشكل الرقم (03): يوضح توزيع نسب فئة اللهجات المحلية العربية المستخدمة في عرض القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجتماعي "قمرة1".



3) **فئة الأشكال الصحفية.**

الجدول رقم(14): يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة طبيعة المادة والأشكال الإعلامية المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجتماعي "قمرة1".

طبيعة المادة الإعلامية الصحفية	التكرار	النسب المئوية
تعليق	22	% 7.69
إستطلاع رأي	14	% 4.89
حديث فردي (مباشر)	95	% 33.21
حوار ثنائي	36	% 12.58
حوار جماعي	7	% 2.44
مشاهد تمثيلية	49	% 17.13
أساليب توضيحية	45	% 15.73
أغاني	18	% 6.29
المجموع	286	% 100

يبين الجدول (14) إجمالي التكرارات والنسب المئوية لطبيعة الأشكال الصحفية المستعملة في عرض المادة الإعلامية عن القضايا الإجتماعية المعالجة بالبرنامج الإجتماعي "قمرة1" وتظهر وتبين النتائج المدونة والموحة أعلاه لشكل الحديث الفردي (المباشر) لمعالجة الظاهرة المطروحة في المرتبة الأولى بنسبة 33.21**%** وهذا الشكل الإعلامي يحمل أهمية وقدرة على ضخ كميات هائلة من المعارف والمعلومات مباشرة وقد تكون في أقصر مدة زمنية ممكنة وبرز هذا عبر حديث مقدم البرنامج وكذلك أيضاً من خلال حديث ومشاركة بعض الفاعلين إتجاه القضايا الإجتماعية المطروحة، ثم جاء إستخدام لشكل مشاهد ضئيلة في المرتبة الثانية بنسبة 33.21**%**، ثم تلتها إستخدام الشكل الإعلامي الخاص بالأساليب التوضيحية في المرتبة الثالثة بنسبة 15.73**%** والتي تمثلت في الصور المتحركة والأنيميشن والصور الفوتوغرافية وغيرها.

وفي المرتبة الرابعة إستخدم الحوار الثنائي بنسبة 12.58**%**، ثم استخدم الشكل الإعلامي الخاص بالتعليق وجاء في المرتبة الخامسة بنسبة 7.69**%** وفي المرتبة السادسة استخدم الشكل الإعلامي الممثل

بالأغاني الشعبية 6.29**%** برزت في حلقة "الطفل"، "العنصرية" و "اللاجئ"، و "العامل"، "الإرهاب"، "الحق التعليم"، هذه الأخيرة تضفي نوعا من الإثراء على المضامين والقضايا الإجتماعية المقدمة والمطروحة خاصة على إعتبار الموسيقى لغة تخاطب الأذن وتؤثر على الحواس وتشكل مع كلمات الأغنية قصة متكاملة ومشوقة تجذب المتلقي ليتعمق أكثر في القضية المطروحة خاصة في حال إذا وظفت بالشكل سليم وطريقة مميزة تخدم القضية المثارة.

وتم إستخدام الشكل الإعلامي إستطلاع الرأي أو إستطلاع أراء الجمهور في المرتبة السابعة بنسبة 4.89**%** في بعض الحلقات كحلقة "الطفل"، "العامل"، "الشبكات الإجتماعية"، "المرأة" والذين تحدثوا وعبروا عن آرائهم وأفكارهم حول بعض القضايا المطروحة.

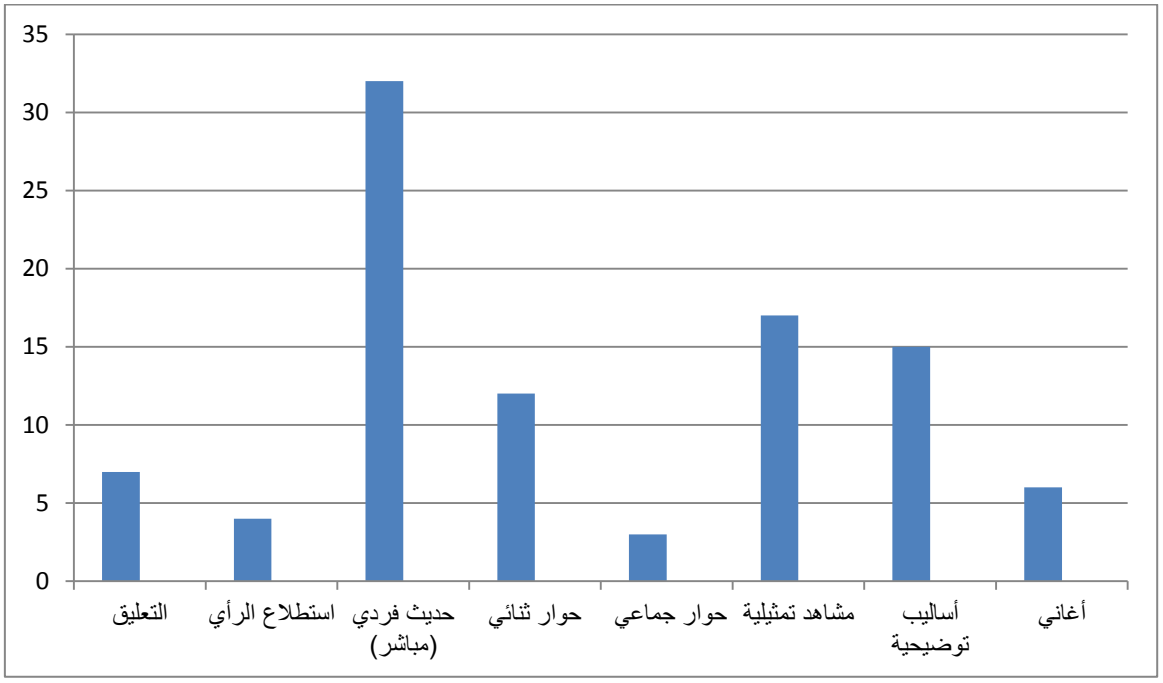
وفي المرتبة الثامنة والأخيرة الشكل الخاص بالحوار الجماعي والذي جاء بنسبة 2.44**%** في بعض الحلقات منها "الطفل"، "العنصرية"، اللاجئ"، "الشبكات الاجتماعية"، "المرأة".

هذا التوظيف المختلف والمتنوع لكل هذه الأنواع الفنية والاشكال الإعلامية لمعالجة القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" يدل على تنوع الطرح ولتنوع أراء الناس واختلافاتهم وتنوع مشاركاتهم وأيضاً عرض مواضيع القضايا الإجتماعية من وجهات نظر مختلفة ومتعددة كون مصدر هذه القضايا يختلف من حلقة لأخرى ما جعل المحتوى ثري بالأشكال الإعلامية من جهة ومن جهة أخرى إن تنويع البرنامج في استخدام الاشكال والأنماط الإعلامية أمر مهم نظراً لما يتميز به كل شكل في جذب الإنتباه وكسر الملل والرتابة وخلق جو من الحيوية والتشويق، كإستخدام الحديث، الحوار، والإستطلاع الرأي كأشكال إعلامية مهمة ومساعدة في إستقاء المعلومات والحصول على الإنطباعات والأراء ووجهات النظر والتفسيرات حول موضوع معين جاءت المشاهد التمثيلية أيضاً كأحد أهم أشكال المادة الإعلامية التي قدمت من خلالها القضايا الإجتماعية كونها تقدم لنا الواقع أيضاً فضلاً عن كون قدرتها كمادة مصورة في إيصال المشاعر، المعاني والافكار حول القضايا كون المشهد يتسم بالإيجاز في تقديم المعلومة ويختزل الكثير من الكلام ما يجنب إصابة المتلقي بالملل فضلاً كذلك عن مساهمة إضافة العناصر التصويرية من زمان ومكان وديكور، ازياء...إلخ، في عملية إيصال الأفكار والمعلومات إلى جانب أيضاً إستخدام الأشكال الأخرى الأساليب التوضيحية، التعليق، الأغاني، التي كان لها دور في

إيصال الأفكار وتوضيح المعاني المراد إيصالها للجمهور بمعالجة إيجابية وسياق معرفي يساعد على توصيل معان ومدلولات خاصة بالقضية الإجتماعية بطريقة أكثر وضوحاً للمتلقي وأساليب تشويقية تساعد في خلق نوع من الثراء المعلوماتي للمتلقي نحو القضية المعالجة.

فهذا النوع في الأشكال هدفه الأساسي هو جذب الجمهور للتأثير فيه وتوعيته بأهمية القضايا الإجتماعية المعالجة ما يساهم بشكل ما في تكوين الأراء والإتجاهات نحو هذه القضايا وإظهار معالمهما التي تم معالجتها.

الشكل رقم (4): يوضح توزيع نسب فئة شكل الأنماط الصحفية المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجتماعي "قمرة1".



3) فئة نوع العناصر الفنية المستخدمة في البرنامج الإجتماعي "قمرة1":

1.3 فئة نوع الموسيقى والمؤثرات الصوتية:

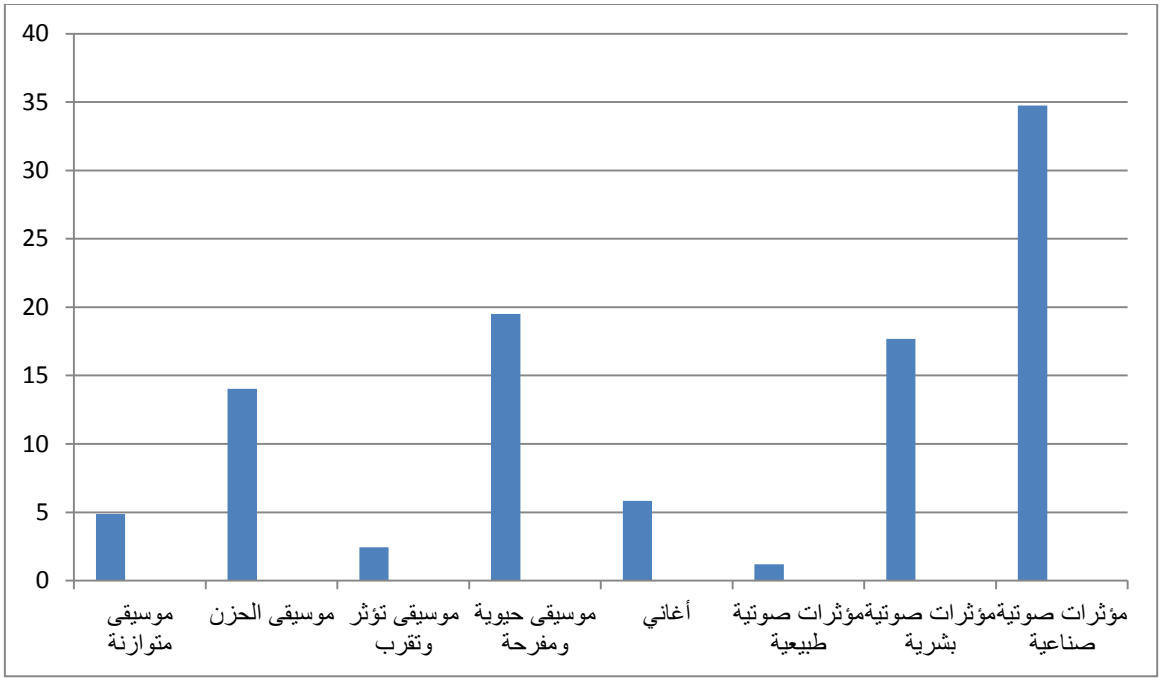
يعمل إستخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية في مختلف الأعمال الفنية التلفزيونية المتحركة للتعبير عنها أو إيصال معانيها وبذلك فهي تعكس مختلف الأحداث التي تنطوي عليها الصورة التليفزيونية، ما يؤكد على وجود علاقة وثيقة بين طبيعة إستخدامها والمعنى التي وظفته على هذه الأحداث بتوجيهها إلى دلالات بعينها كإعطاء طابع الواقعية وتوجيه عواطف المتلقي لحدث معين وغيرها من الدلالات دون أن ننسى قدرتها المميزة على جذب إنتباه المتلقي وجعله مشدودا طوال فترة العرض.

لذلك من الأهمية الإعتماد على هذه الفئة في دراستنا وهذا ما سنوضحه في الجدول التالي:

الجدول رقم (15): يوضح توزيع التكرارات فئة نوع الموسيقى والمؤثرات الصوتية المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1".

فئة نوع الموسيقى/المؤثرات الصوتية	التكرار	النسبة المئوية
موسيقى متوازنة	08	**%**4.87
موسيقى الحزن	23	**%**14.02
موسيقى تؤثر وتقرب	04	**%**2.43
موسيقى حيوية ومفرحة	32	**%**19.51
أغاني	09	**%**5.84
مؤثرات صوتية طبيعية	02	**%**1.21
مؤثرات صوتية بشرية	29	**%**17.68
مؤثرات صوتية صناعية	57	**%**34.75
المجموع	164	**%**100

الشكل رقم (05): يوضح إجمالي التكرارات والنسب المئوية لطبيعة الموسيقى والمؤثرات الصوتية المستعملة في عرض مواضيع القضايا الإجتماعية بالبرنامج "قمرة1"



بناءً على النتائج الواردة جاءت المؤثرات الصناعية والمرافقة للأشكال والقوالب الإعلامية التي إحتضنت القضايا الإجتماعية بعينة الدراسة وهذه القوالب موضحة ومبينة في الجدول رقم (15) فإن المرتبة الأولى بالنسبة 34.75%، كأصوات المغارات والقصف التي عبرت عنمها ووظفتها في حلقات الإرهاب واللاجئ للتعبير عن الوضع اليومي الذي تشهده سوريا، وتليها مباشرة موسيقى حيوية ومحزنة في المرتبة الثانية بالنسبة 19.51%، بعدها في المرتبة الثالثة أستخدمت مؤثرات صوتية بشرية بنسبة 17.68%، وكان أبرز هذه المؤثرات الصوتية في حلقة "الطفل، "التنمر"، "المرأة"، "اللاجئ"، "الإرهاب".

بينما الموسيقى المحزنة جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة14.32%، وجاءت الاغاني في المرتبة الخامسة مرافقة لبعض الحلقات بالنسبة 5.58%، لحلقة "الإرهاب" وحلقة "اللاجئ" وما لوحظ على أن أغلب الأغاني التي رافقت القضية الإجتماعية المعالجة كانت أغاني "موطني" وكذلك بعض النغمات الأجنبية وجاءت الموسيقى المتوازنة في المرتبة السادسة 4.87%، بينما الموسيقى التي تقرب وتوتر التي

تأتي متجسدة في صوت (الرياح، الرعد، تساقط المطر) في المرتبة الثامنة والاخيرة بنسبة 1.21%، في حلقة "التعليم" و "الشبكات الإجتماعية" و "العنصرية" فعند متابعتنا المتمعنة للحلقات العينة الدراسة لا حظنا أن النسيج الصوتي أو الموسيقى على إختلاف نغمتها من العناصر المرافقة لمواضيع القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" منذ بدايتها وحتى اللحظات الاخيرة من برنامج "قمرة" فلا تكاد تنقطع الموسيقى من الحلقات محل التحليل ما عدا في مواقف محدودة خاصة أثناء الحديث إلا أن هناك أحاديث ممزوجة بالموسيقى والمؤثرات الصوتية فبذلك نجذب إنتباه المتلقي لما تنقله من إنفعالات.

وبناء على النتائج المتحصل عليها يتضح أن هناك تنويعاً في توظيف برنامج "قمرة1" لعناصر الموسيقية والمؤثرات الصوتية المناسبة والتي تحاكي الموقف التي وضعت من أجله، وعيله فعناصر الموسيقى والمؤثرات الصوتية ضرورية في العمل التلفزيوني فهي عناصر مهمة لإكمال بناء هذا العمل وقد تكون سبب في تقوية المعنى التلفزيوني، فهي عناصر مهمة لإكمال بناء هذا العمل وقد تكون سبب في تقوية المعنى وإضفاء نوع من المعنى عليه رغم إمتلاكه لصورة إلا أنه لا يستطيع التحصل على إضافة المؤثرات الصوتية والموسيقى التصويرية.[1]

كما أن إستخدام الموسيقى المناسبة مع تناغم إيقاعاتها توحي بدلالات معينة تخدم المحتوى على نحو إيجابي فهو عنصر مهم يحمل رسالة ذات معنى ويمكن أن يؤثر على مفهوم أو تفسير الصور المتحركة كون الموسيقى تعتبر الإطار الذي يكفل عدم إنطلاع هذه الصورة من الفراغ، خاصةً وأن المتلقي قد يجد الصور والمشاهد الصماء مزعجة ويشعر أن اللقطات التي تنقل إليه البيئة معينة زائفة إذا لم يتمكن من الإستمتاع إلى أصوات تلك البيئة أيضاً.[2] على إعتبار أن الموسيقى المعبرة هي التي تجسد موضوعا وما تعبر عنه وتظفي جانبا من الجمال لدعم المضمون المقدم من جهة ومن جهة أخرى للنغمات الموسيقية أهمية إثارة إنتباه المتلقي وفي رفع هذا المستوى لما تمتلكه من عناصر الجاذبية، كما تتمثل أهميتها وتتجسد في قدرتها على نقل وإيصال معاني الرسالة وتأكيدها.

---

[1] حسن علي محمد: **فنون الكتابة والحديث للراديو والتلفزيون**، ط1، دار الميان للطباعة والنشر، مصر، 2015، ص 186.

[2] رانيا ممدوح صادق: **الإعلان التلفزيوني "التصميم والإنتاج"**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص ص 300-301.

فكلما كانت الطريقة الإخراجية جيدة كلما كان لفت الإنتباه الجمهور للفكرة أو الموضوع المثار للطرح، وبالتالي يزيد التأثير عليه، وتظهر النتائج تنويع في إستخدام عناصر الإخراج الفني وهذا ما أكدته أيضاً المؤثرات الصوتية والموسيقية المستخدمة الذي كان حضورها نابع من طبيعة المضامين الإجتماعية التي تحمل دائما إستخدام الموسيقى لإضفاء حالة معينة وإستثارة الحواس وأعمق المتلقي وبالتالي الوصول إلى درجة عالية من الإقناع والتأثير عليه.

لأن الموسيقى تزيد من ترابط المادة الإعلامية وبالتالي تقوم بتنبيه ذهن المتلقي لمتابعة المحتوى أو المادة الإعلامية وزيادة الإنفعال لها، كما أنها تساعد على تأكيد الفعل كالفرح والحزن وما يعطي عمقاً أكثر للصورة وبالتالي في تعزيز وتقوية معنى الرسالة الإعلامية عموماً وفكرة القضايا الإجتماعية المطروحة في برنامج "قمرة1" خصوصاً.

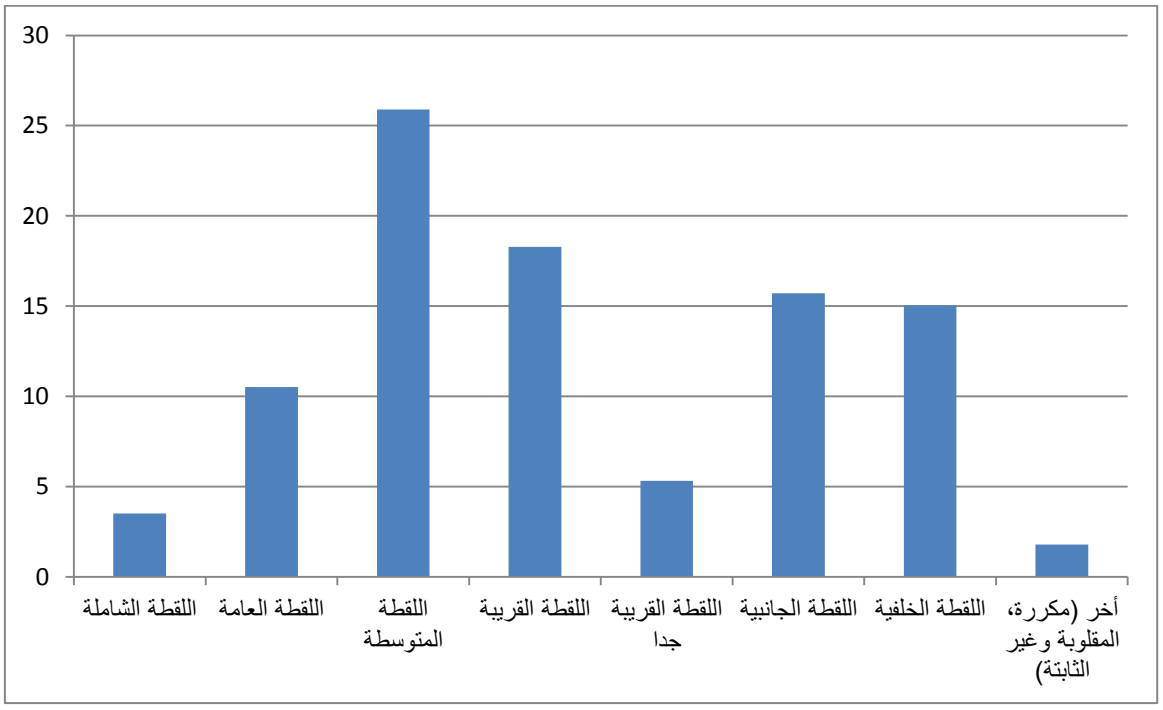
وهنا نشير إلى إتفاق مجموعة من الدراسات السابقة والدراسة الحالية حول النتيجة المتحصل عليها في هذه الفئة الفرعية وحول أهمية إستخدام الموسيقى كوسيط تعبيري لزيادة التفاعل مع المحتوى المقدم والتأثير على الجمهور من خلال كشفها للبيئة العميقة للصورة منها دراسة "

2.3 فئة نوع اللقطة:

الجدول رقم (16): يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة نوع اللقطات الكاميرا المتضمنة في برنامج "قمرة1" الإجتماعي.

فئة نوع اللقطة	التكرار	النسبة المئوية
اللقطة الشاملة	41	%3.50
اللقطة العامة	123	%10.51
اللقطة المتوسطة	303	%25.89
اللقطة القريبة	213	%18.29
اللقطة القريبة جداً	109	%5.31
اللقطة الجانبية	184	%15.72
اللقطة الخلفية	17	%15.04
أخرى (مكررة، المقلوبة وغير الثابتة)	21	%1.79
المجموع	170	%100

الشكل رقم (06): يوضح توزيع النسب لفئة نوع لقطات الكاميرا المستخدمة في برنامج "قمرة1".



تبين بيانات الجدول رقم (15) إجمالي نسب وتكرارات زوايا ولقطات الكاميرا المستخدمة في تصوير مضامين العينة الخاضعة للتحليل، وتظهر النتائج ميدانيا التنوع في إستخدام لقطات وحركات الكاميرا، كما توضح أن اللقطات التصويرية تتنوع بين اللقطة الواسعة والقريبة وتسمى أحيانا اللقطة الأميركية طبقت على مجمل اللقطات الكاميرا المعتمدة في العينة المدروسة وتمثل نسبة 25.8**%**، لتأتي في المرتبة الأولى وهي استخدمت في العرف على السيارات وحركات الجسم، تليها اللقطات التصويرية القريبة في المرتبة الثانية مسجلة نسبة 18.20**%** هذا المستوى من التصوير له دلالة في إبراز تفاصيل الاشياء وأوضاع المكان والشخصيات الفاعلة ولففت النظر إلى مناظر محددة في بيئة التصوير.

وجاءت في المرتبة الثالثة اللقطات الجانبية التي تلتقط الصورة من زوايا محددة والتي تحمل معنى وتعطي إحساساً معيناً للمتلقي بالنسبة 15.72**%** في حين اللقطات المصورة من الخلف جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة 15.04**%** وهي اللقطات التي سمحت فيها بتحريك الكاميرا لتتبع أجزاء من المشهد يراد منها لفت نظر وتقوية إنتباه المتلقي إليها.

واللقطات العامة إستخدمت بنسبة 11.51**%** وتموضعت في المرتبة الخامسة ويعود إستخدام هذا النوع من اللقطات التصويرية في بداية كل مشهد فتتعد بذلك لقطات تأسيسية لما هو قادم هدفها إبراز المكان والزمان بتفاصيل أكثر والسماح للمتلقي بفهم بيئة التصوير ومكانه، مع إبراز معالم بيئة التصوير، كما تستعمل أيضاً كمداخل إعدادية للمقاطع أو المشاهد .

ثم في المركز السادس اللقطات القريبة جدا بنسبة 1.31**%** وهذا النوع من اللقطات القريبة جدا يستخدم عادة في إبراز أوضاع خاصة مظهر ردود الفعل وتفاصيل الوجه الدقيق، واحتلت، اللقطات الشاملة موقع هامشي في عينة التحليل وجاءت المرتبة السابعة بنسبة 3.50**%** وهذ اللقطات تستوعب المكان من زوايا عالية وتعطي للمتلقي إحساسا مكانيا بإظهارها لموقع التصوير طابعه، خلفيته، وأبعاده حيث تحوي أكبر معلومات يمكن أن تصل للمشاهد وتستخدم عادة في بداية كل مشهد تصويري[1] وأخيرا في المرتبة الثامنة جاءت اللقطات المكرر (الغير ثابتة والمقلوبة) بنسبة 1.79**%** والتي تأكد عادة في مشاهد الإرتباك وفي حالات عدم التوازن؛ وتمثلت في دراستنا في حلقة (المرأة، الطفل، الإرهاب، العنصرية) والتي عبرت عن مشاهد القصف وجاءت أغلب زوايا مستوى النظر لفعاليتها في إعطاء

[1] عيسى محمود الحسن: **مرجع سبق ذكره**، ص 35-36.

الإحساس بالتصوير الواقعي على إعتبار الواقعية جزء من البرنامج في حين الزوايا الأخرى رغم إستخدامها الضئيل لها دلالتها وفقاً لتدفق سير الاحداث نحن نعلم أن القنوات الفضائية تعتمد في عملها على الصورة السمعية المرئية وتبرز أهميتها على اعتبارها تجسد موضعا أو حدثاً عينا وتعبر عنه بطريقة مباشرة وبنوع من التفصيل ما يعطي له قيمة أكبر وهي العنصر الأول في العمل التلفزيوني وأساس حمل المضامين رسائل الفضائيات العربية ذلك أن الصورة تعني جانب كثير من المادة المقروءة أو المنطوقة كما تختزل معاني ودلالات كثيرة قد يكون من الصعب ايصالها في غير الصورة.

لذا تعتبر اللقطة أهم وحدة لبناء الفيلم وأساس العمل التلفزيوني وتستمر اللقطة الواحدة بضع ثواني أو دقيقة كما يمكن أن تكون طويلة وكل لقطة وحركة كاميرا تعبر عن معنى كما أنها تزيد من عمق المضمون عن طريق دلالاتها المتنوعة والمتعددة وبذلك مجموعة اللقطات تبني تأثيراً كاملاً وتضفي معنى واضحا لا يمكن أن تبلغه لقطة واحدة.[1]

ويعتمد حجم ونوع كل لقطة على المسافة الفعلية بين الكاميرا قصد ربط اللقطات السائدة في المشهد هي أهم العناصر لخلق الإيقاع العام الذي يساعد على توصيل الهدف منه للمتلقي بصورة لا غبار عليها ويعرفها "**أحمد زكي بدوي**": "جزء من الفيلم العام الذي يتم تصويره بصفة مستمرة ودون توقف للمرء او المنظر او أي شيء يراد تصويره، وتتحدد اللقطة بواسطة إدارة الكاميرا في وضع معين حتى تتوقف أو يتم النقل إلى منظر أخر في الشيء أو كاميرا أخرى في التلفزيون واللقطات تجمع معاً لتكون مشاهد والمشاهد تجمع معاً لتكون فصولاً".

وتتميز الصورة المتحركة أو الفيلمية كمفردة من مقومات اللغة المرئية بأنها صورة مركبة ذات صور رموز تكنولوجية وإنسانية تحمل المعاني والمستويات الدلالية التي يعبر عنها النص المكتوب وتخلق المعنى الكامن للشيء المادي المخفي بواسطة فكر الإنسان وفق عملية فنية إبداعية.[2]

---

[1] إيمان عبد الرحمان: **أشكال ومضامين البرامج الحوارية المعروضة بأكثر من وسيلة إتصالية "برنامج نقطة حوار" "تلفزيون وراديو" "أنترنت bbc عربي"**، مجلة كلية التربية الأساسية، ملحق العدد 75، 2012، ص 60.

[2] نسمة البطريق، عادل عبد الغفار: **الكتابة للإذاعة والتلفزيون**، المركز المصري للكتاب، مصر، 2005، ص ص 90-91.

وتظهر نتائج الجدول أعلاه الإستعانة بمختلف حركات الكاميرا والتي ساعدت في تحقيق الوظيفة التعبيرية والجمالية للصورة التي تكون أساسيا في الإلتقاط وتسهم هذه الوظيفة بشكل فعال في أن تكون اللقطة المصورة جمالية تحفز على أن تكون ذات جاذبية وتأثير في المتلقي.[1]

كما تبرز النتائج الواردة أهميتها في المساعدة على تتبع المعاني الحقيقية التي تنقلها مضامين برنامج "قمرة1" الخاضعة للتحليل لمعرفة الواقع الإجتماعي لذا تعتبر الصورة إعادة لتفكيك الواقع.

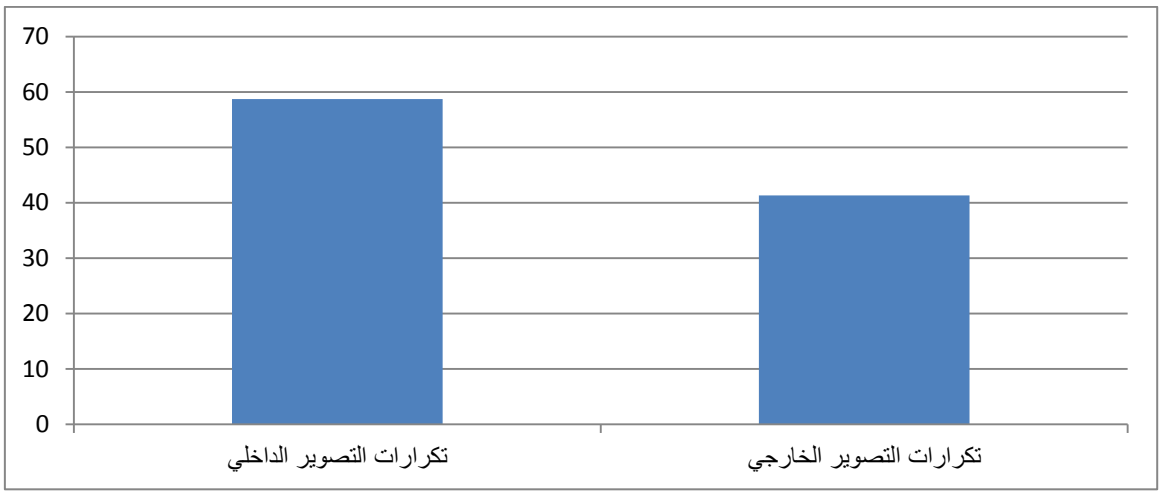
[1] طالب عبد الحسين فرحان الشمري: **مرجع سبق ذكره**، ص 23.

4) فئة طبيعة مكان التصوير:

الجدول رقم (17): يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة وبيئة التصوير في برنامج قمرة "1".

طبيعة بيئة التصوير في "قمرة1"	التكرار	النسب المئوية
التصوير الداخلي	27	%58.69
التصوير الخارجي	19	%41.30
المجموع	46	%100

الشكل رقم (07): يوضح طبيعة التصوير في "قمرة1" النسبة المئوية.



يبين الجدول (17) إجمالي نسب وتكرارات وأماكن التصوير المستخدمة في مضامين العينة الخاضعة للتحليل وتظهر النتائج أماكن تصوير مضامين القضايا الإجتماعية بالبرنامج "قمرة1" مقسمة بين التصوير الداخلي والتصوير الخارجي وهي اماكن تواجد الشخصيات الفاعلة. وجاءت في مقدمة هذه الفئة أماكن التصوير الداخلي كأكثر الأماكن إستخداماً في فئة بيئة التصوير بنسبة قدرها 58.69% مقارنة ببيئة التصوير الخارجي التي قدرت نسبة تواجد أماكن التصوير الخاصة في عينة الدراسة ب 41.30% وتشير النتائج المتحصل عليها إلى إختلاف مراكز إهتمام المحتوى المتمثل في القضايا الإجتماعيية بالأماكن أو المناطق الجغرافية رغم تباين طفيف للنسب المتحصل عليها وهذا ما يدل إهتمام تأثير وتأثر جميع الاماكن بإختلافها بالقضايا الإجتماعية التي يعيشها المجتمع.

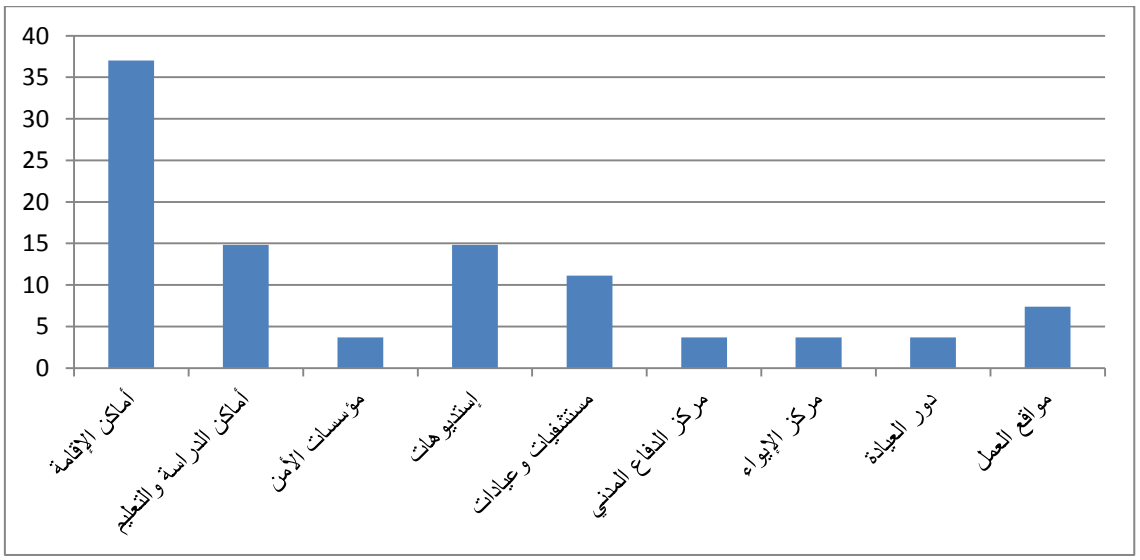
يمكن تقسيم عناصر هذه الفئة إلى فئات فرعية وفق ما يلي:

أ- فئة أماكن التصوير الداخلي:

الجدول رقم (18): يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة طبيعة أماكن بيئة التصوير الداخلي في برنامج "قمرة1".

طبيعة بيئة التصوير الداخلي في برنامج "قمرة1"	التكرار	النسب المئوية
أماكن الإقامة	10	%37.03
أماكن الدراسة والتعليم	04	%14.81
مؤسسات الأمن	01	%3.70
إستديوهات	04	%14.81
مستشفيات وعيادات	03	%11.11
مركز الدفاع المدني	01	%3.70
مركز الإيواء	01	%3.70
دور العيادة	01	%3.70
مواقع العمل	02	%7.40
المجموع	27	%100

الشكل رقم (08): يوضح نسب فئة طبيعة أماكن بيئة التصوير الداخلية في برنامج "قمرة1".



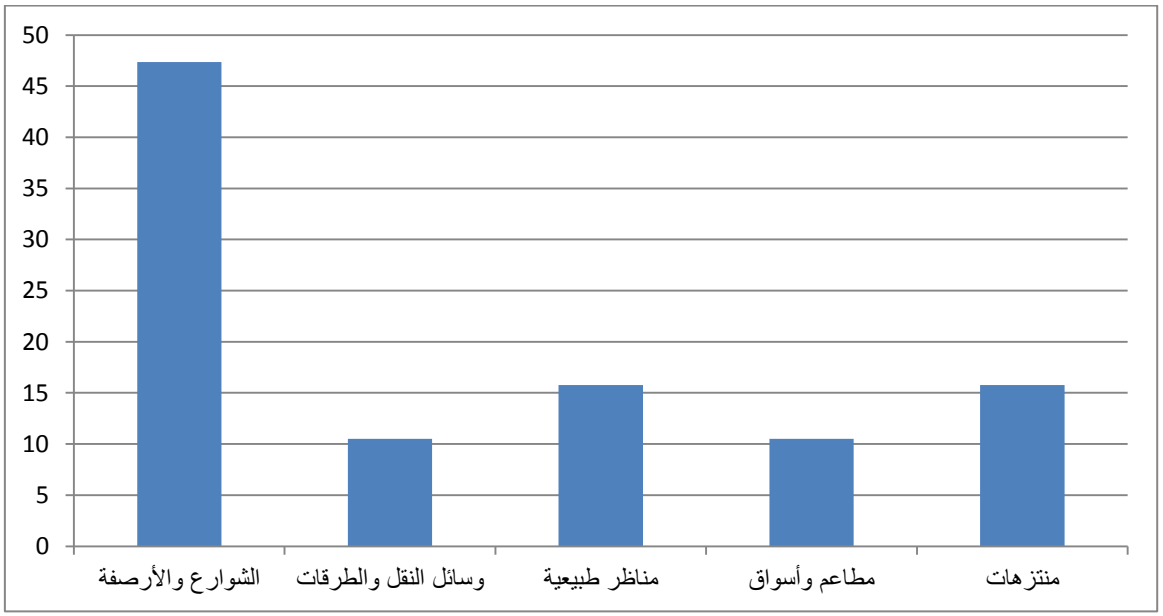
حسب النتائج المبنية في الجدول رقم (18) بلغت تكرارات الأماكن الإقامة والأمن ومراكز الإهتمام كمنشأ جغرافي للقضايا الإجتماعية المعالجة في بيئة التصوير الداخلي في العينة المدروسة بسنبة 37.03**%** وجاءت في المرتبة الأولى كأكثر الأماكن التي تجسدت زوايا القضايا الإجتماعية في البرنامج "قمرة1"، وتأتي مباشرة في المرتبة الثانية مناصفة مع أستدويوهات تصوير وذلك بنسبة **%**14.81 لكل منها بعد ذلك يأتي تموقع باقي الأماكن على نحو ثانوي بداية بالعيادات والمستشفيات في المرتبة الثالثة بنسبة 11.11**%** ثم تليها أماكن العمل في المرتبة الرابعة بنسبة 7.4**%**، وأخيرا في المرتبة الخامسة كل من مراكز الدفاع المدني، ودور العيادة ومؤسسات الأمن ومراكز الإيواء لتحتل نفس المرتبة وليصل كل مكان من أماكن التصوير السابقة الذكر على نسبة 3.70**%**.

ب- فئة أماكن التصوير الخارجية:

الجدول رقم (19) يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة طبيعة أماكن بيئة التصوير الخارجية في برنامج "قمرة1".

طبيعة بيئة التصوير الخارجي في "قمرة1"	التكرار	النسب المئوية
الشوارع والأرصفة	09	**%**47.36
وسائل النقل والطرقات	02	**%**10.52
مناظر طبيعية	03	**%**15.78
مطاعم وأسواق	02	**%**10.52
منتزهات	03	**%**15.78
المجموع	**19**	**%100**

الشكل رقم (09): يوضح نسب فئة طبيعة أماكن التصوير الخارجي في برنامج "قمرة1".



فيما يخص أماكن التصوير الخارجي في العينة الخاضعة في التحليل دائما وفق نتائج الجدول رقم (19) أعلاه، والذي يظهر الشوارع والأرصفة كأهم أماكن تصوير للقضايا الإجتماعية المعروضة ببرنامج "قمرة1" في المرتبة الأولى بنسبة 47.36**%**، تليها المنتزهات في المرتبة الثانية بنسبة 15.78% وتتقاسم هذه المرتبة مع المناظر الطبيعية الخلابة وأخيراً جاءت أماكن التصوير المتمثلة في المطاعم والأسوق مع وسائل النقل والطرقات في المرتبة الثالثة بنسبة 10.62%.

مما سبق طحه تؤكد نتائج الدراسة تنوع وإختلاف في توظيف أماكن التصوير القضايا الإجتماعية محل الدراسة بين مجموعة من الأماكن الداخلية المغلقة والمحددة المجال والأماكن الخارجية المفتوحة المجال ووجود هذا الإختلاف والتنوع في بيئة التصوير ليس فقط من أجل التنويع وإنما عن قصد الإعطاء بعد جمالي على القضية الإجتماعية المعالجة من خلال تفاصيل وجزئيات من صور والوان لهذه الأماكن فضلا عن القرب النفسي للجمهور حيث ينقل البرنامج محل التحليل قضايا من الشارع العربي للرأي العام وإبراز الجوانب المختلفة للقضية وتأثيراتها المختلفة سواء على الفرد او المجتمع ما يجعل توظيفها مهم ومفيد في التعبير عن أبعاد أغلب القضايا الإجتماعية المعالجة على مستوى برنامج "قمرة1" ويجعل ذلك المتلقي يعيشها بكل تفاصيلها، فتأكيد أماكن إنطلاق ونهاية هذه القضايا من خلال تجيد الواقعية وتقريب عملية نقل الأفكار والسلوكيات للمتلقي، هذه مجموعة من المعاني والدلالات التي أثرت فكرة القضية

المعالجة كما بلغت وحققت إندماج، تجانس، وتكامل مع أفكار القضايا الإجتماعية المثارة ونجحت في إستيعاب مجموعة من الأفكار الواردة في القضايا الإجتماعية وتناسب مع موضوعاتها وعكس طبيعتها وغبرت عن أبعادها كنوع من العوامل المساعدة لإيصال الفكرة والوصول إلى درجة التأثير المطلوبة وتحقيق الإقناع المرجو.

من جهة أخرى ساهمت عناصر الديكور في أماكن التصوير سواء في الأماكن التصوير الداخلية أو أماكن التصوير الخارجية في غير البيئة بشكل جذاب ومريح وإعتمدت المعالجة للقضايا الإجتماعية في البرنامج "قمرة1" على الديكور ومطاهر بسيطة بعيدة كل البعد عن الخيال والتصنع وتدل على الحياة اليومية للمجتمع العربي وحتى المجتمعات الغربية التي تم التصوير فيها ما يعطي إنطباعاً وشعور بالراحة للمتلقي وما يضفي مزيداً من الواقعية على المحتوى المقدم والذي تحمل في طياتها بعدا حقيقيا وواقعيا فكل الأماكن التي تم التصوير فيها هي عنصر موجود على أرض الواقع وتعود للحقبة الزمنية الحالية والوقت الراهن، فلا علاقة لها بعناصر الديكور في الزمن الماضي ولا بالزمن المستقبلي فهي بذلك مرتبطة إرتباطا وثيقاً بالواقع الآني وما يؤكد ذلك أيضاً هو واقعية البرنامج "قمرة1" لمساهمته في نقل وتصوير بعض جوانب الواقع الإجتماعي العربي من خلال مجموعة من القضايا الإجتماعية الحقيقية والحاصلة فعلا في الحياة اليومية الواقعية والتي ترجمتها في شكل مضمون إعلامي ذو بعد إجتماعي .

كما ساهمت الإضاءة وعناصرها من ناحية أخرى في دعم المضمون المقدم في القضايا الإجتماعية المعالجة في برنامج "قمرة1" والتي تنوعت بين الإضاءة الطبيعية متمثلة في ضوء الشمس والتي كانت مرتبطة بمختلف أماكن التصوير في البيئة الخارجية وبين الإضاءة الاصطناعية والتي كانت مرتبطة بمختلف أماكن التصوير في البيئة الداخلية.

من خلال تحليلنا لفئة الإخراج الفني ولكل فئاتها الفرعية نستخلص أن عينة الدراسة وظفت جماليا ودلاليا هذه العناصر الشكلية بما يناسب والغرض التفاعلي ذلك أن طبيعة البرامج التفاعلية تفرض توظيف هذه العناصر من الناحية الجمالية لإظفاء نوع من الإنبهار البصري، التشويق، وحتى الفخامة . ومن ناحية الدلالية أستخدمت لتدل وتعبر عن نوعية القضية وتقنيات معالجتها فهذه العناصر مجتمعة مع بع يعول عليها دلاليا لتعزيز مضمون البرنامج محل التحليل وتدعيم الأفكار المطروحة عن هذه القضايا

الإجتماعية كما تجدر الإشارة إلى أهمية الصور الواقعية كبناء مهم في تمظهرات وبنية الشكل في البرامج التفاعلية التلفزيونية حيث يعتمد تصوير كعنصر من بيئة الشكل في البرامج التفاعلية التلفزيونية على الكاميرات المخفية أو الكاميرات الحقيقية المحمولة باليد والتي تعطي للواقع عفوية ومصداقية أكثر من خلال إهتزازها والتي تشعر المتلقي معها أنه في تصوير منزلي هذا في التصوير الخارجي.

أما التصوير الداخلي فيحتوي على كاميرات كثيرة وبحجوم لقطات وزوايا مختلفة تلاحق الشخصيات الفاعلة وهذا ما ظهر لنا في بعض من حلقات البرنامج "قمرة1" وعليه تعمل العناصر السابق ذكرها لكشف الجو العام بصورة مباشرة في سياق نقل الواقع فلا وجود للافتراضية في أماكن التصوير التي تظهر بصورة مألوفة تميل وتحاكي الواقع نفسه من خلال تصوير أو نسخ الواقع ونقله للمتلقي.[1]

[1] عمار إبراهيم، محمد الباسري: **البرامج التفاعلية التلفزيونية "تمظهرات الشكل وبنائه الدرامي والدلالي"**، ط1، دار الرضوان للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 200.

ثانياً: عرض نتائج الخاصة بتحليل فئات المضمون لمادة الإتصال في برنامج "قمرة1" مع تحليل وتفسير الأبعاد المتحصل عليها.

تعد فئات المضمون التي تصف المحتوى الإعلامي التي عرضته الوسيلة الإعلامية أي تصف المحتوى للمادة الإتصالية فهي بذلك الفئات اليت تهتم بوصف الكلمات، مواقف المعاني والأفكار وغيرها مما قد تتضمنه المادة الإتصالية وتظهر في المحتوى[1] والتي ظهرت في محتوى برنامج "قمرة1" عن مختلف القضايا الإجتماعية وتجيب عن السؤال ماذا قيل؟ وتتدرج ضمنها جملة من الفئات الفرعية تصب جميعها في جانب المضمون.

وفي هذا العنصر سنتعرض بالدراسة والتحليل لكل الفئات الرئيسية والفئات الفرعية التي تصف مراكز الإهتمام في محتوى البرنامج "قمرة1" عن القضايا الإجتماعية ودراستها ، والتي تم توضيحها بكثير من التفاصيل في عناصر الإجراءات المنهجية للدراسة والموضحة في الفصل الأول والتي تم جمع بياناتها من خلال إستمارة تحليل المحتوى وفئات المضمون التي تم إعتمادها وتحليلها في هذه الدراسة ستة وهي:

1) **فئة موضوع القضايا الإجتماعية.**
2) **فئة القيم.**
3) **فئة الأساليب الإقناعية.**
4) **فئة الأهداف.**
5) **فئة الفاعل.**
6) **فئة الأطر الإعلامية.**

[1] بلقاسم سلاطنية، حسام الجيلاني: **أسس المناهج الإجتماعية**، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2012، ص 58.

1) فئة مواضيع القضايا الإجتماعية في البرنامج الاجتماعي "قمرة1".

من أشهر الفئات وأكثرها إستخداماً في البحوث الإعلامية فئة الموضوع والتي تستخدم بغرض الكشف عن مراكز الإهتمام في المحتوى بالموضوعات المختلفة التي تعرضها وسائل الإعلام ومستهدفة بذلك الإجابة على السؤال: علام يدور المحتوى محل التحليل؟.[1]

الجدول رقم (20): يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة القضايا الفرعية لموضوع الطفل في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".

الحلقة	القضايا الفرعية	التكرار	النسبة المئوية
الطفل	حق الرضاعة	2	%12.5
	الأعمال	2	%12.5
	سوء المعاملة	3	%18.75
	حب الطفل وتحفيزه	3	%18.75
	العنف	2	%12.5
	الاهتمام	2	%12.5
	أساليب المعاملة	2	%12.5
المجموع		**16**	**%100**

يبين الجدول رقم (20) إجمالي التكرارات والنسب فئة القضايا الفرعية لحلقة الطفل، حيث تؤكد البيانات مختلف القضايا الفرعية لحلقة الطفل حيث حصلت سوء المعاملة وحب الطفل وتحفيزه على المرتبة الأولى بنسبة 18.75%، ثم تليها حق الرضاعة والإهمال والعنف والإهتمام وأساليب المعاملة على نسبة 15.5% وحصلوا على المرتبة الثانية، ومختلف القضايا التي تمت مناقشتها وعرضها من حق الرضاعة وسوء المعاملة وحب الطفل وتحفيزه والعنف والإهتمام وأساليب المعاملة قد يتعرض لها الطفل سواء من الوالدين أو المجتمع. منها ما هو جيد ومنها ما هو العكس كالعنف وسوء المعاملة والتي تضر بالطفل وتنشئته ونشوء فكره السليم.

[1] محمد عبد الحميد: **بحوث الصحافة**، مرجع سبق ذكره، ص 148.

الجدول رقم (21): يوضح توزيع تكرارات ونسب القضايا الفرعية لموضوع التنمر في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".

الحلقة	القضايا الفرعية	التكرار	النسبة المئوية
التنمر	السخرية والإستهزاء	3	% 18.75
	الإهمال	2	% 12.5
	الإساءة	6	% 37.5
	التميز والإختلاف	4	% 25
	العنف اللفظي	1	% 6.25
المجموع		**16**	**% 100**

الجدول رقم (21) إجمالي التكرارات ونسب فئة القضايا الفرعية لحلقة التنمر، حيث توضح البيانات مجموعة القضايا الفرعية لحلقة التنمر حيث جاءت الإساءة في المرتبة الأولى بنسبة 37.5% ثم تليها في المرتبة الثانية التميز والإختلاف بنسبة 25% ثم السخرية والإستهزاء في المرتبة الثالثة بنسبة 18.75% تليها في المرتبة الرابعة الإهمال بنسبة 12.5% ثم في المرتبة الرابعة والأخيرة العنف اللفظي بنسبة 6.25%. وكل هذه القضايا المطروحة والناتجة عن موضوع التنمر هي اختلافات من منظور كل شخص وكيف ينظر للموضوع وكيف يريد معالجته وأيضاً إختلاف النسب يعود ويرجع إلى تكرار القضايا في حلقة التنمر.

الجدول رقم (22): يوضح توزيع تكرارات ونسب قضايا الفرعية لموضوع التنمر في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".

الحلقة	القضايا الفرعية	التكرار	النسبة المئوية
العامل	عدم الإحترام	1	% 6.66
	سوء المعاملة	4	% 26.66
	التعاطف	6	% 40
	الإحسان	4	26.66 %
المجموع		**15**	**% 100**

يوضح الجدول رقم (22) إجمالي التكرارات ونسب فئة القضايا الفرعية لحلقة العامل التي ضمت بعض القضايا والتي تمثلت في عدم الإحترام محتلة المرتبة الأولى بنسبة 33.33% ثم تليها سوء المعاملة في المرتبة الثانية بنسبة 26.66%، ثم في الأخير المرتبة الثالثة التعاطف والإحسان بنسبة 20 وهذا الإختلاف في النسب والتقارب في بعضها يرجع إلى كل قضية وبروزها في حلقة العامل قد يكون هناك تكرار للقضية الواردة بينهما.

الجدول رقم (23): يوضح توزيع تكرارات ونسب القضايا الفرعية لحلقة الشبكات الإجتماعية في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".

الحلقة	القضايا الفرعية	التكرار	النسبة المئوية
الشبكات الإجتماعية	هدر الوقت	4	% 16.66
	الإدمان	5	% 20.83
	العزلة	3	% 12.5
	القذف والإساءة	3	% 12.5
	الإستحواذ والسيطرة	9	% 37.5
المجموع		**24**	**100**

يوضح الجدول رقم (23) إجمالي التكرارات والنسب فئة القضايا الفرعية في حلقة الشبكات الإجتماعية التي مست بعض القضايا المتمثلة في الإستحواذ والسيطرة بنسبة 37.5% واحتلت المرتبة الأولى، ثم الإدمان في المرتبة الثانية بنسبة 20.83%، ثم هدر الوقت في المرتبة الثالثة بنسبة 16.66% وفي المرتبة الأخيرة والرابعة العزلة والقذف والإساءة بنسبة 12.5% وهذا الاختلاف في النسب من قضية إلى أخرى يرجع إلى مدى تكرار القضية الواردة في حلقة الشبكات الاجتماعية.

الجدول رقم (24): يوضح توزيع تكرارات ونسب القضايا الفرعية لحلقة المرأة في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".

الحلقة	القضايا الفرعية	التكرار	النسبة المئوية
المرأة	زواج القاصرات	4	%25
	العنف	3	18.75 %
	التحرش	2	%5 .32
	إهانة المرأة	5	%31.25
	التحدي وقوة المرأة	2	%12.5
المجموع		16	%100

الجدول رقم (24) يوضح إجمالي التكرارات والنسب فئة القضايا الفرعية لحلقة المرأة والتي نتج عنها مجموعة من القضايا الأساسية والمتمثلة في زواج القاصرات، التحدي وقوة المرأة وكانوا في المرتبة الأولى بنسبة 25% ثم في المرتبة الثانية العنف والإهانة المرأة بنسبة 18.75% ثم في المرتبة الثالثة والأخيرة التحرش بنسبة 12.5% من خلال هذا نلاحظ أن هناك اختلاف في حلقة معالجة القضايا الخاصة بالمرأة حيث كل قضية تمثل زاوية من زوايا المرأة بطريقة مختلفة.

الجدول رقم (25): يوضح توزيع تكرارات ونسب القضايا الفرعية لحلقة العنصرية في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".

الحلقة	القضايا الفرعية	التكرار	النسبة المئوية
العنصرية	تقليل الشأن	3	%17.64
	المجادلة	5	%29.41
	التمييز	3	%17.64
	الكراهية	2	%11.76
	القهر	2	%11.76
	الحقد	2	%11.76
المجموع		17	%100

يوضح الجدول رقم (25) إجمالي التكرارات ونسب فئة القضايا الفرعية لحلقة اللاجئ التي ضمت مجموعة من القضايا المتمثلة في التخريب الذي جاء في المرتبة الأولى بنسبة **%**36 ثم الحرب والتدمير بنسب **%**16 في المرتبة الثانية تليها بنسبة **%**12 العذاب والتشرد في المرتبة الثالثة ثم الموت، بنسبة **%**8 في المرتبة الخامسة والأخيرة.

الجدول رقم(26): يوضح توزيع التكرارات فئة القضايا الفرعية لحلقة اللاجئ في البرنامج الاجتماعي "قمرة1".

الحلقة	القضايا الفرعية	التكرار	النسب المئوية
اللاجئ	الحزن	4	%16
	الموت	2	%8
	التخريب	9	%36
	العذاب	3	%12
	التدمير	4	%16
	التشرد	3	%12
المجموع		25	%100

يوضح الجدول رقم (26) ويبين إجمالي التكرارات ونسب فئة القضايا الفرعية في حلقة اللاجئ، التي نتج عنها مجموعة من القضايا متمثلة في التخريب بنسبة 36**%** وجاءت في المرتبة الأولى، ثم التدمير والحزن في نفس المرتبة أي الثانية وبنسبة قدرت ب 16**%**، ثم تليها في المرتبة الثالثة قضية العذاب والتشرد حيث حصل على نسبة متماثلة قدرت ب 12**%**، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة قضية الموت بنسبة 8**%**.

الجدول رقم (27): يوضح توزيع التكرارات فئة القضايا الفرعية لموضوع العطاء في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".

الحلقة	القضايا الفرعية	التكرار	النسبة المئوية
العطاء	الرعاية والتكفل	2	%10.55
	الإنسان	4	%21.05
	السعادة	5	%26.51
	المساعدة	8	%42.10
المجموع		19	%100

يوضح ويبين الجدول رقم (27) إجمالي التكرارات ونسب فئة القضايا الفرعية لحلقة العطاء، التي نتج عنها مجموعة من القضايا الفرعية المتمثلة في المساعدة بنسبة42.10% وجاءت في المرتبة الأولى، ثم السعادة في المرتبة الثانية بنسبة 26.31%، ثم الإحسان في المرتبة الثالثة بنسبة 21.5%، ثم الرعاية والتكفل بنسبة 10.55% في المرتبة الرابعة والأخيرة، وهذا التفاوت في النسب يعود إلى كل قضية وما مدى تكرارها في الحلقة الخاصة بالعطاء.

الجدول رقم (28): يوضح توزيع وتكرارات فئة القضايا الفرعية لموضع الإرهاب في برنامج الإجتماعي "قمر1".

الحلقة	القضايا الفرعية	التكرار	النسبة المئوية
الإرهاب	الفساد	1	%7.69
	التعذيب	2	%15.38
	الخوف	5	%38.46
	الإساءة	3	%23.07
	الفتنة	2	15.38%
المجموع		13	%100

يوضح ويبين الجدول رقم (28) إجمالي التكرارات والنسب فئة القضايا الفرعية لحلقة الإرهاب والمتضمنة لبعض القضايا والتي تمثلت في الخوف بنسبة 38.46% وجاء في المرتبة الأولى، ثم قضية الإساءة في المرتبة الثانية بنسبة 23.07%، ثم التعذيب والفتنة بنفس النسبة التي قدرت 15.38% في

المرتبة الثالثة، وفي الأخير قضية الفساد التي إحتلت المرتبة الرابعة والاخيرة من مجموع حلقة "الإرهاب" وقدرت نسبتها ب 7.69%.

الجدول رقم (29): يوضح توزيع وتكرارات فئة القضايا الفرعية لموضوع حق التعليم في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".

الحلقة	القضايا الفرعية	التكرار	النسبة المئوية
حق التعليم	الأمية	1	**%**5.26
	العمل المبكر	3	**%**15.78
	الفقر	6	**%** 31.57
	الإهمال	7	**%** 36.84
	المشاكل الأسرية	2	**%**10.52
المجموع		19	**%**100

يوضح ويبين الجدول رقم (29) إجمالي التكرارات ونسب فئة القضايا الفرعية لحلقة الإرهاب والمتضمنة لبعض القضايا، والتي تمثلت في الإهمال الذي كان في المرتبة الأولى بنسبة 36.84%، ثم الفقر في المرتبة الثانية بنسبة 31.57%، ثم العمل المبكر بنسبة 15.78% في المرتبة الثالثة، تلتها المشاكل الأسرية في المرتبة الرابعة بنسبة 10.52%، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة الأمية بنسبة 5.26%.

والملاحظ من خلال هذه النسب لمختلف القضايا الفرعية لمواضيع البرنامج أن الحلقات عالجت مختلف القضايا في الحلقة الواحدة وبأكبر النسب ويكون تصنيفها كالآتي: في المرتبة الاولى حلقة العطاء حيث نالت قضية المساعدة بأكبر نسبة 42.16**%**، تلتها في المرتبة الثانية حلقة الإرهاب، ونالت حلقة الخوف على أكبر نسبة ب 38.46**%**، ثم في المرتبة الثالثة حلقة التنمر والشبكات الاجتماعية حيث نالت قضية الإساءة في التنمر على أكبر نسبة ب 37.5% وقضية الإستحواذ والسيطرة في الشبكات الإجتماعية أيضا على أكبر نسبة ب **%**37.5، تلتها في المرتبة الرابعة حلقة حق التعليم ونالت نسبة الإهمال على أكبر نسبة 36.84**%** ثم في المرتبة الخامسة حلقة اللاجئ حيث نالت قضية التخريب على اكبر نسبة 36**%**، ثم تلتها في المرتبة السادسة حلقة العامل حيث نالت قضية عدم الإحترام على أكبر

نسبة قدرت ب 33.33**%** ثم في المرتبة السابعة حلقة العنصرية حيث نالت قضية المجادلة على نسبة 29.41**%**، ثم تلتها في المرتبة الثامنة حلقة المرأة حيث نالت قضية زواج القاصرات وإهانة المرأة على أكبر نسبة **%**25، ثم في المرتبة التاسعة حلقة الطفل حيث نالت قضية سوء المعاملة وحب الطفل وتحفيزه على أكبر نسبة ب 38.75**%.**

التقارب والتفاوت في نسب مختلف القضايا الفرعية لمختلف المواضيع البرنامج يرجع لطبيعة كل قضية ومبادئ تكرارها في الحلقة الواردة حيث قدد يكون هناك نفس التكرار لقضيتين مختلفتين كما قد يكون العكس. تكرار لقضية دون أخرى وهذا ما قد يحدث تفاوت أو تقارب في النسب لمختلف القضايا المطروحة في مختلف المواضيع.

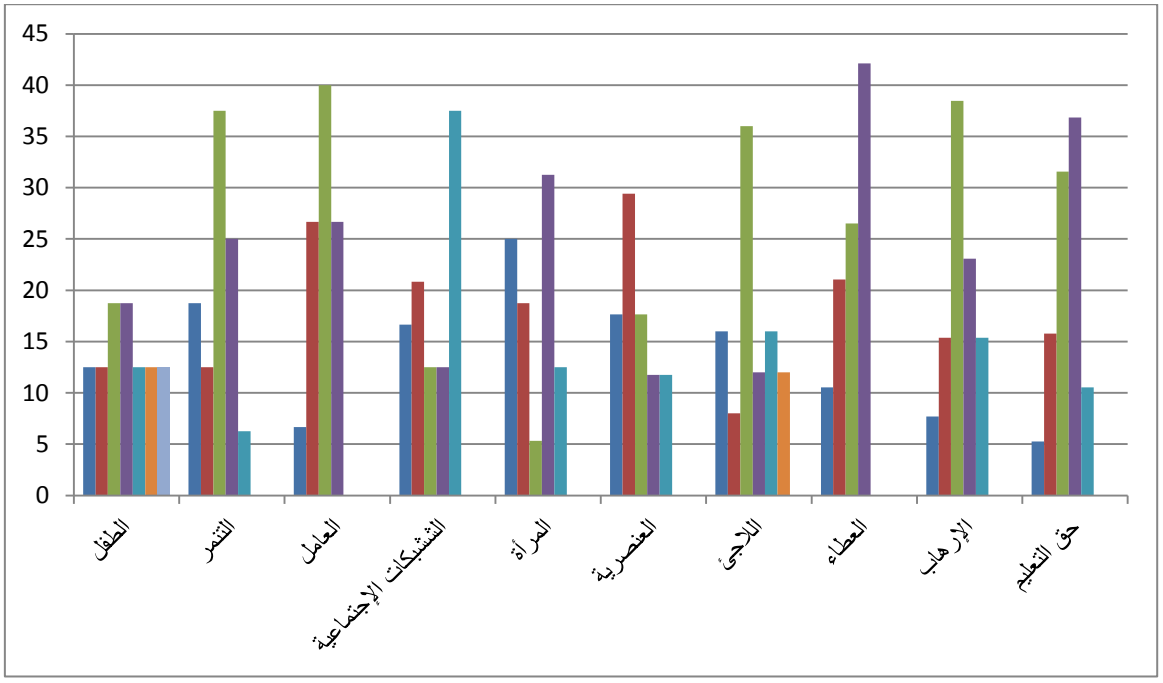
هذا التنوع والاختلاف في المواضيع والفئات الفرعية الخاصة بكل موضوع يرجع فلى أن لكل موضوع توجه معين والترتيب معيين يحدده الجمهور واهتماماته بقضايا إجتماعية معينة على حساب الأخرى. وما يؤكد ذلك هو أن البرنامج استقبل العديد من المشاركات لتي تحمل مواضيع وقضايا مختلفة والعمل على إبراز والتركيز عليها ومنح أهمية خاصة لكل القضايا الإجتماعية التي تخدم الموضوع.

أيضاً هذا التباين في كل حلقة إلى أخرى وحتى في الحلقة الواحدة من القضايا الفرعية الخاصة بكل موضوع قد يرجع إلى شعبية القضايا المطروحة والمعالجة حول الموضوع المطروح وايضا قد يكون بسبب خصوصية كل موضوع معالج وما ينتج عنه من مخلف القضايا التي يطرحها المشاركون ويتفاعلون معها، إلى جانب ظهور مختلف القضايا في حلقة لموضوع معين ربما راجع لغرض إطلاع على المتلقي على الكثير من القضايا في موضوع واحد وفي مدة تشرح خلالها قضية اجتماعية معينة فكانت هناك جوانب إيجابية لهذه القضايا من أجل تعزيزها والدعوة إلى تبنيها والعمل بها، كما هناك جوانب متعلقة ببعض هذه القضايا التي عبر عنها الجمهور ومقدم البرنامج حيث أنه تم طرحها بواقعية وموضوعية ومرافقتها بالحلول الممكنة، والدعوة إلى التخلي عنها وتجنبها والعزوف عنها.

والملاحظ ايضاً للعلاقة الوطيدة لمختلف هذه القضايا الإجتماعية وللدور الذي باستطاعتها تأديته في ربط المتلقي ببيئة وتدعيم روح المسؤولية الاجتماعية الذي من شأنه أن يساعد على خلق ونشر وتنمية الوعي الإجتماعي، كما تجدر الإشارة أن محتوى البرنامج تضمن ثقافات ومعتقدات مختلفة قائمة أيضا

على العلم والمنطق وكل هذا في سياق الإنسانية ومن خلال مضامين القضايا الإجتماعية لمختلف المواضيع التي قدمت على ارض الواقع يمكن تفسير وتوصيل المعلومات والقيم والمعايير الإجتماعية للمتلقي وتوجيهه للسلوك المناسب.

الشكل رقم (10): يوضح توزيع نسب وتكرارات القضايا الفرعية لمواضيع البرنامج الإجتماعي "قمرة1".



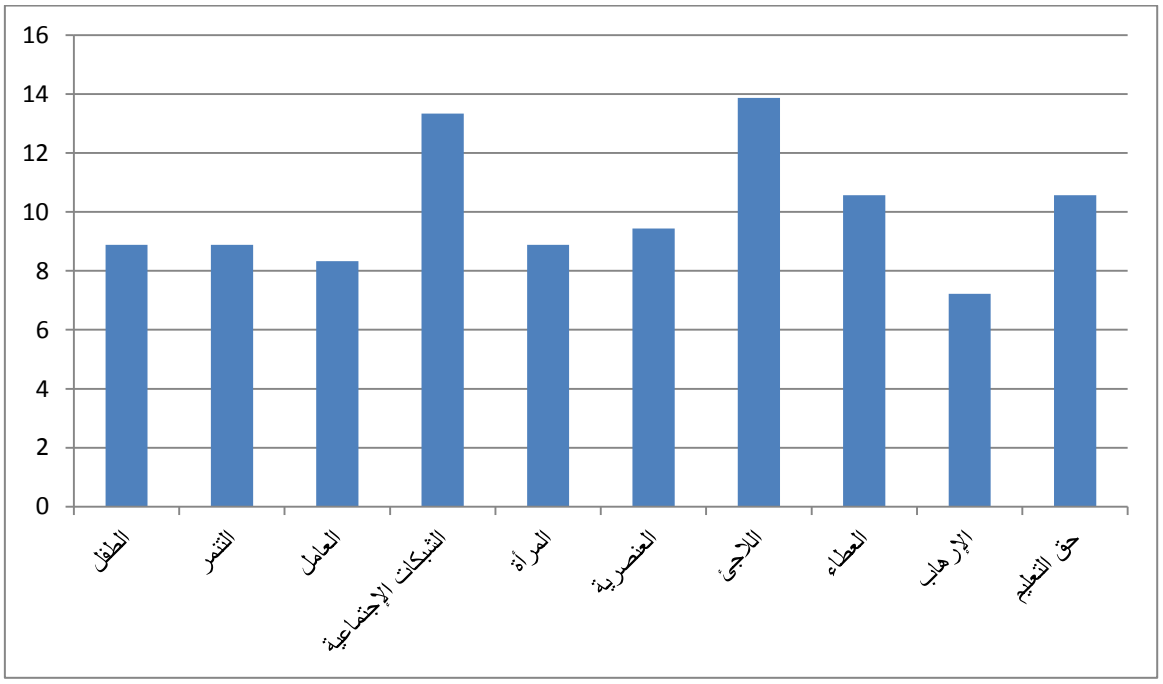
الجدول رقم (30): يوضح تكرارات ونسب فئة المواضيع في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".

الموضوع	التكرار	النسبة المئوية
الطفل	16	**%**8.88
التنمر	16	**%**8.88
العامل	15	**%**8.33
الشبكات الإجتماعية	24	**%**13.33
المرأة	16	**%**8.88
العنصرية	17	**%**9.44
اللاجئ	25	**%**13.87
العطاء	19	**%**10.56
الإرهاب	13	**%**7.22
حق التعليم	19	**%**10.56
المجموع	180	**%**100

الجدول رقم (30) يوضح ويبين إجمالي التكرارات والنسب مواضيع البرنامج الإجتماعي "قمرة1" حيث نلاحظ من خلال هذه النسب بأن الحلقات التي عالجت مختلف القضايا في الحلقة الواحدة وبأكبر النسب كانت بدايتها بموضوع اللاجئ في المرتبة الأولى بنسبة 13.87**%**، ثم تلتها في المرتبة الثانية الشبكات الإجتماعية بنسبة 13.33**%**، ثم موضوع العطاء وحق التعليم في المرتبة الثالثة وحصلا على نفس النسبة قدرت ب **%**10.56، ثم موضوع العنصرية في المرتبة الرابعة بنسبة 9.44**%**، ثم تلتها في المرتبة الخامسة كل من التنمر، المرأة، الطفل، العامل بنفس النسب التي قدرت ب 8.88%، ثم موضع الإرهاب في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة 7.22%، وهذا التفاوت في نسب مختلف المواضيع البرنامج يرجع أن لكل موضوع وما تضمنه من مختلف القضايا ومدى تكرارها في الموضوع الواحد والتقارب في البعض الأخر يرجع إلى أن نفس المواضيع تكررت بنفس النسبة لتكون بذلك في نفس المرتبة.

وأيضا هذا التباين من حلقة إلى أخرى يرجع إلى نسبة القضايا المطروحة والمعالجة حول الموضوع المطروح.

الشكل رقم (11): يوضح توزيع نسب فئة المواضيع في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".



2) فئة القيم المتضمنة في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".

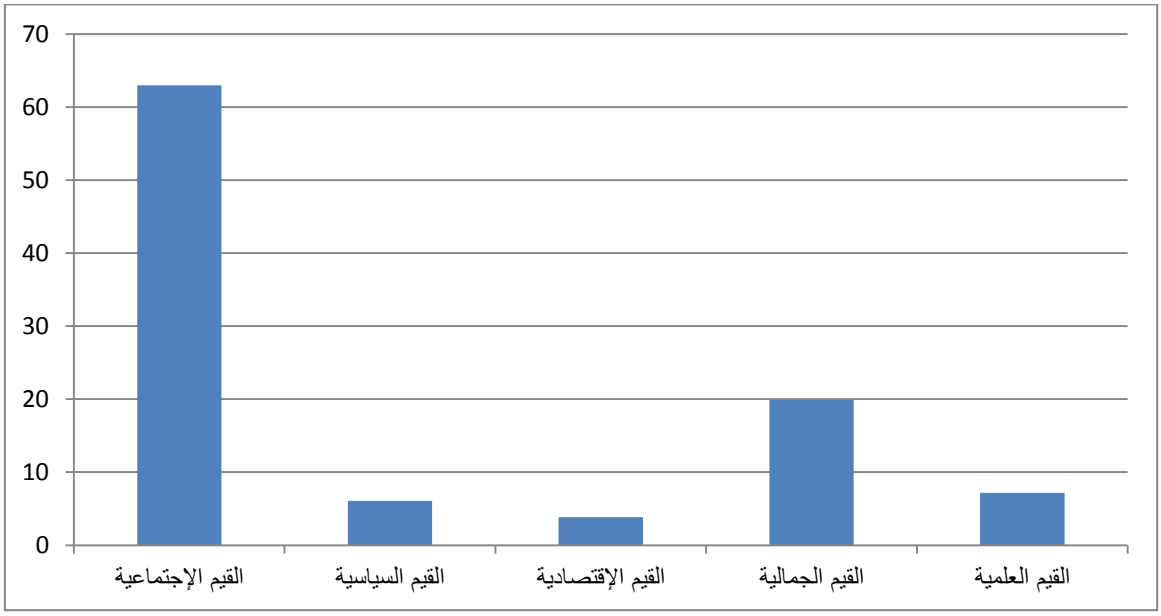
تعتبر القيم من المفاهيم الأساسية التي إهتم بها علماء الإجتماع والأنثروبوليجة مطلع القرن العشرين، ويعتبر موضع تحليل القيم في مضامين وسائل الإعلام عموما والقنوات الفضائية خصوصا من المواضيع التي حظيت بإهتمام الباحثين والدارسين خاصة مع تنوع هذه القنوات وإختلاف أيديولوجياتها وكثرة البرامج التي تعرضها. صار الأمر أكثر أهمية؛ وعموما يؤكد علما الإجتماع في دراساتهم للفهم على أنها جزء من البناء الإجتماعي وهي من صنع المجتمع وتستمد أهميتها من توحد شخصيات المجتمع بها لتنظيم علاقات داخل المجتمع ولتصبح جزء من المواقف الإجتماعية، فالفعل الإجتماعي يتجه وبإستمرار نحو تحقيق القيم الإجتماعية السائدة واستخدمنا هذه الفئة من أجل التعرف على أبرز القيم المتضمنة في البرنامج الإجتماعي "قمرة1".[1]

[1] رمزي جاب الله: **القيم المتضمنة في صفحات الفيس بوك وأثرها على السلوك الإجتماعي للشباب الجامعي الجزائري "دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة"**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام والإتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة، 2018/2017، ص ص 88-90.

الجدول رقم (31): يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة القيم في القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجتماعي "قمرة1".

فئة القيم	التكرار	النسبة المئوية
القيم الإجتماعية	114	%62.98
القيم السياسية	11	%6.07
القيم الإقتصادية	7	%3.86
القيم الجمالية	36	%19.88
القيم العلمية	13	%7.18
المجموع	181	%100

الشكل رقم (12): يوضح توزيع نسب فئة القيم في القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجتماعية "قمرة1".



يبين الجدول رقم (31) إجمالي نسب وتكرارات القيم في مواضيع القضايا الإجتماعية في العينة الخاضعة للتحليل، حيث توضح وتبين لنا نتائج الجدول أعلاه محور نظام القيم في مضامين برنامج "قمرة1"، وجاءت القيم الاجتماعية في المرتبة الأولى بنسبة 62.98%، وأبرز القيم الإجتماعية التي سجلت في المواضيع هي قيمة الإحسان، العنف، الأنانية، التعاون، التضامن، الإساءة للغير، العطاء،

التعيش، الحب، التطوع...إلخ، ثم تليها بعد ذلك في المرتبة الثانية القيم الجمالية بنسبة 19.88**%**، والتي تمثلت في قيم آداب الحديث، النظافة، المظاهر.

ثم بعد ذلك تلتها القيم العلمية في المرتبة الثالثة بنسبة 7.18**%**، متمثلة في قيم مثل (طلب العلم، الدعم، التشجيع على التعلم والقراءة، نشر العلم، التحفيز العلمي)، ثم تلتها القيم السياسية بنسبة 6.07**%**، متجسدة في قيم المواطنة، دعم السيادة الوطنية، الصراع، عدم الإستقرار، وأخيراً القيم الإقتصادية في المرتبة الخامسة بنسبة 3.86**%**، وقد مثلتها بعض القيم مثل (الكسب الحلال، الخسائر المادية).

هذا التنوع والإختلاف والتباين في نسب القيم في عينة الدراسة سواء القيم ذات البعد الإيجابي أو القيم ذات البعد السلبي، فبرنامج "قمرة 1" يسعى للحفاظ على إستقرار المجتمع ككل من خلال دعوته إلى ممارسة اشكال سلوكية سليمة وصحيحة وأيضاً يسعى إلى التفسير من خلال عرض القيم ذات البعد السلبي للتخلي عنها وعرض البديل الملائم لها للتحلي به، وأيضاً بهدف توعية المتلقي العربي بخطورة هذه القيم وتوجيه الرأي العام لمواجهة هذه القضايا.

وأيضاً ظهور هذه القيم بهذا الشكل يعود إلى إكتساب القيم يأتي إلى حد كبير خارج الفرد في نتائج لعملية التنشئة الإجتماعية وما ينتج عنها من مفاهيم مختلفة، فمختلف القضايا الإجتماعية التي طرحها وعالجها البرنامج الإجتماعي "قمرة1" حمل مجموعة من القيم الإجتماعية وهي قيم ذات بعد إيجابي وإحتلالها سلم الترتيب يعود إلى طبيعة برنامج "قمرة1"الذي يركز في الأساس على مختلف المواضيع والمشكلات والقضايا الإجتماعية في مختلف الأقطار العربية...وغيرها.

ونظراً أيضاً لأهمية القيم بالنسبة للفرد والمجتمع فهي بمثابة الإطار المرجعي الذي يحكم حياة المجتمع العربي، توجه إتجاهات وسلوك أفراده نحو تفكير وهدف مشترك، فيما يتعلق بالقضايا الإجتماعية، وبالتالي إصلاحه هذا على إعتبار أن القيمة عبارة توجيه للقيم والسلوك.[1]

فالبرنامج محل التحليل قدم مزيجاً من القيم المختلفة والتي تمثل أغلبها النسق القيمي لمختلف المجتمعات العربية وغيرها، سعيا منه بشكل عام إلى تقديم مضمون قد يساهم في تنشئة الفرد وتثقيفه حول مختلف القضايا الإجتماعي

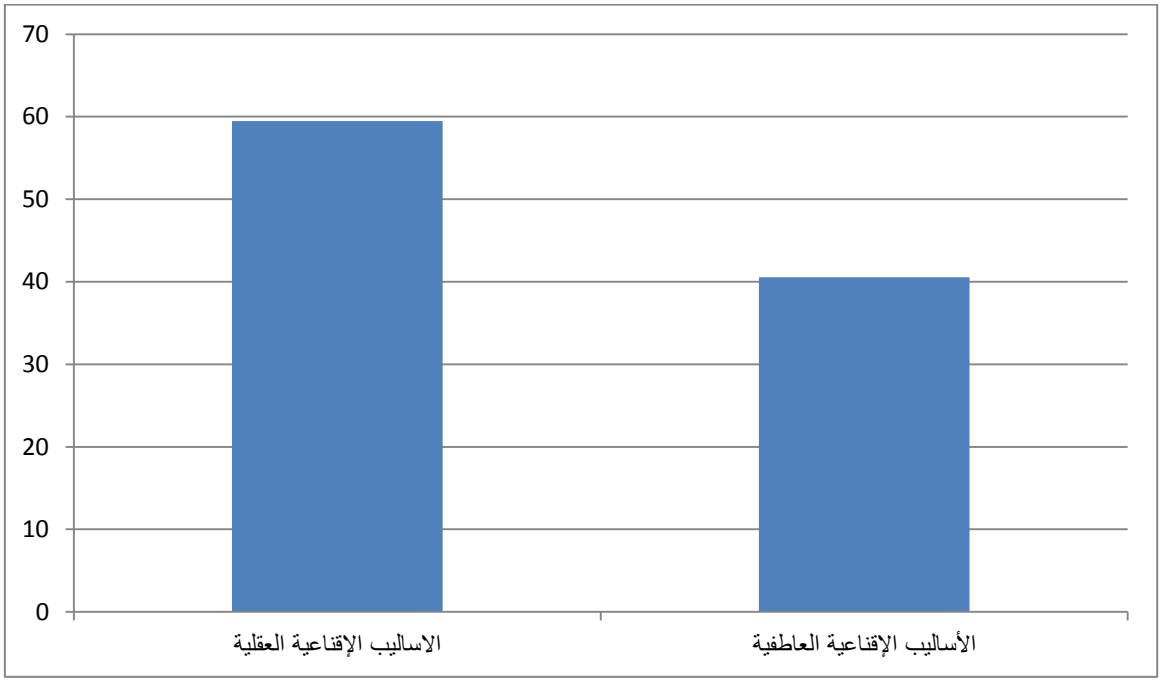
[1] يوسف تمار: **مرجع سبق ذكره**، ص 69.64

3) فئة الأساليب الإقناعية في برنامج "قمرة1":

الجدول رقم(32): يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة أنواع الأساليب الإقناعية المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية بالبرنامج "قمرة1".

فئة الأساليب الإقناعية	التكرار	النسبة المئوية
الأساليب الإجتماعية الإقناعية	88	%59.45
الأساليب الإقناعية العاطفية	60	%40.54
المجموع	148	%100

الشكل رقم (13): يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأساليب الإقناعية المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية لبرنامج "قمرة1".



يبين الجدول رقم (32) إجمالي نسب وتكرارات أنواع الاساليب الإقناعية العقلية والعاطفية للتحليل، وتشمل هذه الأساليب مختلف الدعائم، الحجج، الدلائل...وغيرها، والتي تضمنتها حلقات البرنامج "قمرة1" محل الدراسة والتحليل وكما توضح نتائج الجدول أعلاه تنوعا في توظيف البرنامج "قمرة1" الأساليب العقلية والأساليب الإقناعية معا بغض النظر على التباين الطفيف في نسب توظيف كل منهما وتوضح النتائج الجدول أعلاه تفوق إستخدام إجمالي الأساليب العقلية وجاء إستخدامها في المرتبة الأولى

بنسبة 59.45**%**، والذي يعتبر من أكثر الأساليب الإقناعية فاعلية وموضعية في صياغة الرسالة الإقناعية مقارنة على إعتماد الأساليب العاطفية التي ورد إستخدامها في المرتبة الثانية بنسبة 40.54**%**، والإقناع عموما فن وطريقة جمل الأخرين على التفكير والسلوك في الإتجاه المرجو من خلال عملية إتصالية إيصال الافكار والإتجاهات، القيم والمعلومات إما إيحاء أو تريحا عبر مراحل معينة وفي ظل حضور شروط موضوعية وذاتية مساعدة فالإقناع بذلك يعتمد على العلاقات ذات الطابع العاطفي من جهة وعلى الحجج عقلية والمنطقية من جهة أخرى في الوقت ذاته ويستهدف الإقناع إما التأثير على البنية المعرفية للفرد أو البنية النفسية له وكلاهما يصيلان إلى نتيجة واحدة وهي التأثير الذي يتجسد في صورة تعديل السلوك أو تغير إتجاهات أو تبني مواقف أو الحفاظ عليها، وهذه النتيجة هي هدف بالنسبة للقائم بالإقناع (القائم بالإتصال) ومعيار لمدى تحقق هذا الهدف في ذات الوقت وإستكشاف الفراغات المحتملة في عمليات الإقناع.

ولكون الإقناع جزء من عملية الإتصال هو أداة رئيسية ومهمة للأعمال التلفزيونية بشكل عام وللبرامج بشكل خاص، خصوصا إذا تضمنت هذه البرامج الترويج لسلوكيات معينة ودعم أفكار، وبالمقابل تعمل هذه الأساليب الإقناعية العقلية والعاطفية جنباً إلى جنب إلى إثبات صحة الرسالة مما يسهل عملية الإقناع المتلقي بها وبالتالي نجاح العملية الإتصالية، يعد من الطبيعي والمنطقي إستخدام الأسلوبين معا عند بناء الرسائل الإتصالية المختلفة لأنه دائما ثمة حقيقة ومعلومات يعتمد عليها في عملية البناء لتثبت من جهة أخرى طريقة عرضها أو معالجتها والتي تشكل التأثير النهائي لدى المتلقي والتي يستخدم فيها القائم بالإتصال ما ينبغي من الأساليب العاطفية اليت تخدم أغراضه وهدف رسالته.[1] وهذا في إطار أن المتلقي لا يؤثر عليه العقل المنطق فقط في عملية الإقناع بل العاطفة أيضا دور كبير في هذه العملية فمن خلالها تلخص الأساليب العاطفية هدف الإقناع في صيغة واضحة وبمؤثرات عاطفية تثير المتلقي في كل مرة تستخدم فيها. فالتوازن في إستخدام الأسلوبين يعطي بعدا موضوعيا وصادق للعملية الإتصالية ما يؤدي في نهاية الأمر إلى تأثير وإقناع قائم على أسس ورؤية.

[1] سليم عبد النبي: **الإعلام التلفزيوني**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 24.

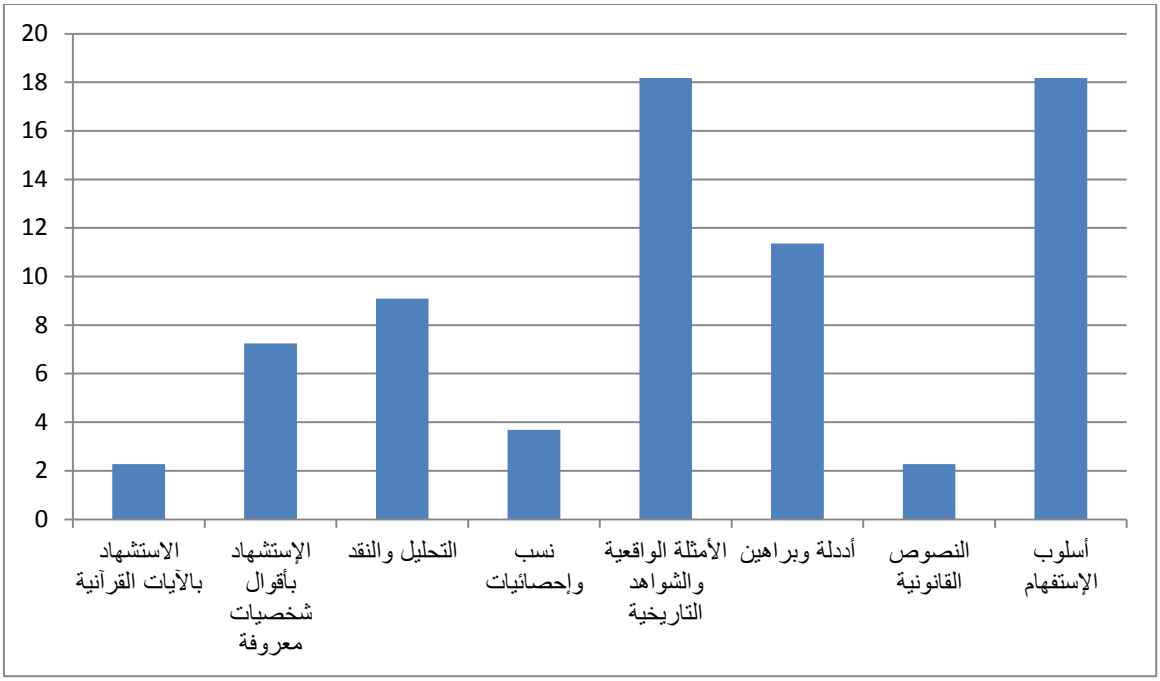
أما صدارة الأساليب العقلية من ناحية حضورها في مواضيع القضايا الإجتماعية محل التحليل ففاعليتها تتوقف إلى حد كبير على إقناع الجمهور بالتفكير بشكل منطقي كما تعتمد هذه الفعالية إلى حد ما على إستمالة دوافع الفرد، وهذا التوظيف يجعل الرسالة أكثر إقناعا وفعالية عندما تجعل الرأي أو السلوك الذي تعرضه يبدو كأنه وسيلة لتحقيق إحتياجاته وفيما يلي تفصيل لكل نوع من الأساليب الإقناعية المسجلة في الدراسة.

1.3- فئة الأساليب الإقناعية العقلية:

الجدول رقم (33): يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة الأساليب الإقناعية العقلية المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية ببرنامج "قمرة1".

فئة الأساليب	التكرار		النسبة المئوية	
الإستشهاد بالآيات القرآنية	02		%2.27	
الإستشهاد بأقوال شخصيات معروفة	07		%7.25	
التحليل والنقد	08		%9.09	
نسب وإحصائيات	27		%3.68	
الأمثلة الواقعية والشواهد التاريخية	16		%18.18	
أدلة وبراهين/النصوص القانونية	10	2	%11.36	%2.27
أسلوب الإستفهام	16		%18.18	
المجموع	88		%100	

الشكل رقم (14): يوضح توزيع نسب فئة الأساليب الإقناعية العقلية المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1".



توضح نتائج الجدول رقم(33) تنوعا في إستخدام الأساليب العقلية حيث جات الإستشهادات والإحصائيات في المرتبة الاولى بنسبة 30.68 % من خلال تقديم إحصائيات حول المواضيع والقضايا الإجتماعية في الوطن العربي وحتى في العالم ككل، يليها في المرتبة الثانية أسلوب الإستشهاد بالأمثلة الواقعية والشواهد التاريخية وأسلوب الإستفهام، وبنفس النسبة والمقدرة ب 18.18%، من أجل إبراز الواقع الإجتماعي الفعلي إيجابيا كان أم سلبيا في الوطن العربي ويعكس التجربة الاجتماعية في بعض الحلقات ويسلط الضوء على شخصية واقعية تجسد ذلك في بعض القضايا مثل (حق التعليم، اللاجئ، المرأة) ثم في المرتبة الثالثة إستخدام أدلة والبراهين بالنسبة 11.36%، ثم يأتي اسلوب التحليل والنقد بنسبة 09.09% ليتموقع في المرتبة الرابعة بينما الإستشهاد بأقوال وشخصيات معروفة في المرتبة الخامسة بنسبة 7.09%، ثم حل في المرتبة السادسة كل من الإستشهاد بالآيات القرآنية والنصوص القانونية بنفس النسبة المقدرة ب 2.27% فأسلوب الإستشهاد بالآيات القرآنية يعود ربما إلى توظيف الجانب الديني لإضفاء نوع من الموضعية والمصداقية في طرح القضايا الإجتماعية محل التحليل وما يجعل هذه الأساليب على قدر من الأهمية هو إثارة ومخاطبة العقل من خلال تقديم الحقائق والمعلومات والتي تشكل

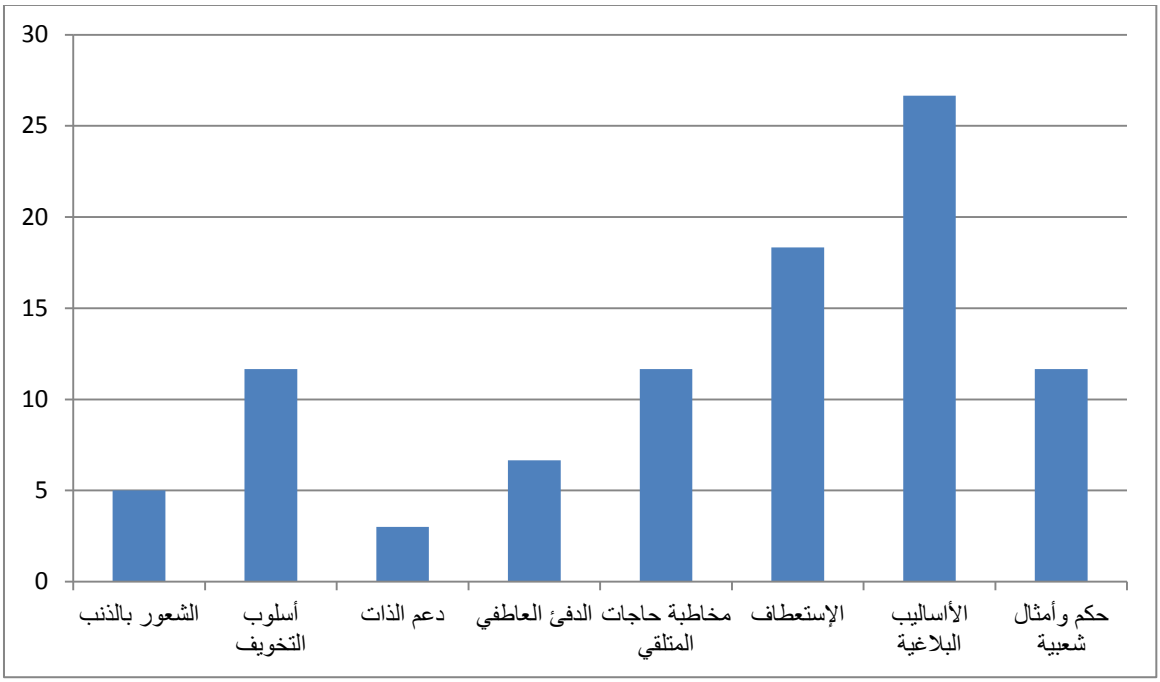
في معظم الأحيان السبب الرئيسي لإعتماد على وسيلة إعلامية معينة كمصدر لإستيفاء الأخبار والمعارف.

2.3- فئة الأساليب الإقناعية العاطفية:

الجدول رقم (34): يوضح توزيع التكرارات ونسب فئة الأساليب الإقناعية العاطفية المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1".

فئة الأساليب الإقناعية العاطفية	التكرار	النسبة المئوية
الشعور بالذنب	3	%5
أسلوب التخويف	7	%11.66
دعم الذات	3	%3
الدفئ العاطفي	4	%6.66
مخاطبة حاجات المتلقي	7	%11.66
الإستعطاف	11	%18.33
الأساليب البلاغية	16	%26.66
حكم وأمثال شعبية	07	%11.66
المجموع	**58**	**%100**

الشكل رقم (15): يوضح توزيع النسب فئة الاساليب الإقناعية العاطفية المستخدمة معالجة القضايا الإجتماعية ببرنامج "قمرة1".



تبين نتائج الجدول رقم (34) نسب توظيف الأساليب الإقناعية في عينة الدراسة والموظفة لمعالجة القضايا الإجتماعية المطروحة في برنامج "قمرة1"ط لوضع المتلقي في سياق عاطفي ملائم لهدف الرسالة الإقناعية وقت تلقيه من خلال مخاطبة مشاعره ثم التأثير عليه عاطفيا ووجدانيا يلاحظ من خلال بيانات الجدول رقم (34) تنوع في إستخدام الأساليب العاطفية حيث جاء الإعتماد على الاساليب البلاغية المكونة من علم البيان وعلم البليغ المتمثلة في (التشبيه، الإستعارة، السجع، الكناية) في المرتبة الأولى بنسبة 26.66%، والتي من خلاله تتضح وجهة نظر القائم بالإتصال وتجسيدها وكذا دلالات الألفاظ التي هي تصريف المعنى إعتمادا على الألفاظ المستخدمة من كلمات أفعال، وصفات محملة بالعواطف والمشاعر، تليها في المرتبة الثانية أسلوب الإستعطاف بنسبة 18.53% ويتمركز في المرتبة الثالثة كل من أسلوب التخويف مع إستخدام الحكم والأمثال الشعبية بنسبة 11.60%، يليها في المرتبة الرابعة الدفئ العاطفي بنسبة 6.66%، ويليها في المرتبة الخامسة والأخيرة كل من أسلوب الشعور بالذنب ودعم الذات بنسبة 6%.

وتشير هذه النتائج المتحصل عليها إلى حرص برنامج "قمرة1" على توظيف الجوانب العاطفية المثيرة للمتلقي مما يرفع من درجة التوتر وبإرتباط المعالجة بمجريات تأثيرية ووجدانية وعاطفية كلما ركزت المعالجة على إستخدام الأساليب العاطفية وهذا ما يحقق غالبا نوعا من الإقبال والمتابعة.

ومما سبق طرحه من نتائج حول فئة الاساليب الإقناعية المستخدمة في برنامج"قمرة1" يمكننا القول أن محتوى وأفكار الرسالة الإعلامية غالبا ما يرتبط بقدرتها على التأثير العقلي والعاطفي على المتلقي حتى الوصول إلى مرحلة الإقناع ومن أجل إحداث التأثير الإقناع الجمهور بالفكرة المراد الوصول إليها لتحقيق الأهداف المسطرة ثم توظيف الأساليب الإقناعية بمستوياتها العقلية والعاطفية وهذه الاساليب تمثل مجموعة من المثيرات العناصر القادرة على خلق رد فعل معين مقصود لدى المستقبل حيث يؤدي عن طريق التأثير العاطفي والمعرفي إلى إقناع الجمهور المستهدف وعليه يتم تحقيق أهداف المرسل،[1] فالمستوى الأول إلى الأساليب العقلية تؤكد على الحقائق وترتبط بالجانب المنطقي والعقلاني في حين المستوى الثاني أي الأساليب العاطفية مرتبطة بميول ورغبة وحاجة المتلقي وبناء على ما وردنا من نتائج في الجدول أعلاه تنوعت الأساليب الإقناعية التي وظفها البرنامج "قمرة1" بين العقلية والعاطفية حيث عملت الأولى لمخاطبة عقل المتلقي كالإستشهاد بأنواعه المختلفة، الإحصائيات والأمثلة الواقعية بينما عملت الثانية على مخاطبة مشاعر المتلقي وإستشارة مشاعر العطف والخوف لديه إستخدام الأساليب البلاغية كالتشبيه والكناية وهذا المزج بين العقل والعاطفة له قدرة كبيرة في التأثير على إتجاهات الجمهور ولتحقيق المضمون المقدم والوصول لأهدافه لا بد أن يركز على فسيفساء من الأساليب الإقناعية في كثير من الأحوال لتقطف من خلالها ثمار إقناع الجمهور المستهدف بفكرة معينة أو تبنيه أسلوب معين.[2]

[1] زهرة بوجفجوف: **الإعلام الإلكتروني والقضايا الإجتماعية في الجزائر**، مجلة الباحث الإعلامين العدد 42، ص ص 141-142.

[2] صورية أسعادي، اليمين بودهان: **الأساليب الإقناعية في البرامج الدينية "برنامج سواعد الإخاء"**، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد الثالث، 2018، ص 175.

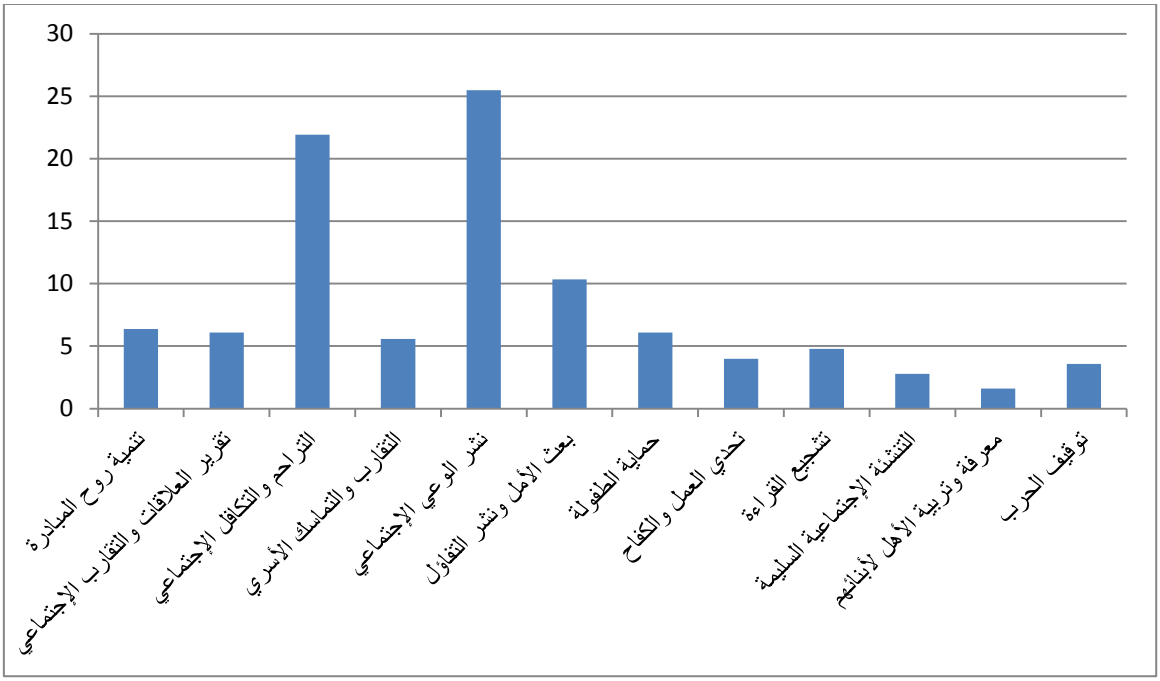
4) فئة الأهداف في البرنامج الإجتماعي "قمرة1":

تستعمل هذه الفئة في البحث عن مختلف الأهداف اليت يريد مضمون القضايا الإجتماعية المعالجة في البرنامج محل الدراسة إبلاغها للجمهور أو الوصول إليها، وإستخدمنا هذه الفئة من أجل معرفة الأهداف التي يسعى برنامج "قمرة 1" إلى تحقيقها من خلال عرض ومعالجة مختلف القضايا في مختلف المواضيع.

الجدول رقم (35): يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة أهداف القضايا الإجتماعية المعالجة بالبرنامج الإجتماعي "قمرة1".

فئة النوع	التكرار	النسب المئوية
تنمية روح المبادرة	16	%6.37
تقرير العلاقات والتقارب الإجتماعي	17	%6.08
التراحم والتكافل الإجتماعي	55	%21.91
التقارب والتماسك الأسري	14	%5.57
نشر الوعي الإجتماعي	64	%25.49
بعث الأمل ونشر التفاؤل	26	%10.35
حماية الطفولة	17	%6.08
تحدي العمل والكفاح	10	%3.98
تشجيع القراءة	12	%4.78
التنشئة الإجتماعية السليمة	7	%2.78
معرفة وتربية الأهل لأبناءهم	4	%1.59
توقيف الحرب	9	%3.58
المجموع	251	%100

الشكل رقم (16): يوضح توزيع نسب فئة أهداف القضايا الإجتماعية المعالجة بالبرنامج الإجتماعية ""قمرة1".



يبين ويوضح الجدول رقم (35) إجمالي نسب وتكرارات أهداف مواضيع القضايا الإجتماعية في العينة الخاضعة للتحليل ويوضح الأهداف التي يسعى القائم بالإتصال ومصدر المضامين ببرنامج "قمرة 1" إلى طرحها والوصول إليها، وبهذا احتل هدف نشر الوعي الإجتماعي المرتبة الأولى وحصل على نسبة 25.49%، يليه التراحم والتكافل الإجتماعي بنسبة 21.91% وحصل على المرتبة الثانية ثم يليه بث الأمل ونشر التفاؤل بنسبة 10.35%، وحصل على المرتبة الثالثة ثم كل من هدف تقرير العلاقات والتقارب الإجتماعي وحماية الطفولة في المرتبة الرابعة بنسبة 6.08%، يليه تنمية روح المبادرة في المرتبة الخامسة بنسبة 6.37%، ثم يليه هدف التقارب والتماسك الاجتماعي في المرتبة السادسة بنسبة 5.57%، ثم هدف تشجيع القراءة بنسبة 4.78% في المرتبة السابعة، ثم يليه هدف تحدي العمل والكفاح بنسبة 3.98%، ثم هدف التنشئة الإجتماعية السليمة في المرتبة العاشرة بنسبة 2.78%، وأخيراً جاء هدف معرفة وتربية الأهل لأبنائهم في المرتبة الحادي عشر بنسبة 1.19%%.

ويعود تسجيل الكثير من الأهداف لخصوصية كل قصة معالجة في حلقات البرنامج فكل موضوع هو قائم بذاته وتختلف أهدافه حسب كل قضية مطروحة ومعالجة وقد تختلف إختلافا كليا عن باقي

المواضيع ما يجعل لها هدف خاصا بها كما قد تتشارك المواضيع في نفس الأهداف أحيانا ولكن رغم إختلاف الأهداف في كل قضية مطروحة ومعالجة إلا انه لاحظنا حضور كل مستويات ومجالات التأثير من الهدف المعرفي المتعلق بالتعريف بالقضايا الإجتماعية محل التحليل وبعض جوانبها، وتقديم معلومات كافية عنها ما يساهم في تشخيصها وتوضيحها وتبسيطها بشكل شامل، ثم بعد ذلك الهدف الوجداني وذلك من خلال جذب إنتباه وإثارة فضول وإهتمام المتلقي بالقضية الإجتماعية وبالتالي يميل لها وتصبح بذلك موضع إهتمامه، وصولاً بذلك إلى تحصيل الهدف السلوكي الذي يدفع المتلقي إلى تلبية ما سبق عرضه وترجمته في شكل أفعال وسلوكات.

فوجود هذه الأخيرة مجتمعة مع بعضها البعض من شانه أن يثري العملية الإتصالية أو الرسالة الإعلامية المراد إيصالها وطرحها في البرنامج الإجتماعي "قمرة1" فيما يحقق قدرتها على الإقناع والتأثير المطلوب في نفس المتلقي.

فالهدف الاسمى من خلال فكرة البرنامج هو التحسين والعمل بإحسان، من خلال تشخيص المشاكل التي يتخبط فيها المجتمع العربي والإعتراف بها، وأن هناك الأمل في إيجاد الحلول لها ثم العمل بكل طاقاته بإحسان وتحسين ما يؤدي في نهاية الأمر إلى تحفيز أفراد المجتمعات العربية وغيرها، على المتلقي نحو الأفضل وهذا ما يلاحظ أيضاً على البرنامج تنبيه وسعيه إلى تأكيد الشعار الذي رفعه صناعه "عبر بإحسان" **(Express with excellence)** فلا تخلو حلقة من الحلقات المقدمة من تجسيد هذا الهدف ومن تفعيل مبدأ الإحسان.

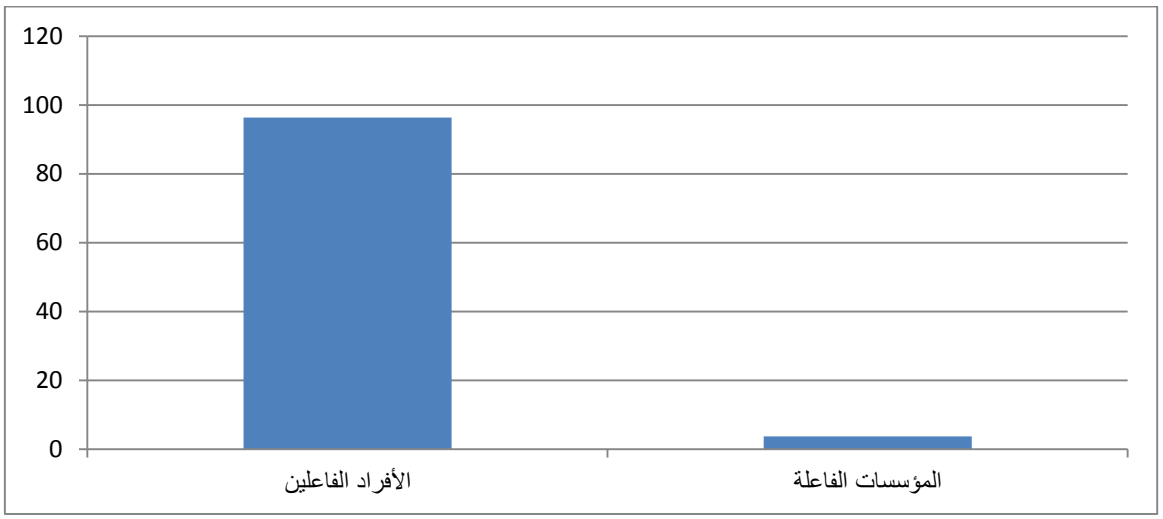
5) فئة الفاعل (الشخصيات الفاعلة) في برنامج "قمرة1".

تبحث فئة الفاعل عن المحركين الأساسيين الذي يصنع الحدث ويؤدون أدوار معينة في المضمون محل الدراسة والتحليل وقد يكون هؤلاء الفاعليين شخصيات طبيعية أو شخصيات معنوية كالهيئات والمنظمات...إلخ، وذلك من أجل تحديد أهمية الشخصيات الفاعلة ومعرفة طريقة تفكيرهم وأسلوبهم في مخاطبة الغير،[1] وتم إستخدام هذه الفئة في الدراسة التي بين أيدينا لتحديد الشخصيات التي قامت بأدوار مؤثرة وفاعلة في أحداث ووقائع محتوى البرنامج "قمرة1" من أجل التعرف على خصائصهم ووصفها. والجدول التالي يوضح نتائج التحليل لفئة الفاعل.

الجدول رقم (36): يوضح تكرار ونسب فئة القوى الفاعلة في معالجة القضايا الإجتماعية ببرنامج "قمرة1".

فئة القوى الفاعلة والشخصيات المحورية	التكرار	النسبة المئوية
الأفراد الفاعلين	78	%96.29
المؤسسات الفاعلة	03	%3.70
المجموع	81	%100

الشكل رقم (17): يوضح توزيع نسب فئة القوى الفاعلة في معالجة القضايا الإجتماعية ببرنامج "قمرة1".



[1] يوسف تمار: **مرجع سبق ذكره**، ص 60.

يوضح الجدول رقم (36) إجمالي التكرارات ونسب الشخصيات المحورية الفاعلة في حلقات البرنامج "قمر 1" ويظهر الجدول أعلاه المحركين الاساسين في المضمون وتشكف الشخصية المؤثرة وصيانة للأحداث المحتوى والتي تم التركيز عليها التقديم المحتوى في البرنامج محل التحليل، ومن نتائج الجدول أعلاه يتبين أن فئة الأفراد أو الأشخاص العاديين كانت طاغية وأكثر ظهورا من فئة المؤسسات الفاعلة قدرت بنسبة 3.70%، والأفراد الفاعلين 96.29%.

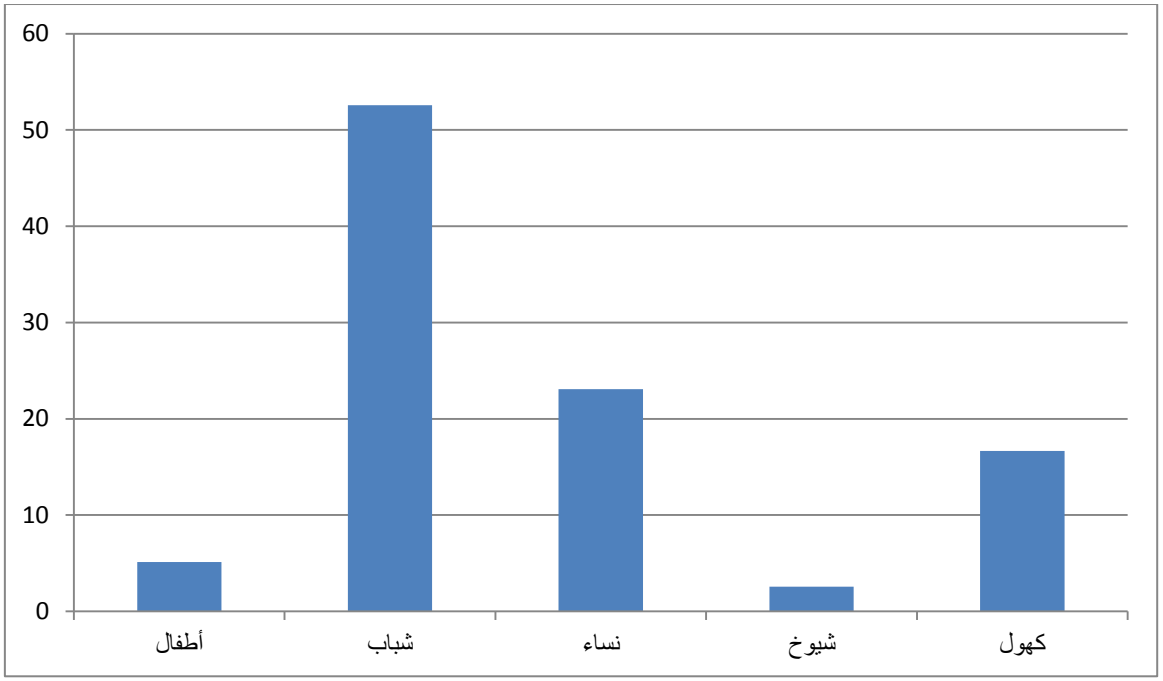
وتنوعت الشخصيات الفاعلة بين ممثلين هواة كفاعلين رئيسين في مواضيع القضايا الغجتماعية لبرنامج "قمرة1" وبإستثناء ظهور الممثل السوري "جهاد عبه" والذي كان فاعلا أساسيا في حلقة "حق التعليم"، فيما كان حضور المؤسسات شبه غالب وبنسبة قدرت ب03.70%. وتعد الشخضية في البرامج التفاعلية الرافد الذي ينقل عبره الفكرة والحدث.

تعد هذا الشخصيات الفاعلة في البرنامج محل التحليل إمتداد للشخصيات الحقيقية التي يتم جلبها من الواقع المعاش والحياة الحقيقية لتقديم أدوار مشابهة لما عاشوه في حياتهم أو أدوار جديدة بطريقتهم الخاصة دون التقيد بسيناريو وحوار.

الجدول رقم (37): يوضح توزيع إجمالي توزيع التكرارات ونسب فئة الفاعلين الأفراد حسب الشريحة الإجتماعية لمعالجة القضايا الإجتماعية بالبرنامج "قمرة1".

الشريحة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
أطفال	04	**%5.12**
شباب	41	**%52.56**
نساء	18	**%23.07**
شيوخ	13	**%2.56**
كهول	12	**%16.66**
المجموع	78	**%100**

الشكل رقم (18): يوضح توزيع نسب فئة الفاعلين الأفراد حسب الشريحة الإجتماعية في برنامج "قمرة1".



أما فيما يتعلق بتصنيف الفاعلين حسب فئة الشريحة الإجتماعية أو الفئة العمرية في حلقات برنامج "قمرة1" فمن نتائج الجدول رقم (37) تمركزت فئة الشباب في المرتبة الأولى 52.56%، يليهم فئة النساء في المرتبة الثانية بنسبة 29.07%، ثم فئة الكهول التي جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 16.66%، يليها تموقع هامشي لفئة الأطفال التي احتلت المرتبة الرابعة 5.12%، وفئة الشيوخ في المرتبة الخامسة بنسبة 2.56% وتعود هذه النتيجة التي تعتبر منطقية وطبيعية إلى طبيعة البرنامج الموجه للشباب بالدرجة الأولى ويستهدفه للتغيير والإصلاح لكونه من الفواعل الأساسية في مجريات عجلة التغيير التي يسعى لها البرنامج، فضلا عن أن فئة الشباب هي فئة الاكثر طاقة ونشاطا والشباب أساس المبادرة والتغيير كما أن أغلب القضايا الإجتماعية المطروحة في البرنامج تمس جانبا من جوانبها وبعد من أبعادها.

فئة الشباب هو الحلقة الواصلة بين مرحلة الطفولة ومرحلة التقدم في السن وهذا لا ينقص من أهمية باقي الشرائح الإجتماعية فالمجتمع ككيان وبناء كلي يحتاج إلى أن يؤدي كل جزء أو نسق من

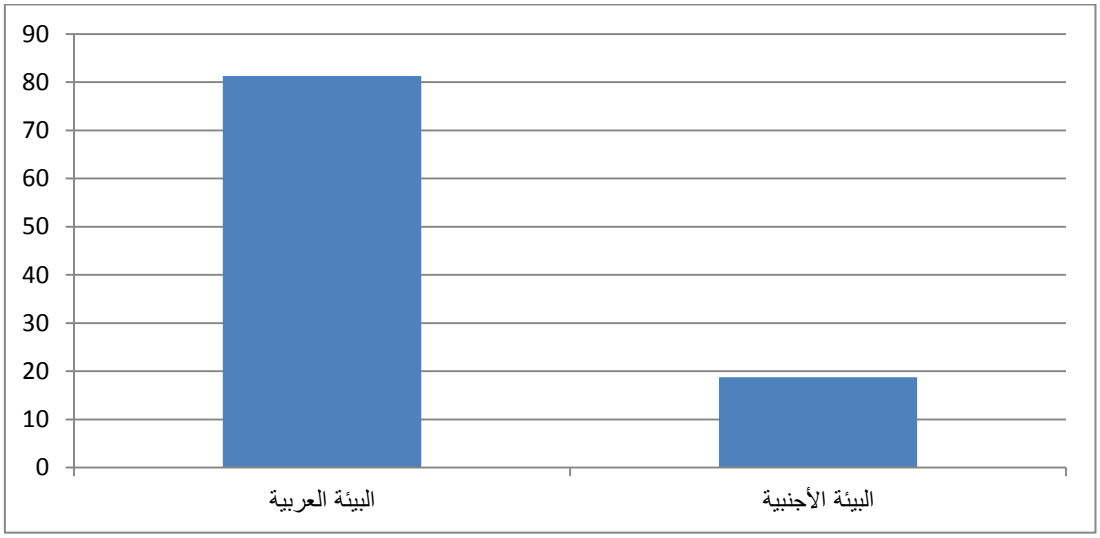
أنساقه لوظيفة إجتماعية معينة لكي لا يؤدي به إلى الإختلال وإنما هذا النوع من التوع المتباين في الفعلين سواء من حيث النوع أو الشريحة الإجتماعية يقوم بوظيفة للحفاظ على سيرورة وتوازن المجتمع فكل فر له دور معين ومميز يقوم به نحو هذا المجتمع وهذه النتائج المتحصل عليها رغم تباينها تؤكد مساس القضايا الإجتماعية بجميع أطراف وفئات المجتمع كما تؤكد عدم أهمية ومساس القضايا بشريحة دون أخرى فكل شرائح وفئات المجتمع سواسية أمام القضايا الإجتماعية كل حسب دوره.

1.5- فئة بيئة الفاعلين:

الجدول رقم (38) يوضح توزيع فئة بيئة الفاعلين في البرنامج "قمرة1".

طبيعة بيئة الفاعلين	التكرار	النسبة المئوية
البيئة العربية	26	%81.25
البيئة الأجنبية	06	%18.75
المجموع	32	%100

الشكل رقم(19): يوضح توزيع نسب فئة بيئة الفاعلين في برنامج "قمرة1".



من خلال الجدول رقم (38) يتضح لنا أن إجمالي تكرارات ونسب البيئة الأساسية للقوى الفاعلة والشخصيات المحورية في تحريك محتوى برنامج "قمرة1"، وتظهر النتائج الواردة النطاق الجغرافي للبيئة التي جرت فيها أحداث القضايا الإجتماعية المطروحة والمعالجة على مستوى برنامج "قمرة1" في البيئة

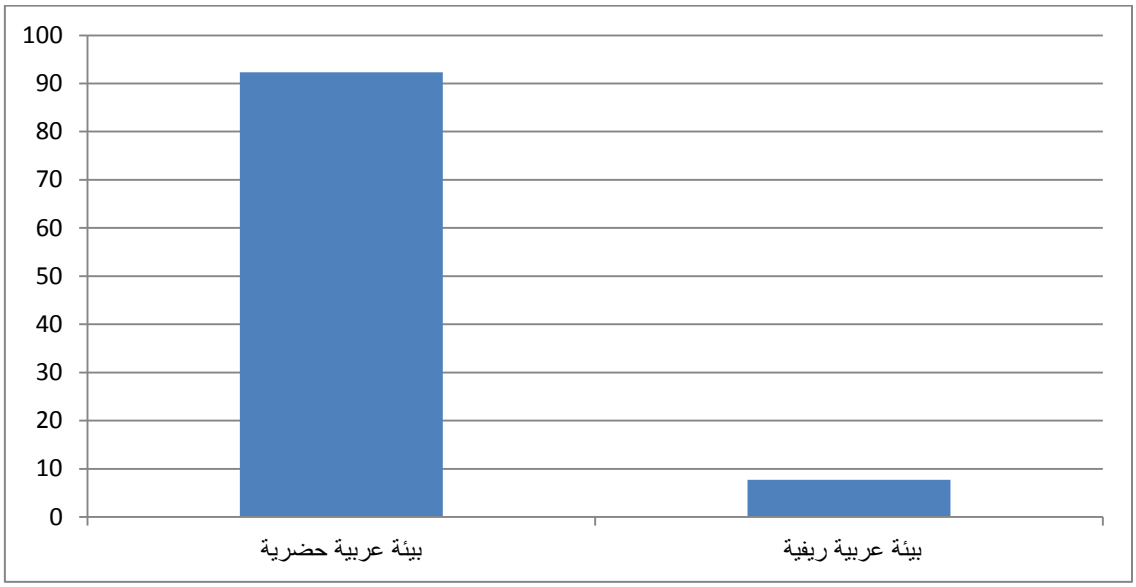
العربية بنسبة 81.25%، لتحتل المرتبة الأولى ثم تليها في المرتبة الثانية البيئة الأجنبية بنسبة 18.75%، فمن خلال تحليلنا لمختلف الحلقات تبين أن القضايا الإجتماعية المختلفة التي عالجها البرنامج مرتبطة بالمجتمع العربي في تأسيسه وهويته ونطاقه الجغرافي فمن الطبيعي ان يعالج قضايا إجتماعية نابعة من بيئات عربية في حين ظهور البيئة الأجنبية فقد كان لمشاركات جمهور عربي مشارك في البرنامج محل التحليل من دول أجنبية ناقش من خلالها قضايا إجتماعية يعيشها الشباب العربي في هذه البيئة.

1.1.5- فئة البيئة العربية:

الجدول رقم (39) يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة طبيعة بيئة الفاعلين العربية في برنامج "قمرة1".

طبيعة بيئة الفاعلين العربية	التكرار	النسب المئوية
بيئة عربية حضرية	24	%92.30
بيئة عربية ريفية	02	%7.69
المجموع	26	%100

الشكل رقم (20): يوضح توزيع نسب فئة طبيعة بيئة الفاعلين العربية في برنامج "قمرة1".



أوضحت نتائج الجدول رقم (39) تمركز بيئة الفاعلين بالنسبة للبيئة العربية في البيئة الحضرية بنسبة 92.33%، لتحتل المرتبة الأولى مقارنة بالبيئة الريفية التي جاءت في المرتبة الثانية بنسبة

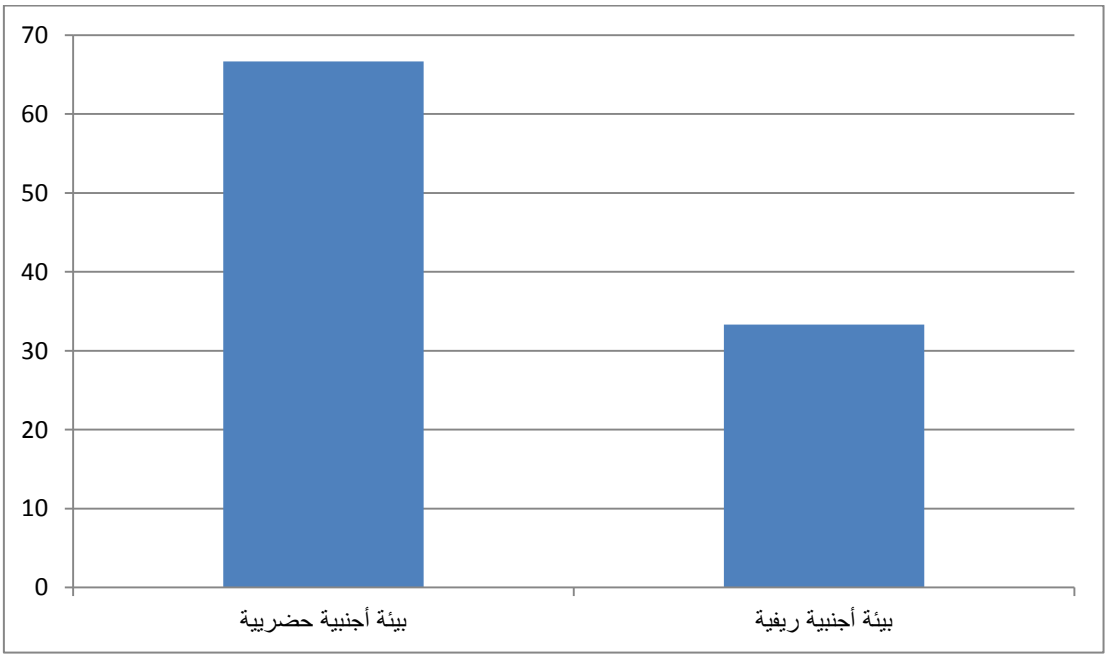
7.69% وتعتبر هذه النتيجة طبيعية كون البيئة الحضرية أكثر إنفتاحاً على وسائل الإعلام عموما والفضائيات العربية خصوصا وكون البيئات الريفية ما زالت مغلقة على نفسها وتتحكم فيها العادات والتقاليد من جهة ومن جهة أخرى قد تكون البيئات الريفية أقل من البيئة الحضرية في إنتشار القضايا والمشاكل الإجتماعية كونها بيئات محافظة، وبالتالي تكون في معزل نوعا ما عن المثيرات والعوامل التي تسبب مختلف المشاكل الإجتماعية.

2.1.5 فئة البيئة الأجنبية:

الجدول رقم (40) يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة طبيعة بيئة الفاعلين الاجنبية في برنامج "قمرة1".

طبيعة فئة الفاعلين الأجنبية	التكرار	نسبة المئوية
بيئة أجنبية حضرية	04	%66.66
بيئة أجنبية ريفية	02	%33.33
المجموع	06	%100

الشكل رقم (21): يوضح توبع نسب فئة طبيعة الفاعلين الأجنبية في برنامج "قمرة1".



يتبين من خلال بيانات الجدول رقم (40) ظهور تمركز بيئة الفاعلين بالنسبة للبيئة الأجنبية في البيئة الحضرية بنسبة 66.66%، لتحتل المرتبة الأولى مقارنة بالبيئة الريفية التي جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 33.33%، وهذه النتيجة تعود إلى طبيعة القضايا المعالجة في كل بيئة.

وتوضح النتائج المسجلة أن القضايا الإجتماعية المطروحة في برنامج "قمرة1" مجال حدوثها مرتبط بشكل وبنسبة متباينة في البيانات الحضرية سواء العربية أو الأجنبية في حين أن تواجد القضايا الإجتماعية المطروحة في البيئات الريفية سواء العربية أو الأجنبية بنسبة ودرجة أقل، وهذا يعود إلى طبيعة البيانات البيئات الحضرية في حد ذاتها وإلى طبيعة العيش في هذه البيئات التي تتسم بنوع من التعقيد والتي يواجه الفرد فيها مجموعة من التحديات والصعوبات ومشاكل أكبر مقارنة بالبيئات الريفية التي تشهد هدوء إجتماعي نسبي.

وفي هذا المقام تجدر الإشارة إلى اللواحق والعناصر الشكلية المرتبطة بالشخصيات الفاعلة من لباس وأزياء وماكياج كونها من العناصر المهمة في بيئة وتمظهرات الشكل التلفزيوني فنوعية الأزياء في الأعمال الفنية والتلفزيونية لها أهمية كبيرة كونها تحمل معاني ودلالات تعكس وظائف ومكانة الشخصيات بما يساهم في إيصال الرسالة والمغزى من هذه الأعمال.

كما تعبر الأزياء بدرجة كبيرة عن زمن وبيئة التصوير هو ما جعله على إيصال في برنامج محل التحليل فقد ظهرت الشخصيات الفاعلة بأزياء واقعية بمعنى أزياء بسيطة عادية وحقيقية تنتمي للحقبة الزمنية الحالية، فظهرت المرأة في الحلقات المصورة في البيئات الحضرية سواء العربة أو الأجنبية في ثوب المرأة المحجبة كحلقة "اللاجئ"، في حين البيئات الريفية سواء العربية "الجلابية المصرية" أو الأجنبية "الساري الهندي" بزي تقليدي محتشم ومستور وتجسد ذلك في حلقتي "اللاجئ" و "العامل".

ونفس الشيء يقال عن الفاعلين من جنس الرجال والذين ظهروا في كل الحلقات محل التحليل بشكل لائق ومحترم، ففي أغلب الحلقات ظهرت الشخصيات الفاعلة بلباس حضري وأزياء حديثة وهذا ما يؤكد أيضا على واقعية برنامج "قمرة1" في نقل القضايا الإجتماعية كونها قضايا حقيقية يعيشها الفرد العربي في الوقت المعاصر حيث كان أغلب ملابس الشخصيات الفاعلة من الأزياء اليومية العادية

بإستثناء البدلات الرسمية والتي ارتداها البعض القليل من الشخصيات الفاعلة في أماكن تصويرية معينة مثل (أماكن العمل و الجامعة) مثل حلقة "العنصرية" و "العامل".

كما ظهروا أيضاً ببدلات رياضية والتي تجسدت في حلقة "حق التعليم" وحلقة "التنمر" وفي المقابل كان ظهور الملابس والأزياء التقليدية والشماخ والعقال فوق الرأس وفي بيئة عربية حضرية في مشهد يدعوا غلى المحافظة على الأزياء التقليدية وعلى الموروث الثقافي العربي كحلقة "العنصرية" وحلقة "الشبكات الإجتماعية"، حيث التمسك بالتقاليد لا يتعارض مع الإحسان بمشاكل وقضايا المجتمع العربي ولم لا المشاركة في معالجتها من خلال الإبداع والإنتاج الفكري.

أما ما يمكن قوله على البيئة الريفية فقد ظهر الفاعلين فيها بزيهم التقليدي على مستوى البيئة العربية والأجنبية على حد سواء وتجسد ذلك في لبسا الرجل الصعيدي المصري وكان ذلك في حلقة "العامل" في حين ظهر الزي التقليدي في البيئة الريفية الأجنبية من خلال اللباس الهندي وكان ذلك في حلقة كل من "اللاجئ".

أما عن مكياج الشخصيات الفاعلة فنرى من خلال دراستنا لعينة الدراسة إنعدامه في أغلب القوى الفاعلة وبما أن لا وجود للأزمنة الغابرة أو لشخصيات خيالية أو غير ذلك كما في الأعمال الفنية الأخرى التي تحتاج إلى تحديد ورسم خاص لمكياج الوجه والجسد وهذا ما يأتي من طبيعة البرامج التي تقدم الشخصيات كما هي في الواقع الحياتي الذي نعيشه ما يؤكد على تجسيد الواقعية بصورة كاملة.

6) **فئة الأطر الإعلامية المستخدمة في برنامج "قمرة1":**

تهتم هذه الفئة بالتعرف على أهم تقديم المواضيع الإجتماعية في حلقات برنامج "قمرة1" في إطار عدة فئات فرعية تتمثل في:

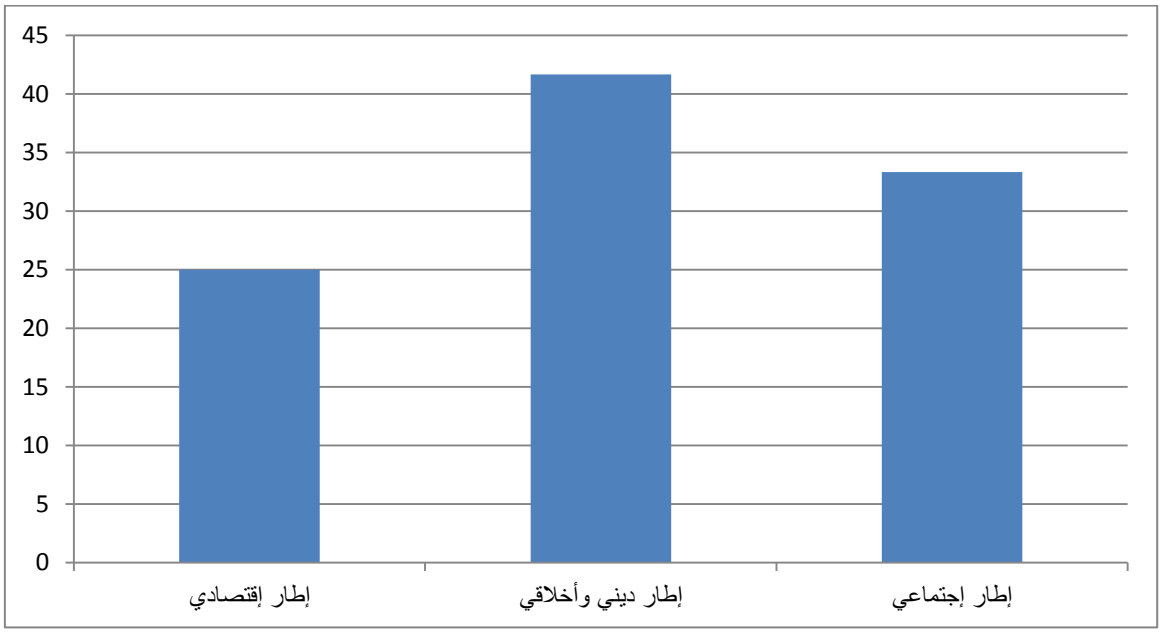
- **فئة نوع الإطار المستخدم لتأطير المواضيع الإجتماعيية في برنامج "قمرة1":**

الجدول رقم (41): يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة أنواع الأطر في عرض المواضيع الإجتماعية في برنامج "قمرة1".

- **الجدول رقم (41-1): عنوان الحلقة "الطفل":**

الإطار العام لحلقة "الطفل"	"الطفل وحقه في السعادة قدر الإمكان وكل متطلبات الحياة"		
		التكرار	النسبة المئوية
الإطار المحدد لحلقة "الطفل"	إطار الإقتصادي	3	%25
	إطار ديني وأخلاقي	5	%41.66
	إطار إجتماعي	4	%33.33
	المجموع	12	%100

الشكل رقم (21-1): يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأطر في عرض المواضيع الاجتماعية في حلقة "الطفل" في برنامج "قمرة1".

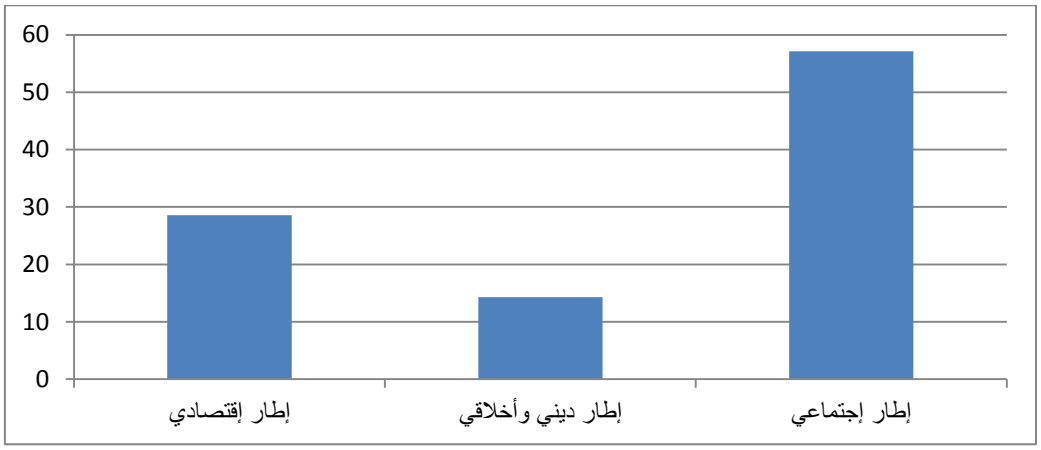


يوضح الجدول رقم (41-1) إجمالي تكرارات ونسب وأنواع الاطر المستخدمة في عرض المواضيع الإجتماعية المعالجة في برنامج "قمرة1" ومن خلال النتائج الموضحة في الجدول اعلاه في حلقة الطفل وفقا لتحليل الأطر الرئيسية وقد اعتمد البرنامج محل الدراسة في معالجة القضايا الإجتماعية على توظيف الأطر المحددة في حلقة الطفل وقد بلغت بنسبة توظيف الإطار الديني والأخلاقي ب 41.66%، التي احتلت مرتبة الأولى وتليها في المرتبة الثانية الإطار الإجتماعي بنسبة 33.33%، وتليها في المرتبة الثالثة الإطار الإقتصادي بنسبة 25%، فوفق نظرية الأطر الإعلامية غالبا ما تلتزم الخدمات والأنشطة الإعلامية بإطار إعلامي تتحرك المؤسسة الإعلامية في داخله لا يتفضل عن أحداثها وتتعدد أهمية الإطار في قوته التأثيرية على كيفية تفسير الجمهور للقضايا والأحداث من حوله وعليه يوضح برنامج "قمر1" القضايا الإجماعية التي عالجها من خلال حلقة الطفل في سياق وتنظيم من خلال أطر تحدد وترتب الألفاظ والمعاني يعطي مضمونها مغزى معين.

- **الجدول رقم (41-2): عنوان الحلقة "العامل".**

الإطار العام لحلقة "العامل"	**"العامل هو الشخص الذي يؤدي نشاطه ويأخذ عادة أجرا ماديا أو معنوياً"**		
		التكرار	**النسبة المئوية**
الإطار المحدد لحلقة "العامل"	**إطار الإقتصادي**	2	%28.57
	إطار ديني وأخلاقي	1	%14.28
	إطار إجتماعي	4	%57.14
	المجموع	7	%100

الشكل رقم (21-2): يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأطر في عرض القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" حلقة "العامل".



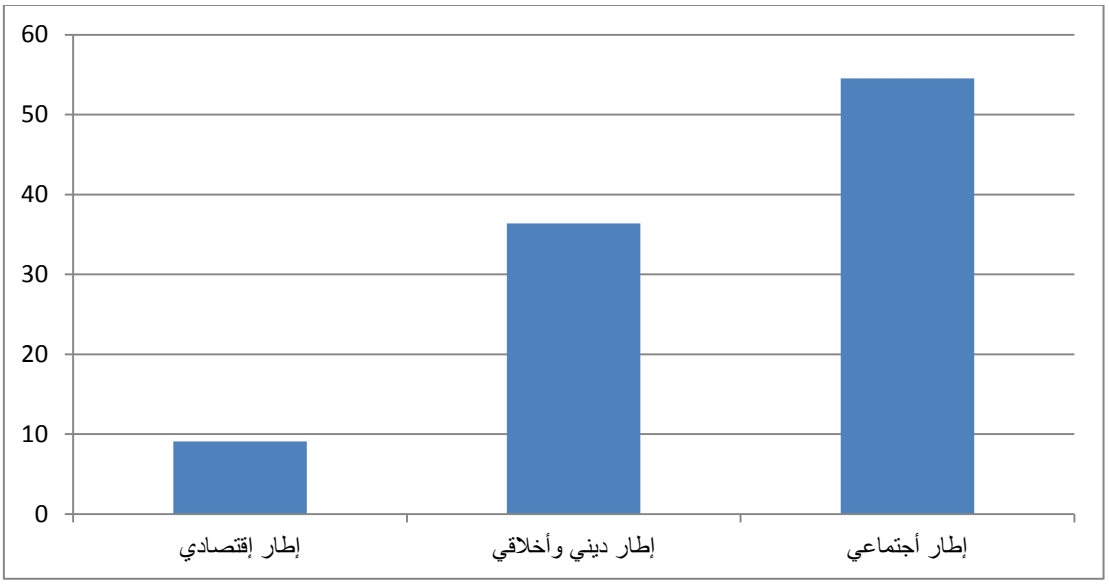
يوضح الجدول رقم (41-2) إجمالي تكرارات ونسب أنواع الأطر المحددة المستخدمة في عرض المواضيع الإجتماعية المعالجة في حلقة العامل في برنامج "قمرة1" ومن خلال النتائج الموضحة في الجدول وجدنا أن الإطار الإجتماعي هو الذي تم توظيفه بشكل أكبر في حلقة العامل والي إحتل المرتبة الأولى بنسبة 57.14%، وتليها في المرتبة الثانية الإطار الإقتصادي بنسبة لا بأس بها تقدر ب 28.57%، وتليها المرتبة الأخيرة الإطار الديني والأخلاقي التي قدرت نسبته ب 14.28%.

ونرى أن في الاخير أن في حلقة العامل ركز أكثر على الجانب الإقتصادي والإجتماعي وأهمل الجانب الديني والأخلاقي رغم أهميته.

- **الجدول رقم (41-3): عنوان الحلقة "التنمر".**

الإطار العام لحلقة "التنمر"	"التنمر هو ظاهرة عدوانية وغير مرغوب بها تنطوي على ممارسة العنف والسلوك العدواني"		
		التكرار	النسبة المئوية
الإطار المحدد لحلقة "التنمر"	إطار الإقتصادي	1	%9.09
	إطار ديني وأخلاقي	4	%36.36
	إطار إجتماعي	6	%54.54
	المجموع	11	%100

الشكل رقم (21-3): يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأطر في عرض القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" حلقة "التنمر".

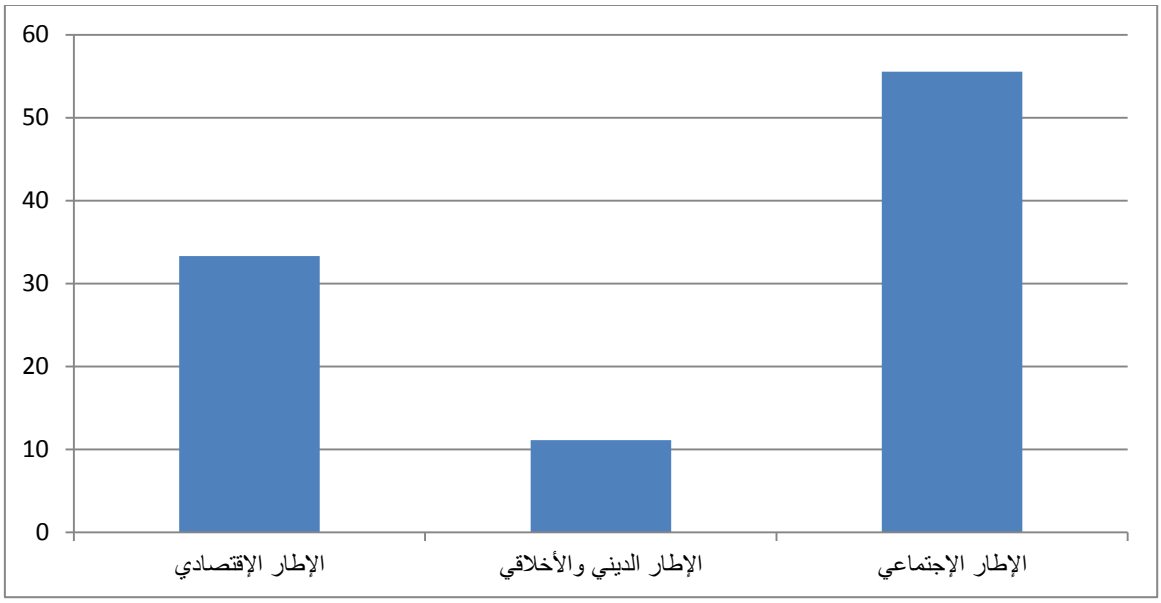


يوضح الجدول رقم (41-3) إجمالي تكرارات ونسب وأنواع الأطر المحددة المستخدمة في عرض المواضيع الإجتماعية المعالجة من خلال حلقة "التنمر" في برنامج "قمرة1" ومن خلال النتائج الموضحة في الجدول وجدنا أن الإطار الإجتماعي هو الذي احتل المرتبة الأولى في حلقة التنمر وجاء بنسبة 54.54%، وتليها مباشرة في المرتبة الثانية الإطار الديني والأخلاقي بنسبة 36.36%،وأما في المرتبة الأخيرة هو الإطار الإقتصادي الذي كان مهمشا تقريبا بنسبة 09.09%.

- **الجدول رقم (41-4): عنوان الحلقة "الشبكات الإجتماعية".**

الإطار العام لحلقة "الشبكات الإجتماعية"	"الشبكات الإجتماعية ودورها في الخدمة الإلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم معلومات شخصية"		
		التكرار	النسبة المئوية
الإطار المحدد لحلقة "الشبكات الإجتماعية"	إطار الإقتصادي	3	%33.33
	إطار ديني وأخلاقي	1	%11.11
	إطار إجتماعي	5	%55.55
	المجموع	9	%100

الشكل رقم (21-4): يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأطر في عرض القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" في حلقة "الشبكات الإجتماعية".



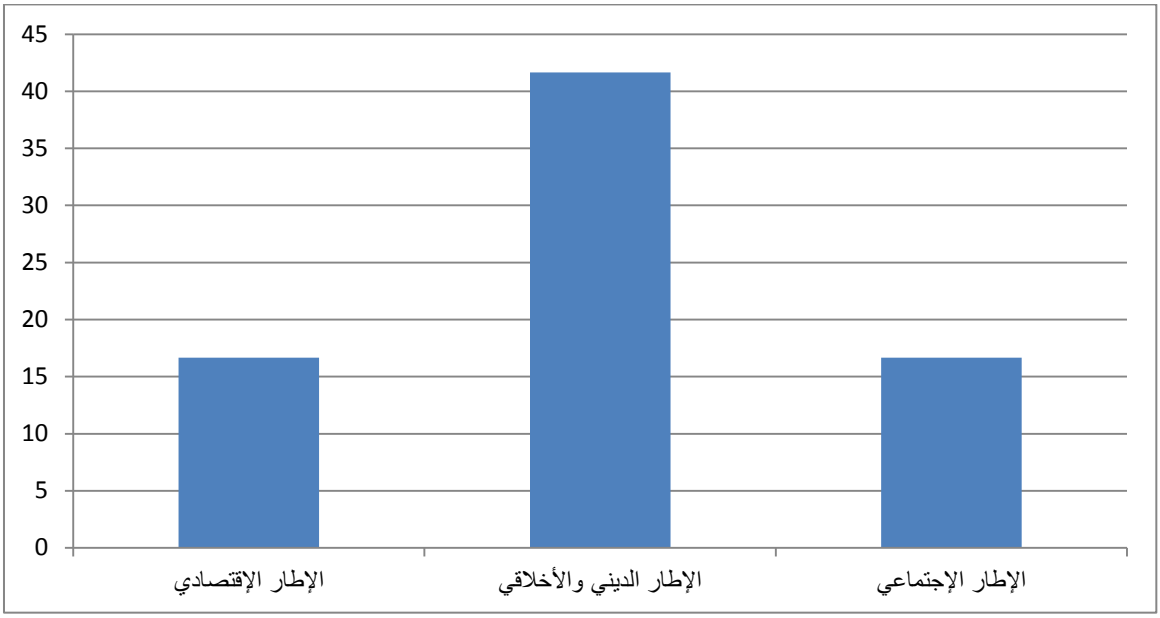
يوضح الجدول رقم (41-4) إجمالي التكرارات والنسب وأنواع الاطر المحددة المستخدمة في عرض المواضيع الإجتماعية المعالجة في حلقة "الشبكات الإجتماعية" في برنامج "قمرة1" ومن خلال النتائج الموضحة في الجدول وجدنا أن الإطار الإجتماعي هو الذي جاء في المرتبة الأولى بنسبة 55.55%، ويليها في المرتبة الثانية الإطار الإقتصادي بنسبة 33.33%، ثم في المرتبة الثالثة والأخيرة جاءت الأطر الأخلاقية بنسبة 11.11%.

- **الجدول رقم (41-5): عنوان الحلقة "المرأة".**

الإطار العام لحلقة "المرأة"	"المرأة ودورها في المجتمع ولها دور اساسي في بناء الأجيال"		
		التكرار	النسبة المئوية
الإطار المحدد لحلقة "المرأة"	إطار الإقتصادي	2	%16.66
	إطار ديني وأخلاقي	5	%41.66
	إطار إجتماعي	5	%41.66
	المجموع	12	100%

يوضح الجدول أعلاه إجمالي تكرارات ونسب فئة أنواع الأطر الإعلامية المستخدمة في عرض المواضيع الإجتماعية في برنامج "قمرة1"، ومن خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الإطار الإجتماعي والإطار الديني والأخلاقي جاءا في المرتبة الأولى بنسبة 41.66%، وفي المرتبة الثانية الإطار الإقتصادي بنسبة 16.66%.

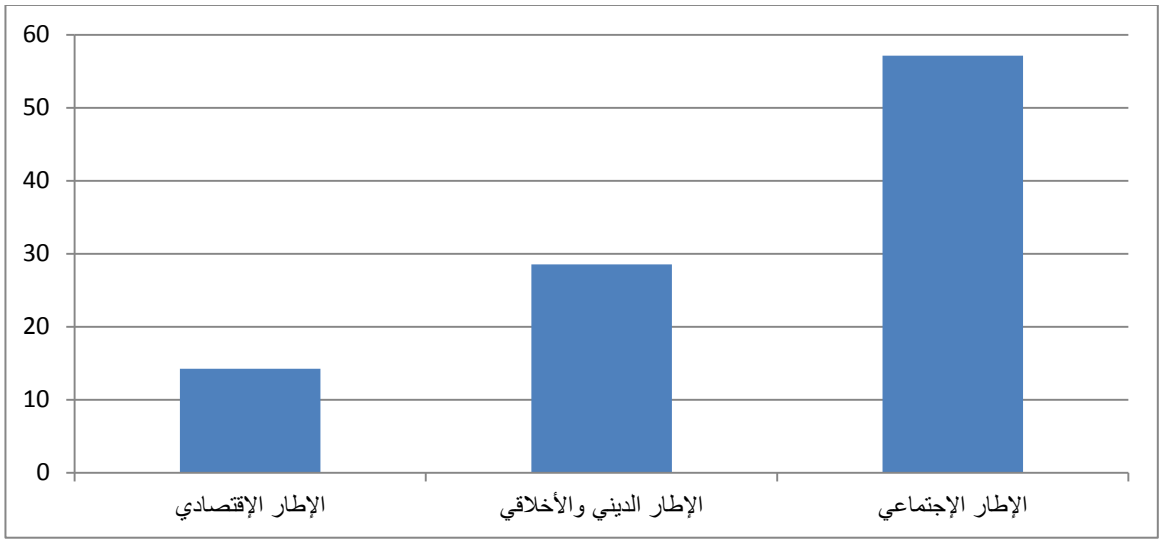
الشكل رقم (05): يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأطر في عرض القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" في حلقة "المرأة".



- **الجدول رقم (41-6): عنوان الحلقة "اللاجئ".**

الإطار العام لحلقة "اللاجئ"	"اللاجئ يعتبر شخص يوجد خارج الدولة بسبب تخوف مبرر من التعرض للإضطهاد"		
		التكرار	النسبة المئوية
الإطار المحدد لحلقة "اللاجئ"	إطار الإقتصادي	1	% 14.28
	إطار ديني وأخلاقي	2	% 28.57
	إطار إجتماعي	4	% 57.14
	المجموع	7	% 100

الشكل رقم (21-6): يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأطر في عرض القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" حلقة "اللاجئ".

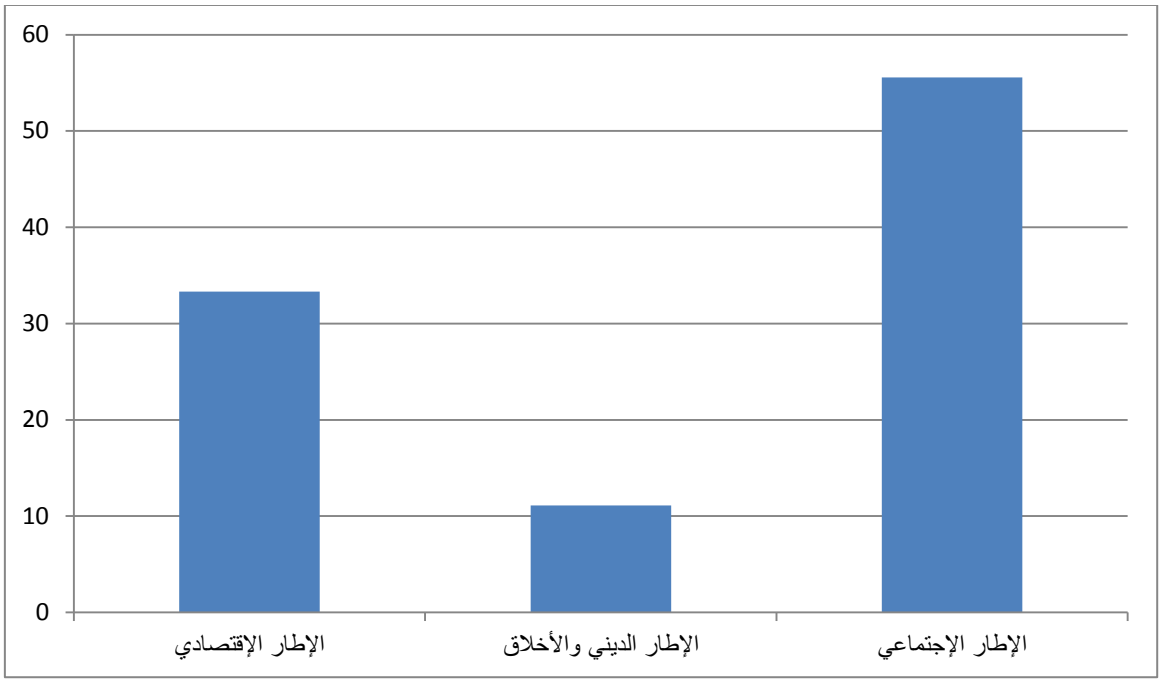


يوضح الجدول رقم (41-6) إجمالي التكرارات ونسب وأنواع الأطر المحددة والمستخدمة في عرض المواضيع الإجتماعية المعالجة في حلقة اللاجئ في برنامج "قمرة1" ، ومن خلال نتائج الموضحة في الجدول وجدنا أن الإطار الإجتماعي هو الذي اتى في المرتبة الأولى بنسبة 57.14 %ن وتليها في المرتبة الثانية الأطر الدينية والاخلاقية وأخيرا في المرتبة الثالثة جاءت الأطر الإقتصادية بنسبة 14.28%

- **الجدول رقم (07): عنوان الحلقة العنصرية:**

الإطار العام لحلقة "العنصرية"	"العنصرية هي الترفع عن قيمة مجموعة معينة أو فئة إلى حساب فئة أخرى"		
		التكرار	النسبة المئوية
الإطار المحدد لحلقة "العنصرية"	إطار الإقتصادي	3	% 33.33
	إطار ديني وأخلاقي	1	% 11.11
	إطار إجتماعي	5	% 55.55
	المجموع	9	% 100

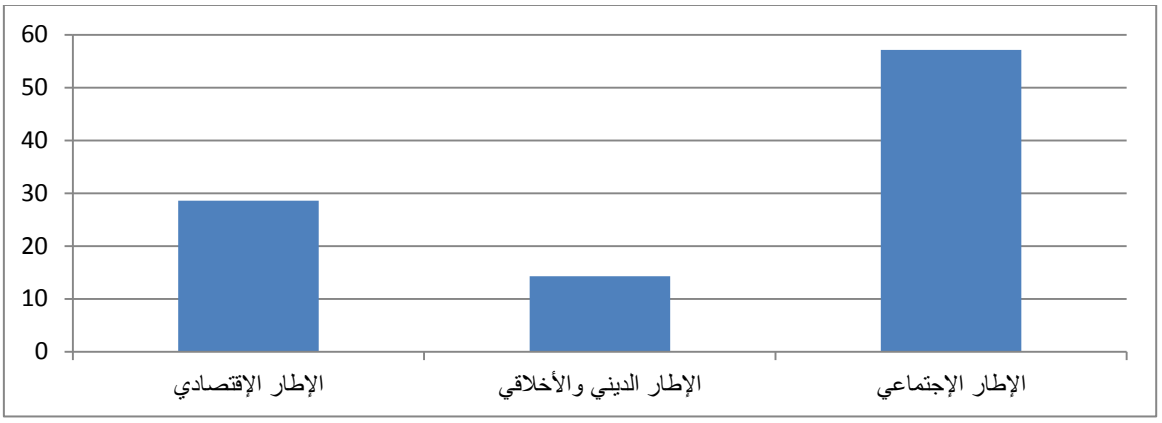
الشكل رقم (07): يوضح إجمالي التكرارات ونسب فئة أنواع الاطر في عرض القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" حلقة "العنصرية".



- **الجدول رقم (41-8): عنوان الحلقة "العطاء".**

الإطار العام لحلقة "العطاء"	"هو الفضائل الإنسانية التي يقصد بها التضحية هو تفضيل المصلحة للأخرين"		
		التكرار	النسبة المئوية
الإطار المحدد لحلقة "العطاء"	إطار الإقتصادي	2	%28.57
	إطار ديني وأخلاقي	1	%14.28
	إطار إجتماعي	4	%57.14
	المجموع	7	%100

الشكل رقم (21-8): يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأطر في عرض المواضع الإجتماعية في حلقة العطاء في برنامج "قمرة1".

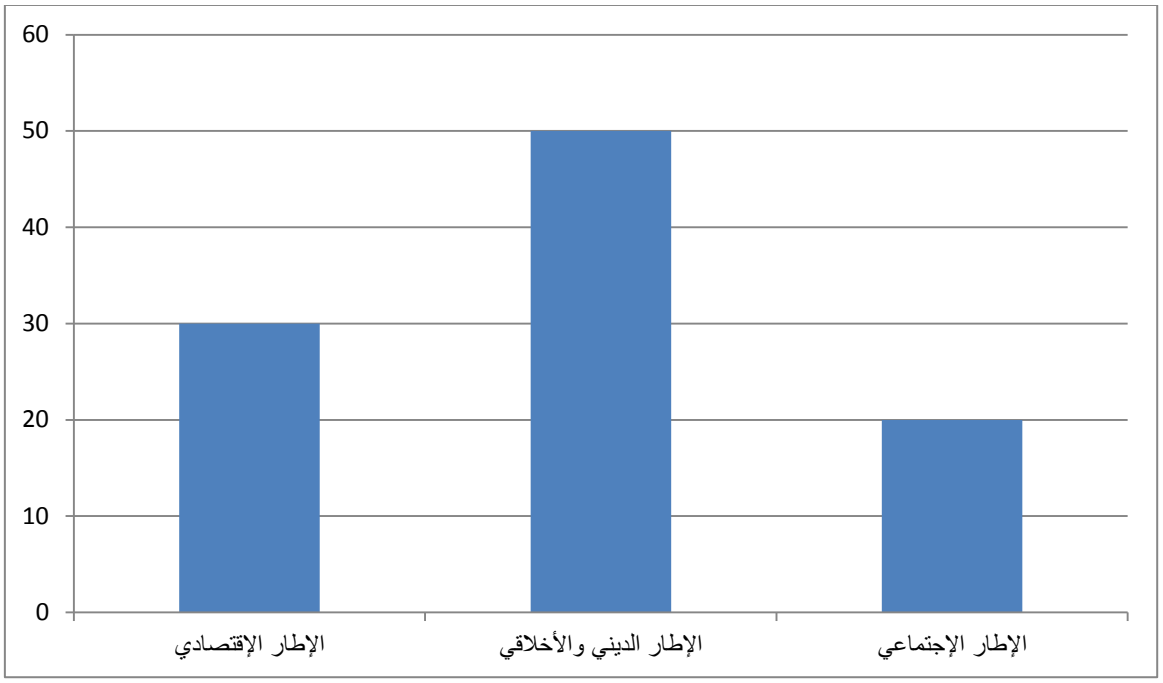


الجدول رقم (41-8) يوضح إجمالي تكرارات ونسب وأنواع الأطر المستخدمة في عرض حلقة "العطاء" وفق التحليل الأطر الرئيسية وقد أعتمد البرنامج محل الدراسة في معالجة القضايا الإجتماعية على توظيف الأطر المحددة في حلقة العطاء وقد بلغت نسبة توظيف الإطار الإجتماعي ب 57.14%، واليت جاءت في المرتبة الاولى وتليها في المرتبة الثانية الإطار الإقتصادي بنسبة تقدر ب 28.57%، وتليها في المرتبة الثالثة الإطار الديني والأخلاقي بنسبة 14.28%.

الجدول رقم (41-9): عنوان الحلقة "الإرهاب".

الإطار العام لحلقة "الإرهاب"	"الإرهاب هي الأعمال الإجرامية من القتل أو إلحاق إصابات جسمانية خطيرة"		
		التكرار	النسبة المئوية
الإطار المحدد لحلقة "الإرهاب"	إطار الإقتصادي	3	%30
	إطار ديني وأخلاقي	5	%50
	إطار إجتماعي	2	%20
	المجموع	10	%100

الشكل رقم (09): يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأطر في عرض المواضيع الإجتماعية في حلقة "الإرهاب".

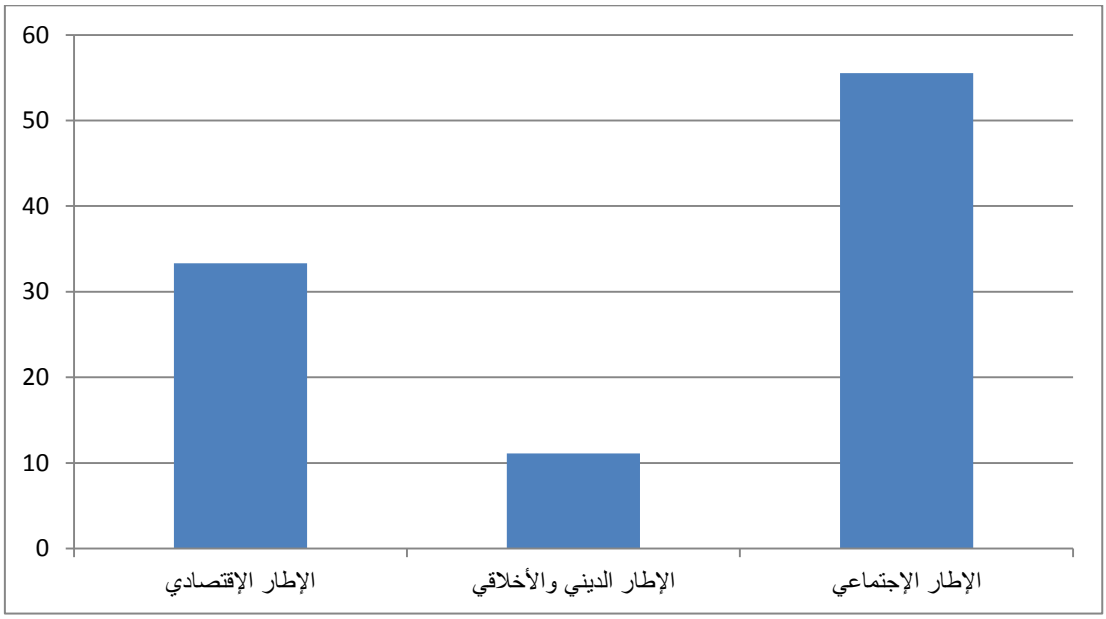


يوضح الجدول رقم (41-9) إجمالي التكرارات ونسب وأنواع الأطر المستخدمة في عرض المواضيع الإجتماعية المعالجة في برنامج "قمرة1، ومن خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه في حلقة الإرهاب وفي تحليل الأطر الرئيسية إعتمد البرنامج على دراسة ومعالجة القضايا الإجتماعية على توظيف الاطر المحددة في حلقة الإرهاب وبلغت نسبة توظيف الإطار الديني والأخلاقي نسبة 50%، والذي احتل المرتبة الأولى وأما في المرتبة الثانية جاءت الإطار الإقتصادي بنسبة 30%، وأخيرا في المرتبة الثالثة جاء الإطار الإجتماعي بنسبة قدرت ب 20%.

- **الجدول رقم "10": عنوان الحلقة "حق التعليم".**

الإطار العام لحلقة "حق التعليم"	"هو يهدف الحصول على التعليم الجيد لضمان تنمية الفرد بشكل كامل"		
		التكرار	النسبة المئوية
الإطار المحدد لحلقة "حق التعليم"	إطار الإقتصادي	3	%33.33
	إطار ديني وأخلاقي	1	%11.11
	إطار إجتماعي	5	%55.55
	المجموع	9	%100

الشكل رقم (10): يوضح توزيع نسب فئة أنواع الأطر في عرض المواضيع الإجتماعية في حلقة "حق التعليم" في برنامج "قمرة1".



يوضح الجدول رقم (41-10) إجمالي التكرارات ونسب وأنواع الأطر المستخدمة في عرض المواضيع الإجتماعية المعالجة في برنامج "قمرة1" ومن خلال نتائج الموضحة في جدول أعلاه في حلقة "حق التعليم" وفق تحليل الأطر الرئيسية؛ إعتمد البرنامج محل الدراسة في معالجة القضايا الاجتماعية على توظيف الأطر المحددة في حلقة حق التعليم وقد بلغت نسبة توظيف الإطار الإجتماعي 55.55%

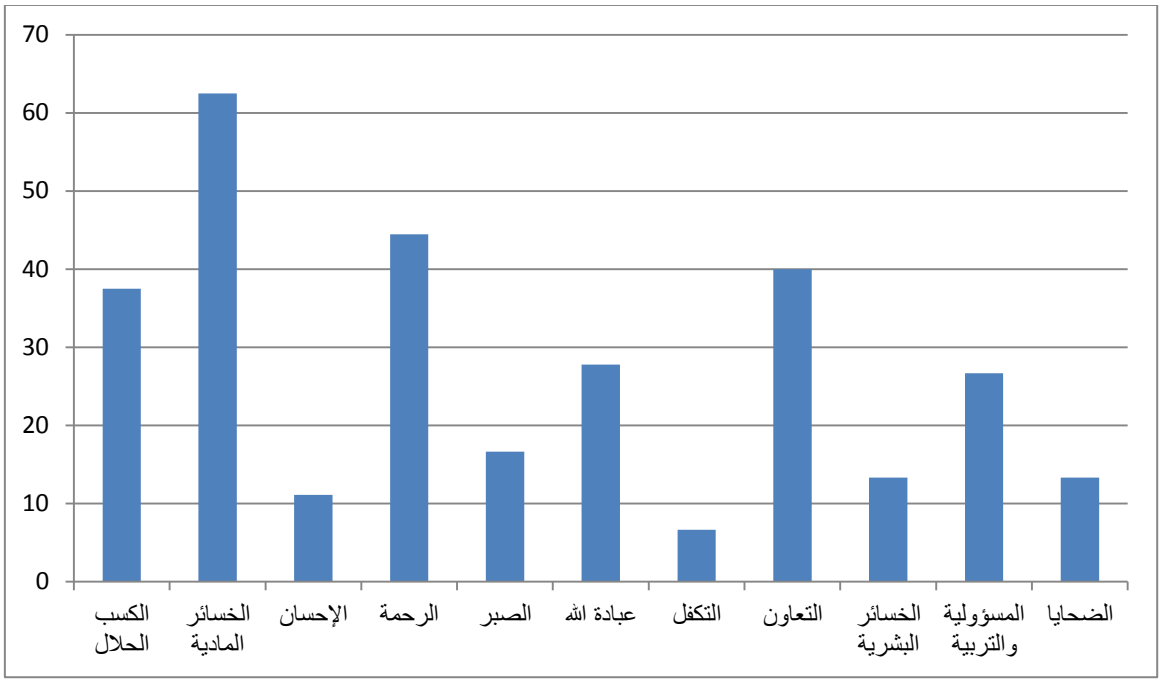
والتي احتل المرتبة الأولى، أما في المرتبة الثانية جاءت الأطر الإقتصادية بنسبة 33.33% وتليها في الأخير الأطر الدينية وأخلاقية بنسبة 11.11%.

فئة أنواع الأطر المحددة:

الجدول رقم (42): يوضح توزيع تكرارات ونسب فئة أنواع الأطر حسب الأبعاد المراد إضفائها والمستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية بالبرنامج "قمرة1".

نوع الأطر المحددة في برنامج "قمرة1"	القضايا مستخرجة	التكرار	النسب المئوية
الإطار الإقتصادي	الكسب الحلال	3	% 37.5
	الخسائر المادية	5	% 62.5
	المجموع	8	% 100
الإطار الديني والأخلاقي	الإحسان	2	% 11.11
	الرحمة	8	% 44.44
	الصبر	3	% 16.66
	عبادة الله	5	% 27.77
	المجموع	18	% 100
الإطار الإجتماعي	التكفل	1	% 6.66
	التعاون	6	% 40
	الخسائر البشرية	2	% 13.33
	المسؤولية والتربية	4	% 26.66
	الضحايا	2	% 13.33
	المجموع	15	% 100

الشكل رقم (22): يوضح نسب فئة أنواع الأطر حسب الابعاد المراد إضفائها والمستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية بالبرنامج الإجتماعي "قمرة1".



بناء على المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه رقم (42) يتبين أن عينة الدراسة في شقها المرتبط بأنواع الأطر المحددة الابعاد المراد إضفائها على المحتوى محل التحليل قد ركز البرنامج "قمرة1" على توظيف الأطر المحددة التي وضعت القضية الإجتماعية المطروحة في سياق معين وتطرقت إلى محاولة فهم وتقديم أكثر شمولا وتحليلا للقضايا الإجتماعية وذلك بالتركيز على بعض الأبعاد القضايا الأجتماعية المعالجة فضلا عن جانب التمكين والتميز لبعض الفئات الإجتماعية والإهتمام بتقديم نماذج مشتركة سواء للمرأة او الرجل ويتبين من نتائج تحليل أطر تقديم القضايا الإجتماعية أن أكثرها تكرارا هو الإطار الإقتصادي الذي تفرعت فيه بعض القضايا منها المادية في المرتبة الأولى قدرت بنسبة 6.25%، وتليها مباشرة في المرتبة الثانية الكسب الحلال بنسبة 37.5%، وظهرت في حلقة "العامل". وتليها في الإطار الديني والأخلاقي الذي تفرعت منه عدة قضايا منها في المرتبة الأولى الرحمة بنسبة قدرت ب 44.44%، وظهرت في حلقة "المرأة" و "اللاجئ" وتليها في المرتبة الثانية "عبادة الله بنسبة 27.77%، وظهرت في الحلقة "المرأة" وحلقة "الإرهاب، وتليها في المرتبة الثالثة الصبر بنسبة 16.66%، والتي ظهرت في حلقة "حق التعليم" و "العنصرية".

كذلك ظهر الإطار الإجتماعي يتفرع منه عدة قضايا تكررت بالنسبة للمرتبة الأولى "التربية والمسؤولية" بالنسبة 26.66%، فظهرت في حلقة "الشبكات الإجتماعية" و "الطفل" وتليها في المرتبة الثانية كل من "الخسائر البشرية والضحايا" بالنسبة 33..13%، فظهرت حلقة "اللاجئ" و "الإرهاب" وتليها في المرتبة الثالثة التكفل التي قدرت بنسبة 6.66%، وظهرت في حلقة "حق التعليم" و "الطفل".

وبالنظر إلى النتائج المتوصل إليها نلاحظ تنوع في أنواع الأطر وهو أمر طبيعي أولا لكون المتلقي يميل عادة للإطارت التي يستخدمها القائم بالإتصال كونها تساعد في جعل معالجة المعلومات المعقدة أكثر سهولة فهو يقبل هذا التأطير دون شعور بأنه يتخذ قرارته وفق ما رسم له القائم بالإتصال في برنامج "قمرة1" وما زوده من معلومات حول القضايا الإجتماعية المعالجة.

ثانيا كون مواضيع القضايا الإجتماعية لها أبعاد ونتائج على كل الأصعدة والمجالات الحياتية الأخرى كالمجال الإقتصادي والمجال الديني والأخلاقي فضلا على المستوى الإجتماعي.

وفقا لنظرية الأطر الإعلامية يقوم القائم بالإتصال بإختيار إطار معين لنص الخبر أو المحتوى وتصبح السمات المميزة للخبر ضمن ذلك الإطار هي الأكثر بروزا منن الاشياء الموجودة خارجه وعليه فالبرنامج "قمرة1" حاول إبراز القضايا الإجتماعية المعالجة من خلال تنظيمها داخل مجموعة من الأطر المختلفة وهذا الإختلاف نظراً لإختلاف القضايا وملامسة تداعياتها مجالات حياتية مختلفة ما جعل التنوع من أنواع الاطر أمر مطلوب ومنطقي هذا من جهة.

ومن جهة أخرى فعملية وضع الأطر تتأثر كثيراً بمجموعة من المتغيرات كالضغوطات التنظيمية والإيديويلوجية ووالإتجاهات وهو ما يعرف بالمدخلات التي تساهم في إبراز المخرجات التي تسمى الأطر الإعلامية للصحفي أو الوسيلة الإعلامية وهذا وفق نموذج "شوفيل" الخاص بنظرية الأطر الإعلامية وهذا ما يفسر ظهور الأطر الإعلامية على حساب أطر أخرى.

إن ظهور هذه الأنواع من الأطر المرئية بهذا الشكل يعود إلى أن البرنامج "قمرة1" يهدف بالأساس إلى التحسين من خلال الإرتقاء بمكانة الفرد وتمكينه ليصل لأعلى المستويات من القيام بدور فعال وأساسي في النهضة والتنمية الإجتماعية العربية.

رابعاً: نتائج العامة في ضوء تساؤلات الدراسة:

التساؤل الأول:

1) ما هو الحجم الزمني المخصص لمعالجة القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" على قناة MBC_1؟.

والذي ترتبت ونتج عنه:

- إن القضايا الأبرز في مختلف المواضيع كانت من نصيب قضية المساعدة في موضوع "العطاء" بنسبة 42.16%، وقضية الخوف في موضوع "الإرهاب" بنسبة 38.16%، وقضة الإساءة في موضوع التنمر والإستحواذ والسيطرة في موضوع الشبكات الإجتماعية بنسبة 77.5%.

التساؤل الثاني:

2) ما هي اللغة المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية ضمن برنامج "قمرة1" على قناة MBC_1؟.

ترتب من التساؤل الثاني مجموعة من النتائج تمثلت في:

- اللغة المستخدمة في البرنامج كانت عبارة عن مزيج لغوي ما بين اللهجات العربية المحلية واللغة العربية واللغة الإنجليزية مترجمة للعربية واللغة العربية مترجمة للإنجليزية ولغات أخرى كالفيليبينية والهندية.
- الحضور الأبرز والأكثر للغة المستخدمة كان من نصيب اللهجات العربية المختلفة بنسبة 51.53%.
- التوظيف لمختلف اللغات جاء إنطلاقا من النطاق الجغرافي الذي جرت في أحداث مختلف القضايا الإجتماعية المشاركة في البرنامج بهدف إيصال الرسالة الإعلامية لمختلف شرائح الجمهور.

التساؤل الثالث:

3) ما هي الأشكال الإعلامية التي قدمت من خلالها القضايا الإجتماعية في برنامج قمرة على قناة MBC_1؟.

نتجت منه مجموعة من النتائج المرتبة في:

- هناك تنوع في إستخدام الأشكال الإعلامية في معالجة مختلف القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" وهذا يعود إلى تنوع الأفكار اليت يجسدها هذا البرنامج وإلى إختلاف زوايا النظر لأصحاب القضايا المقدمة.
- جاء الشكل الإعلامي حديث فردي (مباشر) كأهم هذه الأشكال بنسبة 17.13%، ثم تليها أساليب توضيحية بنسبة 15.73%، وحوار ثنائي بنسبة 36%، وتعليق، استطلاع الرأي، أغاني وحوار جماعي، بنسب متقاربة.
- التنوع في إستخدام الاشكال الإعلامية المختلفة يؤدي دورا كبيرا في شد الإنتباه المتلقي، ويكسر الملل والروتين، كما أنه من أنواع التكامل بين مختلف هذه القوالب في إيصال المعنى للمتلقي.

التساؤل الرابع:

4) فيما تتمثل أهم العناصر الفنية المعتمدة في معالجة القضايا الإجتماعية ضمن برنامج "قمرة 1" على قناة MBC1؟

نتجت عنه مجموعة من النتائج متمثلة في:

- الإخراج الفني له أهمية كبيرة في برنامج "قمرة1" من خلال استخدام أنواع وأحجام مختلفة من اللقطات وجاء تنوع اللقطات الشاملة والعامة ولقطات القريبة والمتوسطة رغم ان الصدارة كانت للقطات المتوسطة بنسبة 25.89%.
- إن الصوت والصورة غالبا ما ترتبط في البرنامج التلفزيوني الذي تعتبر الموسيقى والمؤثرات الصوتية جزء منها، فالصوت من العناصر المهمة الداخلة في بيئة الصورة المرئية وفي تعميق بنياتها.

- نوع برنامج "قمرة1" في استخدام الموسيقى التي امتزجت فيها نغمة الحزن، الفرح، التوتر، إضافة إلى نغمة الموازنة واليت كانت أكثر بروزاً وسجلت بنسبة 34.33% وكما نوع بين مؤثرات الصوتية الطبيعية والمؤثرات الصوتية البشرية حتى وإن استخدمها بنسبة ضئيلة.
- إن أماكن التصوير إتسمت بالواقعية وتنوعت بين الأماكن الداخلية والأماكن الخارجية وكانت الأماكن الداخلية أكثر ظهوراً ب 58.69% مقارنة بأماكن التصوير الخارجية. وجاءت أماكن الإقامة كأبرز أماكن التصوير الداخلي بنسبة 37.03% في حين جاءت الشوارع والأرصفة كأبرز أماكن التصوير الخارجي بنسبة 47.36%،وهذا التنوع جاء نظرا لخصوصية أماكن حدوث كل قضية من قضايا الإجتماعية المعالجة في برنامج "قمرة1".

التساؤل الخامس:

5) ما هي المواضيع الإجتماعية التي تناولها وعالجها برنامج "قمرة" على قناة MBC1؟.

وترتب على هذا التساؤل بعض النتائج مفادها:

- هناك تنوع واختلاف في مختلف المواضيع المطروحة والمعالجة في برنامج الإجتماعي "قمرة1".
- خلصت الدراسة أيضا بنتيجة ترتيب مختلف المواضيع البرنامج حيث جاء موضوع "اللاجئ" في سلم الترتيب بنسبة 13.87%، تليه الشبكات الاجتماعية بنسبة 13.33%، ثم موضوع المرأة والإرهاب بنسبة 10.56%، ثم العنصرية بنسبة 9.44%، ثم الطفل والتنمر والعامل بنسبة 8.33 وفي أخر سلم الترتيب موضوع الإرهاب بنسبة 7.22%.

التساؤل السادس:

6) ما هي القيم المتضمنة في معالجة البرنامج الإجتماعي "قمرة1" على قناة MBC_1؟.

ونتج وترتب عنه نتيجتين مفادها في:

- تتضمن البرامج مجموعة من القيم الإجتماعية، السياسية، الإقتصادية، الجمالية، العلمية.

- جاءت مجموعة القيم الإجتماعية في سلم الترتيب وكأبرز القيم التي عرضت وتحصلت على نسبة 62.98%، وكانت أبرز القيم هي: قيمة الإحسان، التضامن، العطاء، التعايش، الحب...إلخ.

التساؤل السابع:

7) ما هي أهم الأساليب المستخدمة لمعالجة القضايا الإجتماعية ضمن برنامج "قمرة 1" على قناة MBC1؟

من النتائج المتحصل عليها في هذا السؤال نجد:

- اعتمد برنامج "قمر1" على تنويع في الأساليب المستخدمة لصياغة الرسالة الإعلامية وفي تقديم القضايا الإجتماعية وتختلف هذه الاساليب المستخدمة بين الأساليب العقلية والأساليب العاطفية، إلا أن الأساليب العقلية كانت أكثر بروزا من الأساليب العاطفية بنسبة 59.45% وهذا منطقي.
- وضف البرنامج أفكار مطروحة بنسب وإحصائيات بنسبة 30.68% لإقناع الجمهور المتلقي وهي اهم الأساليب الإقناعية الفعلية لإستهداف العقل والفكر بتقديم الأدلة، الأرقام والبراهين، التحليل والنقد والأمثلة الواعية وهذا لا ينفي أهمية ودور مخاطبة العاطفة هي الأخرى واللعب على وتر العواطف والمشاعر لمساهمة هذا الجانب أيضا ودوره المهم في الإقناع والتأثير من خلال توظيف مجموعة معتبرة من الأساليب الإقناعية العاطفية والتي كانت أبرزها في عملية التوظيف الأساليب البلاغية بنسبة 26.66%

التساؤل الثامن:

8) ما هي أهداف المعالجة للقضايا الإجتماعية والتي يسعى برنامج "قمرة MBC_1؟.

- تسجيل الكثير من الأهداف لخصوصية كل قضية معالجة في حلقات البرنامج فكل موضوع هو قائم بذاته وتختلف أهدافه حسب كل قضية مطروحة ومعالجة.
- جاء هدف نشر الوعي الاجتماعي كأبرز الأهداف التي عرضت حصلت على نسبة 25.49%، تلاه هدف التراحم والتكافل الإجتماعي بنسبة 21.91%، ثم بعث الأمل، ونشر التفاؤل 10.33%، وباقي النسب جاءت بنسب متقاربة.

التساؤل التاسع:

9) من هم الفاعلون الأساسيون في مضامين القضايا الإجتماعية في برنامج "قمر1" MBC1؟.

- جاء الأفراد الفاعلين في المرتبة الأولى بنسبة 96.39% كأبرز الشخصيات الفاعلية في تحريك أحداث القضايا الإجتماعية المعالجة في برنامج "قمرة1ط مقارنة بالشركات والشخصيات الفاعلة التي كان دورها محدودا جدا مقارنة بنوع او جنس الفاعلين.
- كما برز الشباب كالشخصيات محورية فاعلة في هذه الفئة مقارنة بباقي الشرائح الإجتماعية بنسبة 52.56% لتحريك احداث القضايا الإجتماعية المعالجة.
- دارت الأحداث في بيئات عربية وأخرى اجنبية إلا أن الفرق كان للبيئة العربية بنسبة 81.25% كما تفوقت البيئة الحضرية العربية بنسبة 32.30% وظهرت بيئة الحضرية الأجنبية بنسبة 66.66% .

التساؤل العاشر:

10) ما هي الأطر المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية ضمن برنامج "قمرة 1" على قناة MBC1؟

- ظهر بوضوح مدى تأثير الإطار الإعلامي في معالجة القضايا الإجتماعية حيث أن هناك اختلاف وتنوع في توظيف الأطر إلى أن الأطر الأكثر استخدام في المواضيع الإجتماعية في برنامج قمرة هي الأطر الإجتماعية بنسبة 57.14% والأطر الدينية والأخلاقية بنسبة 36.36% .

خامساً: النتائج العامة في ضوء الدراسة:

خلصت الدراسة التحليلية لجملة من النتائج مفادها في:

- البرنامج الاجتماعي "قمرة 1" أولى اهتماما كبيرا لمختلف القضايا الاجتماعية وذلك بتخصيص مدة زمنية كافية لمعالجة مختلف القضايا حيث جاءت في سلم الترتيب وكأبرز قضية عرضت لقضية المساعدة في موضوع العطاء بنسبة 42.10%، ثم تلتها قضية الخوف في موضوع الإرهاب بنسبة 38.46%، وباقي القضايا بنسب متقاربة.
- استخدم البرنامج الإجتماعي قمرة لغات مختلفة بين اللجهات العربية المحلية، اللغة العربية واللغة الانجليزية مترجمة للعربية، ولغة عربية مترجمة للإنجليزية ولغات أخرى إلى أن اللغة الغالبة كانت اللهجات العربية المحلية بنسبة 51.53%.
- استخدم البرنامج لغات عربية محلية مختلفة ما بين الخليجية والمصرية السورية والأردنية اليمينية العربية، السودانية، إلا أن اللغة الغالبة كانت اللهجة الخليجية 55.07%.
- استخدم البرنامج الإجتماعي "قمرة1" مختلف الأشكال الإعلامية التي أضاف وجودها دلالات تعبر عن المعاني والأفكار وجاء حديث فردي (مباشر) كأبرز الأشكال بنسبة 33.21%.
- إن النتائج المتوصل إليها من خلال فئة العناصر الفنية حول خصوصية الصوت والصورة الموظفة في برنامج "قمرة1" تتلاءم مع خصوصية البنية الشكلية وتمظهراتها بالبرنامج.
- كذلك تتنوع في إستخدام أنواع اللقطات التصويرية وبالأخص المتوسطة بنسبة 25.55 وتتنوع في إستخدام النغمات الموسيقية وبالأخص المتوازنة بنسبة 34.33%.
- كما نوع من أماكن التصوير بين الأماكن الداخلية التي برزت في أماكن الإقامة بنسبة 37.03% كأهم عناصرها وبين بيئة التصوير الخارجية التي سجلت فيها الشوارع والارصفة أعلى نسبة ظهور قدرها 47.36%.
- تنوعت واختلفت القضايا الفرعية في مختلف المواضيع الإجتماعية حيث جاءت نتيجة ترتيب مختلف القضايا واحتلت قضية المساعدة سلم الترتيب في موضوع العطاء بنسبة42.16% ، وتلتها قضية الخوف اليت كانت أيضا في الصدارة بنسبة 38.46% ثم قضية الإستحواذ والسيطرة في موضوع "الشبكات الإجتماعية"، وقضية الإساءة في موضوع التنمر وحصلا على نفس النسبة 37.5% أيضا

قضية الإهمال في موضوع حق تعليم بنسبة 36.84%. قضية التخريب في موضوع اللاجئ وكانا بنسب متقاربة بنسبة 36% كذلك قضية عدم الإحترام في سلم الترتيب في موضوع العامل بنسبة 33.33% ثم تلتها قضية المجادلة في موضوع العنصرية بنسبة 29.41% ثم قضية زواج القاصرات وإهانة المرأة في موضوع المرأة بنسبة 25% وأخيرا وفي سلم الترتيب سوء المعاملة في موضوع الطفل بنسبة 18.73%

- حمل البرنامج مجموعة من الأهداف والتي يسعى إلى تحقيقها حيث جاء هدف النشر الوعي الإجتماعي كأبرز الأهداف وفي صدارتها وبنسبة 23.49%
- حمل البرنامج مجموعة من القيم مقسمة ما بين الاجتماعية والسياسية الاقتصادية الجمالية العلمية إلا أن ابرزها وفي سلم الترتيب القيم الإجتماعية بنسبة 62.18% ثم بعد القيم الجمالية 19.88%
- اعتمد برنامج "قمرة1" في تنويع الأساليب الإقناعية في تقديم الرسالة الإعلامية وفي تقديم القضايا الإجتماعية تختلف من أساليب عقلية والأساليب العاطفية إلا أن أساليب العقلية كانت أكثر من الأساليب العقلانية بنسبة 59.45%
- جاء الأفراد الفاعلين في المرتبة الأولى بنسبة 96.29% كأبرز الشخصيات الفاعلة في تحريك أحداث القضايا الإجتماعية المعالجة في برنامج "قمرة1".
- برزت فئة الشباب كالشخصيات محورية فاعلة في هذه الفئة مقارنة بالشرائح الاجتماعية بنسبة 52.56%
- دارت أحداث البرنامج في فئات عربية وأخرى أجنبية إلا أن الفرق كان للبيئة العربية بنسبة 81.25% كما تفوقت البيئة الحضرية العربية بنسبة 92.35% وظهرت بيئة الحضرية الأجنبية بنسبة 66.66%
- إنطلاقا من مجموعة النتائج المتوصل إليها في المحور الخاص بفئة الأطر الإعلامية المستخدمة في برنامج "قمرة1" على تأكد في صحة حول استخدام الأطر الإجتماعية في تقديم برنامج "قمرة1" بنسبة 57.14%، وكذلك إستخدام الأطر الدينية والأخلاقية بنسبة 36.36% لإرتباطهم بمختلف جوانب الحياة. 13

التوصيات:

بعد ما توصلنا إليه من نتائج فإننا نوصي بالآتي:

- قيام وسائل الإعلام العربية المختلفة وغيرها بالتغيير من خلال التنويع لمحتوى إعلامي ثري ويجذب المشاهد من ناحية طريقة المعالجة والطرح والمواضيع المختارة التي تلامس الواقع المعاش.
- ... الباحثين ومراكز البحث بعمل دراسات متشابهة على مثل هذا النوع من البرامج الإجتماعية والتوعوية لما لموضوعاتها من أهمية.
- تطوير إنتاج البرامج لجذب الجمهور المتلقي إليها وإشباع إحتياجاته وإهتماماته، بحيث تكون أكثر ثراءا وتنوعا وأثمن مضموناً.
- دعوة القائمين بالإتصال من الإعلاميين على زيادة وتنمية قدراتهم لإفصاح وطرح برامج تشبع إحتياجات الجماهير.
- الإهتمام بتحسين مستوى البرامج الإجتماعية في الفضائيات المختلفة مع تأكيد على الامانة في العرض والتوازن في المضمون والتمييز والإختلاف في صيغة الإنتاج والعرض.
- تعميم تجربة وفكرة برنامج قمرة لتمتد وتعالج القضايا بالمواضيع في كافة مختلف قطاعات المجتمع في معالجة القضايا الإجتماعية وإنما باقي القضايا الإجتماعية وإنما باقي القضايا وذلك في سبيل فتح المجال وإتاحة فرصة لتفجير علاقات السباب لعله يجد حلولاً لمختلف المشاكل التي يعيشها ويعاني منها المجتمع العربي إقتصاديا وسياسيا ثقافيا وغيرها.

خاتمـــــة

خاتمة:

وفي الخير يمكننا القول أننا اليوم نعيش وفق بيئة تواصلية وتطورات جديدة إمتزجت وإندمجت بثورة المعلومات وثورة وسائل الإتصال والثورة التكنولوجية إلى جانب أيضاً التطور المتسارع الأقمار الإرسال والإستقبال، حيث أصبح هناك إنفتاح على البث الفضائي لمختلف الفضائيات التي أصبحت تفتح عوالم جديدة وتتيح فرص عديدة وآفاق أمام المتلقين، فبرزت بذلك مختلف البرامج التلفزيونية كالبرامج الإجتماعية التي أصبحت تبث بكثرة وبرنامج "قمرة 1" الإجتماعي التي توضح لنا من خلال تحليله في هذه الدراسة انه حاصل لمعاني هادفة وجذابة وطريقة طرح معالجة جيدة حيث حاول معالجة مختلف القضايا والمواضيع الإجتماعية بطرق مختلفة وملفتة.

من خلال طرحها ومعالجتها وتوصليها بتجارب أيضاً إلى جانب مشاركة الجمهور نفسه في المحتوى المقدم بمواضيع من طرحه ومعالجتها بأسلوبه، وبذلك تكون فكرة وتجربة برنامج "قمرة1" حاولت طرح ومعالجة مختلف القضايا والمواضيع في مختلف المجتمعات بأسلوب متمكن ومضمون هادف وطريقة معالجة واضحة في مادته.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

الكتب:

1. أحمد بدر: **علوم الإعلام والبحث العلمي "المناهج، التطبيقات"**، ط1، دار قباء البحثية للنشر والتوزيع، مصر، 2005.

2. أحمد بن مرسلي: **مناهج البحث العلم في علوم الإعلام والإتصال**، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.

3. أحمد بن مرسلي: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال وجمهورها**، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.

4. أحمد زكرياء أحمد: **نظريات الإعلام "مدخل الإهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها"**، د/ط، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2012.

5. إسماعيل إبراهيم: **فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق**، ط1، دار الفجر، القاهرة/مصر، 1998.

6. أيمن عبد الحليم نصار: **إعداد البرامج الوثائقية**، د/ط، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.

7. أيمن عبد الحليم نصار: **إعداد البرامج الوثائقية**، دار المناهج، الأردن، 2007.

8. بلقاسم سلاطنية، حسام الجيلاني: **أسس المناهج الإجتماعية**، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2012.

9. حسن علي محمد: **فنون الكتابة والحديث للراديو والتلفزيون**، ط1، دار الميان للطباعة والنشر، مصر، 2015.

10. حسن علي محمد: **فنون الكتابة والحديث للراديو والتلفزيون**، ط1، دار البيان للطباعة والنشر، مصر، 2005.

11. حسن عماد مكاوي وليلى السيد حسين: **الإتصال ونظرياته المعاصرة**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 1998.

12. حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار: **الإذاعة في القرن الحادي والعشرين**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2008.

13. حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد: **نظريات الإعلام**، مركز بحوث الرأي العام، مصر، 2007.

14. حسين سعد: **براديغمات البحوث الإعلامية –الإبستمولوجيا–الإشكاليات–الأطروحات–**، ط1، دار المنهل اللبناني، لبنان،2017.

15. حسين عبد الحميد أحمد رشوان: **أصول البحث العلمي**، د/ط، مؤسسة شباب الجامعة للنشر، 2003.

16. رانيا ممدوح صادق: **الإعلان التلفزيوني "التصميم والإنتاج"**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.

17. ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: **اساليب البحث العلمي "الاسس النظرية والتطبيق العلمي"**، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.

18. رجاء محمد أبو علام: **مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية**، ط1، دار النشر للجامعات، 2014.

19. رجاء وحيد جويدري: **البحث العلمي "أساسياته النظرية وممارساته العلمية"**، ط1، دار الفكر للنشر والتوزيع السورية، سوريا، 2000.

20. سعد سليمان المشهداني: **مناهج البحث الإعلامي**، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2017.

21. سليم عبد النبي: **الإعلام التلفزيوني**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.

22. سماح حسين القاضي: **تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية**، ط1، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.

23. سمير محمد حسين: **تحليل المضمون**، عالم الكتب للنشر والطباعة والتوزيع، مصر، 1983.

24. شيماء ذو الفقار زغيب: **مناهج البحث والإستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية**، ط1، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، مصر، 2009.

25. صلاح الدين سروخ: **منهجية البحث العلمي**، د/ط، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.

26. عبد الجواد محمد ربيع: **فن الخبر الصحفي**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.

27. عبد الحفيظ عبد الحبيب الجزولي ومحمد عبد الرحمان الدخيل: **طرق البحث في التربية والعلوم الإجتماعية**، د/ط، دار الخريجي للنشر، المملكة العربية السعودية، 2000.

28. عبد الرزاق الدليمي: **نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرون**، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الاردن، 2015.

29. عبد الستار جواد: **فن كتابة الأخبار**، ط2، دار مجدي، الأردن، 1993.

30. عبد العزيز شرف: **الأساليب الفنية في تحرير الصحفي**، ط1، دار البقاء، القاهرة، 2001.

31. عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي: **سوسيولوجيا الخبر الصحفي**، ط1، دار العربي، القاهرة، (د، س).

32. عبد اللطيف حمزة: **المدخل في فن التحرير الصحفي**، ط4، دار الفكر العربي، مصر، د/س.

33. عمار إبراهيم، محمد الباسري: **البرامج التفاعلية التلفزيونية "تمظهرات الشكل وبنائه الدرامي والدلالي"**، ط1، دار الرضوان للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.

34. عواطف عبد الرحمان وآخرون: **تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية**، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، مصر، 1982.

35. فاروق ناجي محمود: **البرنامج التلفزيوني "كتابته ومقومات نجاحه"**، د/ط، دار الفجر للطباعة والنشر، العراق.

36. فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة: **أسس ومبادئ البحث العلمي**، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، 2002.

37. فهد عبد الرحمان الشهيمري: **التربية الإعلامية "كيف تتعامل مع الإعلام"**، مكتبة فهد الوطنية، الرياض، 2010.

38. فوزي غرايبة وآخرون: **البحث التعليمي في العلوم الإجتماعية**، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والإقتصادية، برلين/ألمانيا، 2015.

39. محمد حسن الجعفري: **إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية**، ط1، دار صناع الإبداع، القاهرة، 2015.

40. محمد سليمان المشهداني: **مناهج البحث الإعلامي**، ط1، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة، 2017.

41. محمد عبد البديع السيد: **فن التحرير الصحفي في عصر المعلومات**، ط1، نشر شخصي للمؤلف، د/م/ ن، د/س/ن.

42. محمد عبد الحميد: **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000.

43. محمد عبد الحميد: **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، عالم الكتاب، مصر، 2000.

44. محمد عبد الحميد: **بحوث الصحافة**، ط1، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1992.

45. محمد عبد الحميد: **بحوث الصحافة**، ط1، عالم الكتب، مصر، 1992.

46. محمد عبد الحميد: **تحليل المحتوى في البحوث الإعلام**، د/ط، دار الشروق للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 2009/2008.

47. محمد عبد الحميد: **نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير**، ط3، عالم الكتب، مصر، 2004.

48. محمد محمد علي سمارة: **مدخل إلى وسائل الإعلام وقضايا المجتمع**، د/ط، دار العلوم للنشر والتوزيع، مصر، 2009.

49. محمد معرض وبركات عبد العزيز: **الخبر والتلفزيون**، ط2، دار الكتاب الحديث، مصر، 2000.

50. محمد معوض: **الخبر ووسائل الإعلام**، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1991.

51. محمد منير حجاب: **أساسيات البحوث الإعلامية والإجتماعية**، ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2003.

52. محمد منير حجاب: **الموسوعة الإعلامية**، المجلد الثالث، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2003.

53. منال أبو الحسن: **أساسيات علم الإجتماع الإعلامي "النظريات والوظائف والتأثيرات"**، ط1، دار النشر للجامعات، مصر، 2007.

54. منال هلال المزاهرة: **مناهج البحث العلمي**، ط1، دار العربي، القاهرة، 2012.

55. نسرين حسونة، **ملخص كتاب نظريات الإعلام والإتصال**، 2015.

56. نسمة البطريق، عادل عبد الغفار: **الكتابة للإذاعة والتلفزيون**، المركز المصري للكتاب، مصر، 2005.

57. نصر الدين العياضي: **تلفزيون الواقع في المنطقة العربية بين التجانس الثقافي والبيئة الثقافية،** كتاب لمجموعة من المؤلفين بعنوان ثورة الصوة المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، مركز دراسات الوحدة العربية لبنان، 2008.

58. هلال منال المزاهرة: **نظريات الإتصال،** ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

59. هلال منال المزاهرة: **نظريات الإتصال،** ط2، دار المسيرة والتوزيع، عمان، 2008، ص 324.

60. وفاء عبد الخالق وآخرون: **دلالة تأطير الصورة في التغطية الإعلامية للقضايا الإقتصادية في مصر،** المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد 2017، العدد 59، مصر، 2017.

الكتب المترجمة:

1. أرمان ميشال: **تاريخ نظريات الإتصال،** (ترجمة: نصر الدين العياظي، صادق رابح)، ط3، المنظمة العربية للترجمة، لبنان، 2005.

2. روبرت هيليرايد: **الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة،** (ترجمة: مؤيد حسين فوزي)، ط1، دار الكتاب الجامعي، لبنان، 2014.

3. ريتشارد تن وآخرون: **تحليل مضمون الإعلام المنهج والتطبيقات العربية،** (ترجمة: محمد ناجي)، ط1، الكندي للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.

4. كارولين يانا لويس: **التغطية الإخبارية للتلفزيون،** (ترجمة: محمد شكري العدوى)، ط1، المكتبة الأكاديمية للنشر والتوزيع، مصر، 1993.

الرسائل الجامعية:

1. إسماعيل شرفي: **الهجرة غير الشرعية من خلال مواقع الفضائيات "دراسة تحليلية مقارنة بموقعي فرانس 24 والعربية نت"**، أطروحة دكتوراه منشورة في علوم الإعلام والإتصال، جامعة باتنة1، 2018/2017.

2. إيمان عبد الحكيم زايد: **دور القنوات الفضائية المصرية في معالجة القضايا الإجتماعية للجمهور المصري،** رسالة دكتوراه منشورة قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، مصر، 2016.

3. حورية الطاهر: **المشكلات الإجتماعية في برامج التلفزيون الخاص بالجزائر "دراسة تحليلية لقناة الهقار، النهار، الشروق الخاصة"**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص لغة الإتصال

والتحليل النقدي لوسائل الإعلام، كلية العلوم الإجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017.

4. خير الدين مسعود وآخرون: "**المعالجة الإعلامية لقضايا الإرهاب في قناة النهار**" **دراسة تحليلية وصفية**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال، تخصص سمعي بصري، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015-2016.

5. رمزي جاب الله: **القيم المتضمنة في صفحات الفيس بوك وأثرها على السلوك الإجتماعي للشباب الجامعي الجزائري** "**دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة**"، أطروحة دكتوراه منشورة، قسم الإعلام والإتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة، 2018/2017.

6. الزهراء ذكار، حليمة ذكار: **أثر البرامج الإجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة على سلوك المراهقين الجزائريين** "**دراسة على عينة من المراهقين المتمدرسين المشاهدين لبرنامج ما راء الجدران في قناة النهار في مدينة ورقلة**"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص تكنولوجيا الإتصال الجديدة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2018.

7. سامية رزيق: **البرامج الإجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة** "**دراسة تحليلة لبرنامج ما وراء الجدران –قناة النهار– أنموذجاً**"، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2016.

8. عبد الله سليمان أبو رمان: **المعالجة الإعلامية لشؤون الثقافية في الصحافة الأردنية اليومية**، أطروحة مقدمة لنيل درجة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011.

9. عزة أحمد علي أبو العز: **أطر معالجة قضايا الإصلاح السياسي العربي في خطاب المجلات العامة المصرية والأمريكية وأثرها في تشكيل إتجاهات الصفوة المصرية** "**دراسة تحليلة وميدانية خلال عامي 2005—2009**، رسالة ماجستير منشورة في قسم الصحافة، جامعة القاهرة، القاهرة/ مصر، 2012.

10. مونيا عفان: **أساليب الحوار التلفزيوني في القنوات الفضائية العربية**، رسالة ماجستير منشورة في علوم الإعلام والإتصال، جامعة قسنطينة، 2012/2011.

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

12. 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 الدكتوراه منشورة، قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر 3، 2012.

13. نورة نايلي: **البرامج الترفيهية في قناة الجزائرية ووظائفها اتجاه المراهقين الجزائريين– دراسة تحليلية وميدانية**، رسالة ماجستير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة باتنة 1.

14. هالة إسماعيل بغدادي: **دور التلفيزيون المصري في التبادل الإخباري العربي**، رسالة ماجستير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة/مصر، 1994.

المجلات والدوريات العلمية:

1. أسماء زهري: **إحترافية المعالجة الإعلامية للأحداث بقناة الشروق الإخبارية "برنامج هنا الجزائر" أنموذجاً**، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد ب، العدد 47، جامعة الإخوة منتوري بقسنطينة، الجزائر، 2017.
2. إيمان حسناوي: **المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال الحملة التوعوية "الإرهاب –أنا مسلم أنا ضده– نموذجاً**، مجلة المعيار، العدد 54، 2019.
3. إيمان عبد الرحمان: **أشكال ومضامين البرامج الحوارية المعروضة بأكثر من وسيلة إتصالية "برنامج نقطة حوار" "تلفزيون وراديو" "أنترنت bbc عربي"**، مجلة كلية التربية الأساسية، ملحق العدد 75، 2012.
4. بيداء ستار لفته، هالة فضال حسين: **الأثار السلبية للبرامج الفضائية "دراسة تحليلية من وجهة نظر المشاهدين"**، مجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، المجلد 06، العدد 01، 2014.
5. زهرة بوجفجوف: **الإعلام الإلكتروني والقضايا الإجتماعية في الجزائر**، مجلة الباحث الإعلامين العدد 42.
6. سعودى عبد الكريم: **دور البرامج التلفيزيونية في الدعاية للأدلة وتأثريها على سلوك المشتري الشباب**، مجلة البشائر الإقتصادية، المجلد 05، العدد 02، جامعة طاهري محمد بشار، 2019.

7. صليحة خلوفي: **منهج تحليل المحتوى بين الإلتزام الموضوعي والأحكام الذاتية**، كتاب أعمال اليوم الدراسي الموسوم لقضايا المنهج في اللغة، مخبر الممارسات اللغوية في الجزائر، المنعقد بتاريخ 10ماي 2019، جامعة تيزي وزو، الجزائر.

8. صورية أسعادي، اليمين بودهان: **الأساليب الإقناعية في البرامج الدينية "برنامج سواعد الإخاء"**، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد الثالث، 2018.

9. وفاء عبد الخالق وآخرون: **دلالة تأطير الصورة في التغطية الإعلامية للقضايا الإقتصادية في مصر**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد 2017، العدد 59، مصر، 2017.

10. يوسف تمار: **كيف يمكن أن نتجاوز إشكالية الكمي والكيفي في تحليل المضمون؟**، مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ، المجلد 14، العدد 02، 2019.

المواقع الإلكترونية:

1. أنظر: نبذة عن نشأة قناة الشروق تي في، متاح على الرابط التالي، www.wikiwand.com ، تم الإطلاع يوم: 22 أفريل 2021، على 18:30 سا.

2. **قمرة /التعريفية–الحلقة الأولى**: 06 جوان 2016، متاح على الرابط: www.qomrah.tv، تاريخ الولوج 22ماي2022،الساعة 18:30.

3. لبنى مهدي: **التغطية الصحفية للخبر**، دار العربي 19، مقال متاح على الرابط التالي **htpps://et à hani.com**، تم الأطلاع يوم 20 أفريل 2022، على 16:30سا.

4. **موقع شركة أرام الإنتاج**، متاح على الرابط aramtv/https://www.youtube.com/c، تاريخ الولوج 24 ماي2022.

5. **موقع شركة تام**، متاح على الرابط https://www.tamhub.com ، تاريخ الولوج 24 ماي2022.

6. إلهام يونس: **تأطير قضايا المرأة المصرية في برنامج تلفزيون الدولة من منظور المسؤولية الإجتماعية**، متاح على الرابط التالي: Arab media and sociery 24, winter/5 pring 2017, p 152.

7. سمية حسين: **قمرة البرنامج الجديد للشقيري في رمضان 2016 يصنعه الجمهور**، متاح على الرابط: https://almrsal.com/post/298318، 2015 ديسمبر 27.

8. http://www.mbc.net ، يوم 2022/05/31، على الساعة 20:30 سا.

كتب باللغات الأجنبية:

1. Ala bokur Alshoih, twitter : the framing process on twitter by the onolysis of vision 2030 in soudi Arabia, ibid.
2. Mourice Angers : **initiation pratique la méthodologie des sciences humaines**, 5eme édition, éditeur CEC, 2000.
3. Paul Dambacher**: Digital Terrestrial Television Broadcasting**, Design System and Operation, 1 ST edition ,Springer Verlag Berlin Heidelberg Germany, 1998.

الملاحق

إستمارة تحليل المضمون:

تحية طيبة وبعد:

الأساتذة الكرام بين أيديكم إستمارة تحليل المحتوى ودليل الاستمارة اللتان تدخلان في إطار إعداد دراسة علمية للحصول على درجة الماستر بقسم الإعلام والإتصال بجامعة صالح بوبنيدر "3" قسنطينة، والموسومة بـ "المعالجة الإعلامية للقضايا الإجتماعية من خلال برنامج قمرة "1" على قناة MBC1 وتتطلب هذه الدراسة ضمن إجراءاتها تصميم إستمارة تحليل المحتوى والتي يتم الإعتماد عليها كأداة بحثية، وتم أيضا الإعتماد على وحدة العد كأسلوب لجمع التكرارات، وعلى وحدة الموضوع، وحدة اللقطة، وحدة المشهد... وغيرها من وحدات التحليل الأساسية المستخدمة وهي موضحة في الدراسة ونهدف بتصميمنا لهذه الإستمارة التعرف على طبيعة وخصوصية فئات الشكل والمضمون وطريقة توظيفها في إطار المعالجة الإعلامية للقضايا الإجتماعية التي طرحها ببرنامج "قمرة1" لذا نأمل من سيادتكم المحترمة أن تتفضلوا بتحكيم الاستمارة وتقييمها وبيان رأيكم مع إقتراح آية تعديلات ترونها مناسبة وتفيد البحث.

مع خالص شكرنا وتقديرنا

إعداد الطالبتين:

-سليمة مريخي

-أحلام بعزيزي

إشراف الأستاذة:

-أحلام بولكعيبات

تساؤلات الإستمارة:

التساؤل الرئيسي:

- **كيف عالج برنامج قمرة القضايا الإجتماعية على قناة** MBC1؟

الأسئلة الفرعية:

ج. **من حيث الشكل:**

5) ما هو الحجم الزمني المخصص لمعالجة القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة1" على قناة MBC1؟

6) ما هي اللغة المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية ضمن برنامج "قمرة 1" على قناة MBC1؟

7) ما هي الأشكال الإعلامية التي قدمت من خلالها القضايا الإجتماعية في برنامج "قمرة 1" على قناة MBC1؟

8) فيما تتمثل أهم العناصر الفنية المعتمدة في معالجة القضايا الإجتماعية ضمن برنامج "قمرة 1" على قناة MBC1؟

د. **من حيث المضمون:**

7) ما هي المواضيع الإجتماعية التي تناولها وعالجها برنامج الإجتماعي "قمرة 1" على قناة MBC1؟

8) ما هي أهم القيم المتضمنة في معالجة البرنامج الإجتماعي "قمرة 1" على قناة MBC1؟

9) ما هي أهم الأساليب المستخدمة لمعالجة القضايا الإجتماعية ضمن برنامج "قمرة 1" على قناة MBC1؟

10) ما هي أهداف المعالجة الإعلامية للقضايا الإجتماعية والتي يسعى برنامج "قمرة 1" إلأى تحقيقها على قناة MBC1؟

11) من هم الفاعلون الأساسيون في مضامين القضايا الإجتماعية في برنامج "قمر1" MBC1؟.

12) ما هي الأطر المستخدمة في معالجة القضايا الإجتماعية ضمن برنامج "قمرة 1" على قناة MBC1؟

دليل إستمارة تحليل المحتوى.

يتكون هذا الدليل من الأقسام التالية:

أولاً: البيانات الخاصة ببرنامج قمرة "1":

- **عنوان الحلقة:** 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- **الموسم:** 11
- **تاريخ النشر:** 12 13 14
- **مدة الحلقة:** 15

ثانياً: البيانات المتعلقة بفئات الشكل وعناصرها:

1/ 16 ← 17 18 19 20

الدائرة رقم 16 تمثل زمن الحلقة والوقت المستغرق في العرض وبث المضامين المتضمنة في القضية الإجتماعية، وتشير المربعات (17–20) إلى العناصر الفرعية: (دقيقة، دقيقتين، ثلاث دقائق، أربع دقائق)

2/ 21 ← 22 23 23 24 25 26

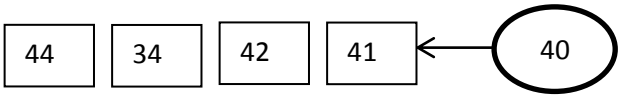
الدائرة رقم 21 تمثل طبيعة اللغة المستخدمة، وتشير المربعات (22–23–24–25–26) إلى عناصرها وهي (العربية العامية "لهجات أخرى"، لغة عربية، لغة عربية مترجمة للإنجليزية، لغة إنجليزية مترجمة للعربية، لغات اخرى...)

3/ 27 ← 28 29 30 31 32 33 34 35

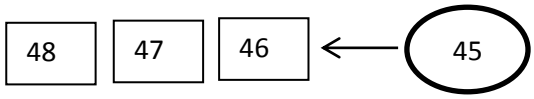
الدائرة رقم 27تمثل طبيعة الأشكال الصحفية المستخدمة، وتشير المربعات من (28 إلى35) إلى عناصرها وهي (تعليق، إستطلاع الرأي، حديث فردي، مباشر، حوار ثنائي، جماعي، مشاهد تمثيلية، رسوم متحركة وكارتون).

4/ 36 ← 37 38 39

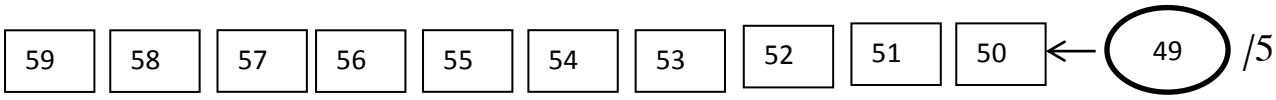
الدائرة رقم 36تمثل فئة العناصر الفنية وتشير المربعات (37-38-39) إلى عناصرها الفرعية (المؤثرات الصوتية والموسيقى، اللقطات المختلفة، مكان التصوير).



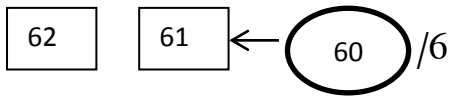
الدائرة رقم 40 تمثل الموسيقى وتشير المربعات (41-42-34-44) إلى عناصرها الفرعية (موسيقى المحزنة، موسيقى تقرب وتوتر، موسيقى حيوية ومفرحة، أغاني)



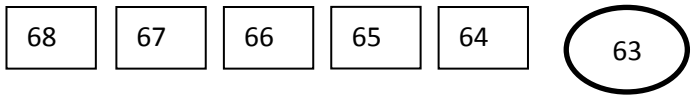
الدائرة رقم 45تمثل المؤثرات الصوتية وتشير المربعات (46-47-48) إلى عناصرها الفرعية (مؤثرات صوتية طبيعية، مؤثرات صوتية بشرية، مؤثرات صوتية صناعية)



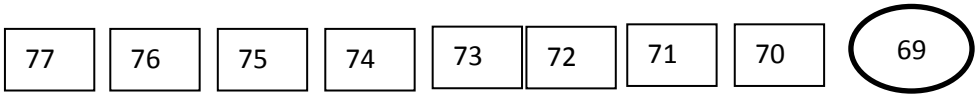
الدائرة رقم 49 تمثل اللقطات المستخدمة وتشير المربعات (50-51-52-53-54-55-56-57-58-59) إلى عناصرها التالية (اللقطة الشامل، اللقطة العامة، اللقطة المتوسطة، اللقطة القريبة، اللقطة القريبة جدا، اللقطة الجانبية، اللقطات الخلفية، ولقطات أخرى مكررة، المقلوبة، الغير الثابتة).



الدائرة رقم 56 تمثل فئة طبيعة مكان التصوير وتشير المربعات إلى عناصرها التالية (مكان التصوير الداخلي، مكان التصوير الخارجي)

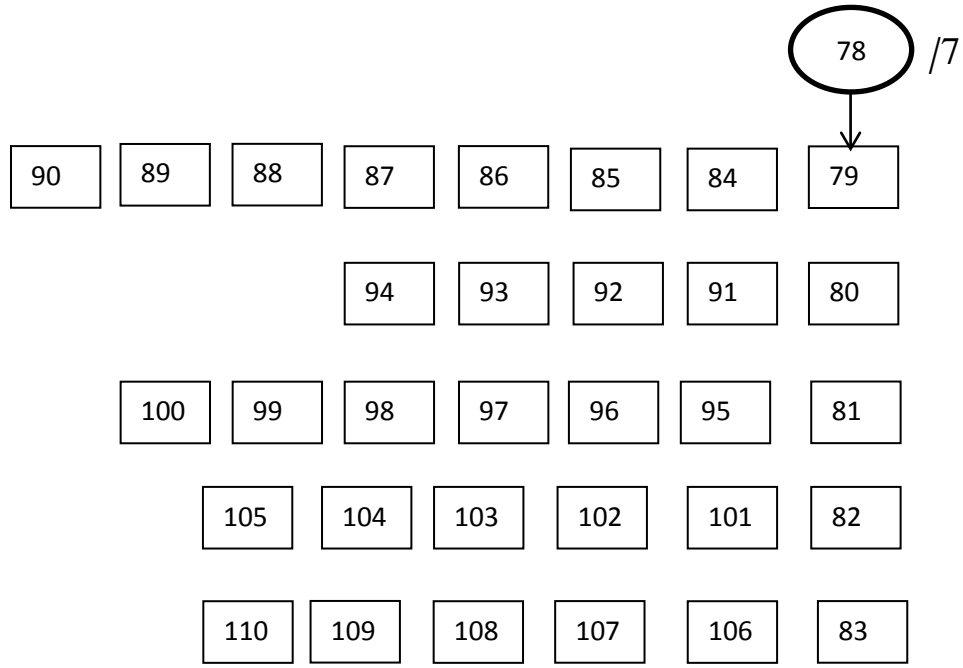


الدائرة 59تمثل لنا مكان التصوير الداخلي وتشير المربعات (64 حتى 68) إلى عناصرها التالية (أماكن الإقامة، قاعات الدراسة والتعليم، مؤسسات الأمن، الاستديوهات، مستشفيات وعيادات، مركز الدفاع المدني، مركز الإيواء، دور العيادة، مواقع العمل).

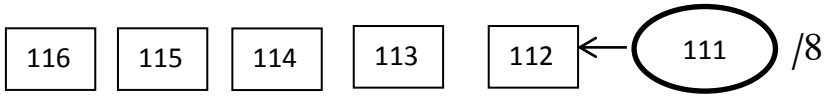


الدائرة رقم 69 تمثل لنا مكان التصوير الخارجي وتشير المربعات (70-71-72-73-75-76-77) إلى عناصرها التالية (الشوارع، الأرصفة، وسائل النقل، الطرقات، مناظر طبيعية، مطاعم، أسواق، منتزهات)

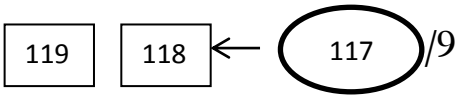
تحليل البيانات المتعلقة بفئة المضمون:



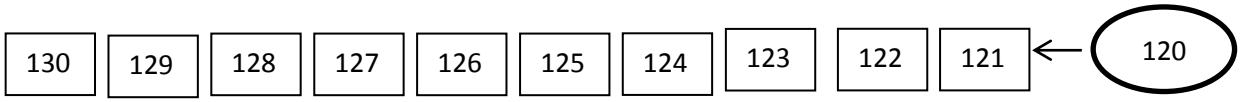
الدائرة رقم 78 تمثل فئة المواضيع وتشير المربعات (79 حتى 90) إلى عناصرها وهي (الطفل، العامل، التنمر، الشبكات الاجتماعية، المرأة) وتشير المربعات (80 حتى 94) إلى قضايا الطفل (حق التعليم، الإهمال، سوء المعاملة، حب الطفل وتحفيزه، الضرب، أساليب التربية)، وتشير المربعات (81 حتى 100) إلى قضية العامل (الإحترام، سوء المعاملة، إحسان، التعاطف)، وتشير المربعات (82 حتى 105) إلى قضايا التنمر (السخرية، الاستهزاء، إساءة، التمييز، إهمال، السب والشتم)، وتشير المربعات (83 حتى 110) إلى قضايا الشبكات الإجتماعية (هدر الوقت، الإدمان، العزلة، الإساءة، العنف والإساءة)، وتشير المربعات (106 حتى 110) إلى قضايا المرأة (الزواج المبكر، العنف، التحرش، تقليل من شأن المرأة، قوة المرأة).



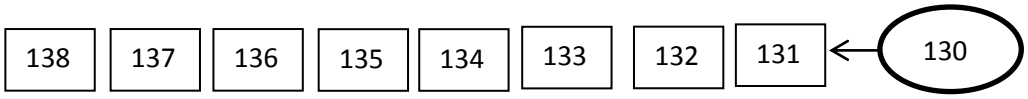
الدائرة رقم 111 تمثل فئة القيم وتشير المربعات (112 حتى 116) إلى عناصرها (القيم الاجتماعية، القيم الدينية، القيم الجمالية، القيم السياسية، القيم العلمية).



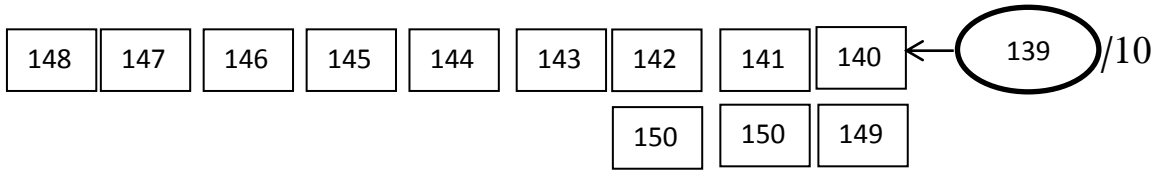
الدائرة رقم 117 تمثل فئة الأساليب الإقناعية والعاطفية وتشير المربعات (118-119) إلى عناصرها التالية (أساليب إقناعية عقلية- أساليب إقناعية عاطفية).



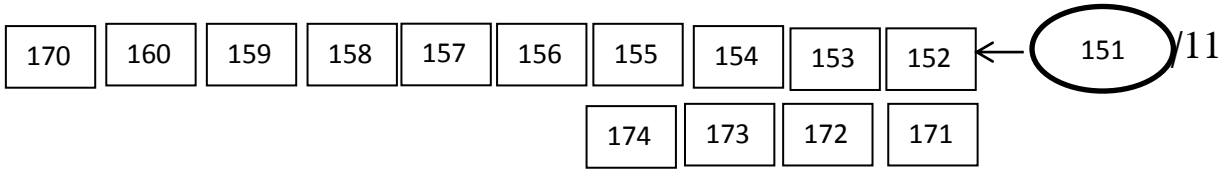
الدائرة رقم 120 تمثل فئة الأساليب الإقناعية العقلية وتشير المربعات (121-122-123-124-125-126-127-128-129-130) إلى عناصرها (الإستشهاد بآيات قرآنية، إستشهاد بأقوال وشخصيات معروفة، التحليل والنقد، نسب وإحصائيات قانونية، أمثلة واقعية وشواهد تاريخية، أدلة وبراهين، نصوص قانونية، أسلوب استفهام)



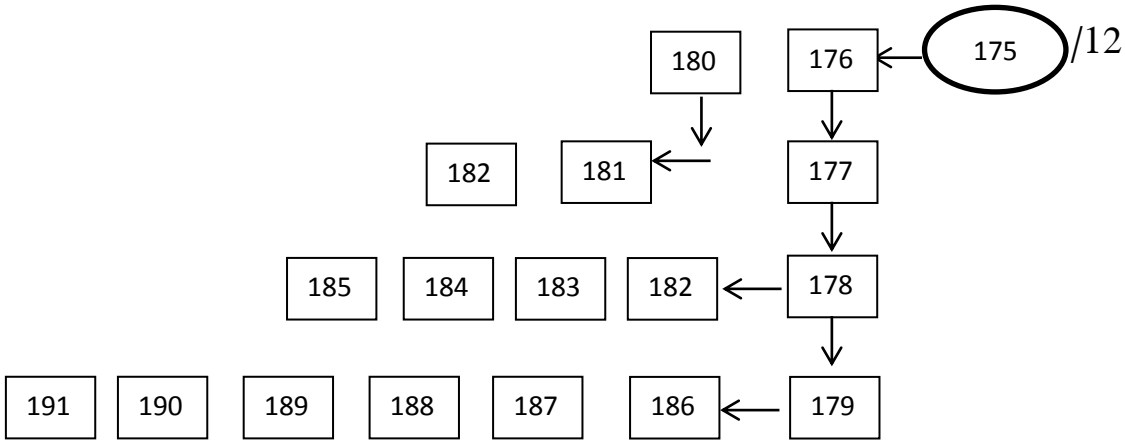
الدائرة رقم 130 تمثل فئة الأساليب الإقناعية العاطفية وتشير المربعات (131-132-133-135-136-137-183) إلى عناصرها (الشعور بالذنب، اسلوب التخويف، دعم الذات، الدفئ العاطفي، مخاطبة حاجات المتلقي، الاستعطاف، الأساليب البلاغية، حكم وأمثال شعبية).



الدائرة رقم 139 تمثل فئة الأهداف وتشر المربعات (140حتى150) إلى عناصرها (تنمية روح المبادرة، تعزيز العلاقات والتقارب الاجتماعي، التراحم والتكافل الإجتماعي، التقارب والتماسك الأسري، نشر الوعي الاجتماعي، بعث الأمل ونشر التفاؤل، حماية الطفولة، التحدي والعمل والكفاح، تشجع القراءة، النشأة الاجتماعية السليمة، معرفة الأهل لأبنائهم، توقيف الحرب).



الدائرة 151 تمثل فئة أهم القوى الفاعلة والشخصيات الأساسية وتشير المربعات (152 إلى174) إلى عناصرها (المؤسسات الفاعلة، الأفراد الفاعلة "الإناث، الذكور، الأطفال، الشباب، شيوخ، نساء، كهول"، بيئة عربية ريفية، بيئة أجنبية، عربية حضرية، بيئة أجنبية ريفية، بيئة أجنبية ريفية).



الدائرة رقم 175 تمثل فئة الأطر وتشير المربعات (176–180) إلى عناصرها (الإطار العام، الإطار المحدد) وتشير المربعات (177 حتى 182) إلى قضايا الأطر الاقتصادية (كسب الحلال، والخسائر المادية) وتشير المربعات من (178– 185) الإطار الديني والأخلاقي (الإحسان، الرحمة، الصبر، عبادة الله) وتشير المربعات (179 حتى191) إلى قضايا الإطار الإجتماعي (التكفل، التعاون، الخسائر البشرية، المسؤولية والتربية).

الملحق رقم (02): صورة الإعلامي أحمد مازن الشقيري صاحب فكرة ومقدم البرنامج الاجتماعي "قمرة1".

الملحق رقم (3): أحمد الشقيري معر رئيس التحرير لقناة Mbc1 لتوزيع الجوائز كأحسن برنامج "قمرة1" في رمضان 2016.

الملحق رقم (04): يوضح الموقع الإلكتروني للمشاركات في برنامج "قمرة 1".

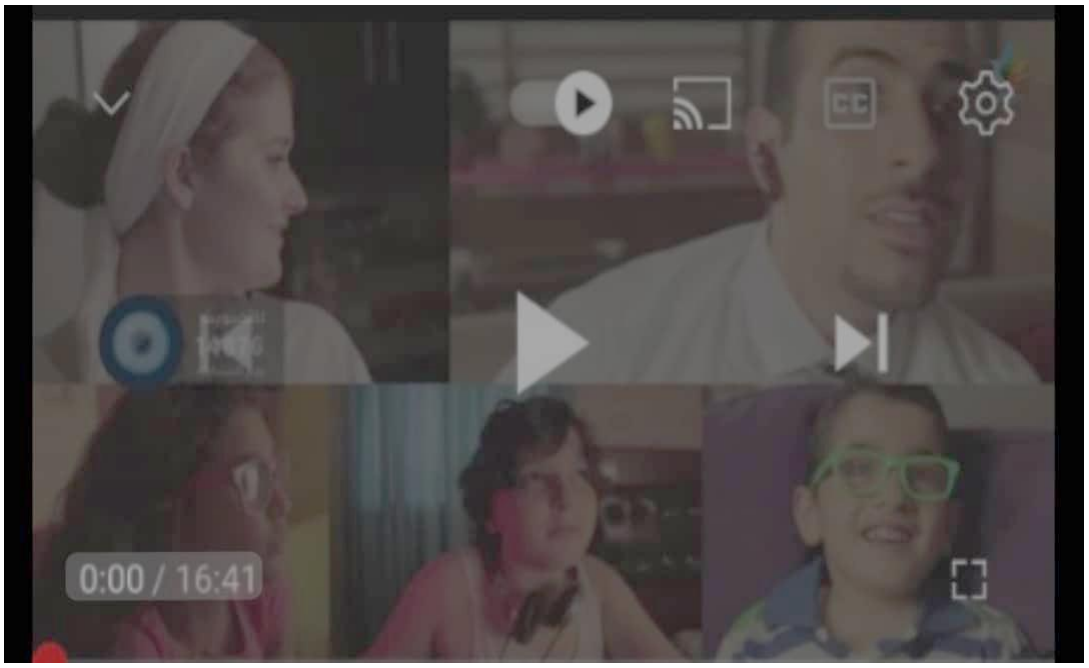
الملحق رقم (05): صور لبعض المشاركات في مختلف البرنامج الإجتماعي "قمرة1".

عبّر بإحسان
Express with Excellence
قُمرة
Qomrah
السادسة عشر : المرأة
22:02

عبّر بإحسان
Express with Excellence
قُمرة
Qomrah
الثانية عشر : العطاء
16:38

عبّر بإحسان
Express with Excellence
قُمرة
Qomrah
التاسعة عشر : الإرهاب
16:46

عبّر بإحسان
Express with Excellence
قمرة
Qomrah
الحادية عشر : التنمر
15:56


0:00 / 16:41

للتصويت
6586