

## الرسالة البصرية بين اللذة والقيمة

### البرامج الترفيهية أنموذجا

أ. شرارة حياة \*

جامعة مستغانم

#### اشكالية الدراسة:

بدأت اللغة البصرية تصنع طريقها في الساحة الثقافية، كمنحى مهم للتأثير وتقوية حصانة المتابعين من جهة والتلاعب أحيانا بعاطفة المشاهد لدرجة جعلت البعض يطلق على هذا العصر " بعصر الصورة" ويصف المجتمع الحالي "بمجتمع الاستعراض" والحضارة الحالية "بحضارة المشهد" مثلما قال المخرج الراحل ريتشارد بروكس: (فالصورة تأتي أولا ومع أن الصور كالموسيقى يكون رد الفعل الرئيسي عاطفيا)<sup>1</sup>، الخطاب البصري في التلفزيون يعد وسيطا تعبيريا حاملا لعناصره السمعية والمرئية وفاعلا مؤثرا في ذاكرة المتلقي، على وفق أنساق متعددة من الأشكال والتمثلات هدفها الإقناع والترفيه والتأثير والإمتاع والمعرفة وهذا الخطاب لن يمر على المتلقي دون عناء فتعدد الأشكال وتقنيات العرض الصوري وتنوع المضامين المستمدة من اختلاف العقائد والمفاهيم والأفكار والتصورات قد تصل أحيانا إلى التقاطع والصراعات بما ينعكس على شكل الشاشة ونظرية التلفزيون، الأمر الذي يحفز إلى معرفة الكيفيات التي يصنع بها الخطاب سمعيا ومرئيا في التلفزيون والذي يشكل رافدا كبيرا ومؤثرا في مساحة الخطاب الثقافي العربي في وقتنا الحديث ويتجلى الخطاب البصري كأحد روافد الخطاب الثقافي بكثرة تحشيدته لمقننات الصورة من تقنيات ومعالجات حركية تسترشد بالقيم الجمالية ومنظور العلامات الفاعلة فيها، في أنساق ومقاربات تشكل عالم بناء الصورة كوسيط للخطاب البصري، من هذا نجد التلفزيون محطة صورية جارية تواجه المتلقي على مدار الساعة لتحقيق معه تواصلًا عبر خطابها البصري<sup>2</sup>، إذ يعد التلفزيون مركز الجاذبية البصرية الذي يشتغل على استمالة الجمهور في عرض برامجه المتعددة ذات المساس بحياة الفرد والمجتمع وبشكل آني سواء كانت بنقل الأخبار أول بأول أو بتسجيل وعرض البرامج والمسلسلات التلفزيونية والأفلام.

يعتبر التلفزيون أحد أبرز الوسائل الجماهيرية التي تقدم مضامين بالصوت والصورة سعيا إلى تحقيق أكبر قدر من المتابعة ولأنه أيضا كان ولازال يعد من الوسائل الترفيهية التي أصبحت أساسية

وتجنم في عقر أي منزل فقد تزايد تأثير برامجه أخذا بالاعتبار عامل التكرار وحالة الاسترخاء التي تصاحب دائما مشاهدة التلفزيون في المنازل خصوصا. إذ يسهل على المشاهد تقمص بعض الشخصيات والأدوار التي يتلقاها من التلفزيون، ومن هنا يخشى أن يطال التأثير في المنظومة القيمية والثقافية للمشاهدين وهذا أخطر مستويات التأثير والذي يعد العنف بتدرجاته أخطر تلك المستويات، فمن المعروف أن مسألة تأثير العنف في التلفزيون ما زالت موضوعا للجدل والاختلاف وتعدد وجهات النظر حول ذلك، ومن العنف الجسدي في أبسط صوره إلى العنف اللفظي في أعقد صوره وربما العنف البصري أيضا ونحن بصدد برنامج تلفزيوني يعتمد على التخويف والفرع والإثارة كأساليب ترفيهية وتسويقية، ويبقى العنف ظاهرة معقدة تشابك فيها الكثير من العوامل والمسببات تتراوح بين الجوانب النفسية والاجتماعية والنفس -اجتماعية وتتقاطع فيها العديد من الميادين من السياسية إلى الاقتصاد إلى التربية كما تساهم فيها العديد من المؤسسات الاجتماعية من الأسرة المصدر الأول للقيم، والمدرسة التي هي الحاضن الأساس لثقافة السلم إلى المؤسسات الإعلامية بصفتها أهم المؤسسات .

تتبين خطورة مشاهدة برامج العنف في التلفزيون، من كون عنف التلفزيون ينتقل للمشاهدين بالعدوى أو التقليد وفق ما جاءت به نظرية التقليد والمحاكاة التي نادى كل من تارد (Gabriel Tarde) و"ألبرت باندوره (Bandura)"، حيث يقول (تارد) في كتابه (قوانين التقليد) إن عامل التقليد يساعد الأفراد والجماعات على بلورة ونشر العادة الدارجة في المجتمع، وبذلك يصبح التقليد بمثابة العدوى الاجتماعية التي تنتقل انتقالا سريعا من فرد أو جماعة إلى جماعة أخرى 3. وقد سلطت نظرية الغرس الثقافي الضوء على التأثير الكبير الذي يمكن أن تحدثه وسائل الإعلام خصوصا التلفزيون الذي يقدم صورا متكررة للمشاهد، ويبرز نموذج أو مفهوم التقمص الوجداني من مفاهيم الغرس الثقافي ويعرف بأنه العملية التي نتوصل بمقتضاها إلى توقعات الحالات السيكلوجية الداخلية للإنسان ويعرف أيضا بأنه قدرة الفرد على تقمص مشاعر الآخرين أي فهم دور شخص آخر دون أن يفقد هذا الفرد شعوره بذاته، حيث تنهي وسائل الإعلام القدرة على التقمص الوجداني لدى الأفراد، لأنها تجعل التحرك النفساني يحل محل التحرك المادي الفعلي 4.

من هنا يبدو تأثير التلفزيون في تقديم شخصيات وأحداث العنف لأن نسبة من المشاهدين ستقوم بعملية التقمص الوجداني، مما سينعكس في قيمها وسلوكها في المستقبل، خصوصا مع تكرار التعرض لصور ومضامين مشابهة، بينما تؤكد بعض النظريات المعيارية أن الرسالة الإعلامية ينبغي أن ترتبط

بالقيمة لتكون الأثر الايجابي لها، وهذا ما تنادي به نظرية الحتمية القيمية، لكن في ظل الانتشار للبرامج التي تمارس العنف الرمزي لضيوفها وحتى لجمهورها المشاهد والتي تتسابق إلى كسب رضا المتلقي ينفلت معيار القيمة من تلك البرامج ليصبح هدفها الأساس التخويف والترهيب والضرب والشتم وحتى القتل في بعض الأحيان مستغلا بذلك ثقة لمبي الدعوة لذلك البرنامج ومن جهة أخرى مشاعره الإنسانية، متناسين النتائج الوخيمة النفسية التي يلحقها به.

تشهد قنوات التلفزة العربية اليوم موجة ضخمة من البرامج التي تتسابق إلى كسب رضا المشاهد خصوصا في شهر رمضان الكريم،،، وتتنوع تلك البرامج حسب طبيعتها وطرق إنتاجها حيث تبرز البرامج الترفيهية التي تتخذ طابع المقلب، إذ أصبح بعضها يعاني من الانفلات الأخلاقي والمهني، ويعد برنامج مقالب رامز التي تبثه قناة MBC نموذجا صارخا على الانفلات الأخلاقي والمهني للمضامين الترفيهية في رمضان، ، وهو في نسخته ال خامسة 2017 جاء بعنوان "رامز تحت الأرض"، وقد أثرت حول هذا البرنامج الكثير من الاستفهامات على مدى السنوات الثلاث الماضية، في ظل غياب مبادئ المسؤولية الأخلاقية للإعلام وتجاوز على المنظومة القيمية السامية للمجتمع.

نحاول من خلال هذه الدراسة تحليل ما جاء به برنامج المقالب للمدعو جلال رامز طيلة سنوات بثه الخمسة لثلاثة أسباب أساسية: يرجع السبب الأول لما وصل إليه البرنامج من نسب عالية من المشاهدة في الشهر الكريم من مختلف الدول العربية، والسبب الثاني الطريقة المنتهجة في صنع البرنامج أو فكرة البرنامج بحد ذاتها ومدى غرابتها واستحالة تصديق الضيف انه واقع في كمين دون أن ننسى المكان أو المنطقة التي يجرى فيها البرنامج وكيف يسوق لها بشكل مباشر، أما السبب الثالث: تغييب القيم الايجابية في البرنامج واستبدالها بأخرى تقوم على الإثارة الغرائزية والألفاظ البذيئة الرموز الغربية وغيرها مما ينافي تماما تعاليم الدين والشريعة الإسلامية وكذا المعايير المهنية والأخلاقية والتي أصبح المتلقي يطلب مشاهدتها لكونها خارجة عن المألوف وتستدعي الغرابة وهذا ما يسمى ب "جمالية الصدمة" 5.

أمام تلك المشاهد المثيرة للجدل والداعية للشجب وحتى الاستنكار في بعض الأوساط المعنية من الباحثين والإعلاميين وفئات من المشاهدين العاديين حول التجاوزات القيمية والمهنية في برنامج الإثارة الرمضاني "رامز" على قناة mbc نطرح تساؤلنا الرئيس والذي جاء كالتالي: ما التجاوزات القيمية في

برنامج الترفيه الرمضاني "رامز" على قناة MBC وما مدى تحقيقه لعنصر المتعة البصرية للجمهور المشاهد؟

### تمخض عن إشكالية الدراسة ستة أسئلة تتضمن الأهداف البحثية وهي كالتالي:

- 1- ما طبيعة المواضيع التي تناولتها حلقات البرنامج في نسخته الخمسة؟
- 2- ما طبيعة القيم الطاغية والمتداولة في برنامج الإثارة رامز في نسخته الخمسة؟
- 3- ما أساليب الإثارة البصرية المستخدمة في برنامج رامز في نسخته الخمسة؟
- 4- ما التجاوزات المهنية في برنامج رامز في نسخته الخمسة؟
- 5- ما أساليب الإثارة المستخدمة في برنامج رامز في نسخته الخمسة؟
- 6- ما أشكال العنف التي يلاحظها المشاهد في برنامج الإثارة رامز في نسخته الخمسة؟

### أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من خلال ما تثيره من تساؤلات حول أهمية تضمن البرامج الترفيهية التلفزيونية وبرامج القوالب على وجه الخصوص لمعيار القيم كنموذج يقتدى به في ظل الفضاءات المفتوحة والاختراق الثقافي والتقليد الغربي وكذا رصد شتى التغيرات التي ظهرت لدى المشاهد عند مشاهدته للمضامين الترفيهية كتغير الذوق الجمالي والبحث عن الغريب وغير المؤلف الذي صار ضالة المتهافتين على مثل هذه المضامين (جمالية الصدمة)، فالمتعة البصرية أضحت عنصر فرجوي يتبناه المشاهد.

### مفاهيم الدراسة:

الرسالة البصرية (الخطاب البصري): الخطاب discoursé من الفعل خطب، والاسم خطب وهو الشأن والأمر صغر أم عظم، وقيل هو سبب الأمر، ويقال ما خطبك؟ أي ما أمرك<sup>6</sup>، أما اصطلاحا: شاع في الإعلام والسياسة والأدب والفن، وهو ينضوي ضمن نظام اللغة وقواعدها ونحوها، وقد احتل مساحة في أغلب الدراسات والأبحاث المتعلقة بالجمالي وتحليل النصوص وحمل هدفا تواصليا ضمن بنية قائمة على العلاقة التخاطبية بين طرفين وقد اختلف النقاد والمؤلفون في وضع تعريف خاص به يمثل الدلالات التي يحملها، فيقول مايكل ستابز: أن وحدة خطاب محدد يمكن تعريفها من حيث البناء أو الدلالة أو الوظيفة<sup>7</sup>، "إن استخدام التلفزيون المكثف لأسلوب الخطاب المباشر وضروب سرد المقاطع والمدى الواقعي للتلفزيون وطابعه الدرامي والصحفي وأحداثه غالبا ما تكون تأثيرات خادعة، استطاع بذلك تحقيق تأثير سياسي مباشر داخل هذا المنظور"<sup>8</sup>.

والخطاب البصري حسب جيرالد برنس: يحتوي على - مادة - وسيط للإظهار، شفاهي أو لغة مكتوبة، صور ثابتة أو متحركة إيماءات، "وشكل" يتألف من مجموعة تقارير سردية والتي تقدم القصة بشكل أدق وتتحكم في تقديم تتابع المواقف والوقائع ووجهة النظر التي تحكم هذا التقديم وإيقاع السرد ونوع التعليق<sup>9</sup>.

ونقصد به في هذه الدراسة : الصورة بما تحمله من معاني ودلالات، والذي تترجم على شكل إيقونة سمعية بصرية، والمتمثلة في المضامين والمواد التلفزيونية بجميع قوالها والغاية منه إيصال معنى أو فكرة في قالب فني جمالي.

القيم: هي ما يسمو بالفرد ويرفعه من معاني مدركة أو مستنبطة من النص القرآني، السيرة النبوية، النصوص المرجعية التي أنتجتها الحضارة العربية الإسلامية<sup>10</sup>. عرفها عبد الرحمان عزي بأنها ما يسمو في المعنى وما يعلو عن الشيء للارتباط بالمعاني الكامنة في الدين<sup>11</sup>، ولقد عرف كل من بارك وبيرجس القيمة "على أنها أي شي قيمته قابلة للتقدير" أما ماكس فيبير فأشار إلى القيم أنها "مجموعة التصديقات السيكلوجية المتولدة على الاعتقاد الديني والممارسة الدينية التي تعطي توجيهها للسلوك العملي الذي يلتزم به الفرد<sup>12</sup> .

ونقصد بالقيم في هذه الدراسة: مجموعة المبادئ والسلوكيات والأساليب والمعايير السلبية والايجابية المستخدمة في البرنامج والتي تشكل منها والتي مست شكل البرنامج ومقدميه وضيوفه والتي تحكم سلوكهم وتوجهه.

### العنف الرمزي :

أبسط تعريف له هو إلحاق الأذى بالآخر، وفي اللغة العربية يشتق العنف من مادة عنف حيث يقال عنف به أو عليه أي أخذه بشدة بقوة، فهو عنيف، والعنف في لسان العرب هو الخرق بالأمر وقلة الرفق به وعليه، وأعنف الشيء أي أخذه، والتعنيف هو التقرع واللوم<sup>13</sup>، أما في معجم كامبردج لعلم الاجتماع، فجوهر العنف هو إلحاق ضرر جسدي أو إيذاء شخص لشخص آخر وتشمل أشكال العنف حسب القاموس الضرب والاعتصاب والتعذيب والقتل وبطبيعة الحال تتمايز أشكال العنف هذه عن الأشكال الغير المادية للسلطة الاجتماعية من إكراه أو قوة أو إيديولوجيا أو قوة اجتماعية والعنف هو التعبير الأكثر تطرفا عن القوة باحتوائه على أقصى مكان القوة الكلية التدمير المادي

لفاعل اجتماعي من طرف آخر،<sup>14</sup> عبر عنه عالم الاجتماع بيير بورديو\* " أنه فرض المعاني الذي يمارسه الفاعلون الاجتماعيون من كاهن وقديس وداعية ومدرس ونفساني وغيرهم<sup>15</sup>، ويتحدث بيير بورديو عن العنف الرمزي الذي هو عنف غير فيزيائي يتم أساسا عبر وسائل التربية وتلقين المعرفة والإيديولوجيا، وهو شكل لطيف وغير محسوس من العنف، وهو غير مرئي بالنسبة لضحاياهم أنفسهم. وينتقد بورديو الفكر الماركسي الذي لم يول اهتماما كبيرا للأشكال المختلفة للعنف الرمزي، مهتما أكثرا بأشكال العنف المادي والاقتصادي. كما أشار بورديو إلى أن العنف الرمزي يمارس تأثيره حتى في المجال الاقتصادي نفسه كما أنه فعال ويحقق نتائج أكثر من تلك التي يمكن أن يحققها العنف المادي أو البولييسي؛ وغني عن البيان أن العنف الرمزي يمارس على الفاعلين الاجتماعيين بموافقتهم وتواطؤهم. ولذلك فهم غالبا ما لا يعترفون به كعنف؛ بحيث أنهم يستدمجونه كبديهيات أو مسلمات من خلال وسائل التربية والتنشئة الاجتماعية وأشكال التواصل داخل المجتمع.، وقد يكون هذا أحد أسباب الإقبال الكبير على برنامج رامز الذي من الواضح أنه يستحوذ على نسبة لا بأس بها من المشاهدة في مختلف الدول العربية خصوصا مصر، ومن هذه الزاوية يمكن- وحسب بورديو- فهم الأساس الحقيقي الذي تستند إليه السلطة السياسية في بسط سيطرتها وهيمنتها؛ فهي تستغل بذكاء التقنيات والآليات التي يمرر من خلالها العنف الرمزي، والتي تسهل عليها تحقيق أهدافها بأقل تكلفة وبفعالية أكثر<sup>16</sup>. فالعنف الرمزي حسب بيير بورديو هو عنف يمارس بتواطؤ ضمني من قبل هؤلاء الذين يخضعون له وأولئك الذين يمارسونه بالقدر الذي يكون فيه أولئك كما هؤلاء غير واعين ممارسة هذا العنف أو الخضوع له<sup>17</sup>.

هكذا يتبين أن العنف يتخذ شكلين رئيسيين؛ الأول هو العنف المادي ومظاهره المختلفة، والثاني هو العنف الرمزي الذي بين بورديو بعض وسائله ومدى فعاليته في تثبيت دعائم الدولة والسلطة السياسية. ومن هذا المنطلق تتجسد استحالة التكلم عن مجتمع إنساني يخلو من ظاهرة العنف فهو ظاهرة ملازمة للإنسانية منذ الأزل.

ونقصد بالعنف الرمزي في هذه الدراسة: مختلف الممارسات والأشكال العنفية الجسدية واللفظية والجنسية والرمزية التي تمارس عبر برامج التلفزيون متخذة من الترفيه واللعب والهزل معيارا لها.

## البرامج الترفيهية التلفزيونية:

تتعدد أنواع المضامين التي يقدمها التلفزيون ويمكن أن نقسمها إلى نوعين رئيسيين من المضامين وهي المضامين الجادة والمضامين الترفيهية وتندرج كل المواد التي تعرض تحت هذين الإطارين وعليه تعرف البرامج التلفزيونية بشكل عام على أنها "أحد الأنواع الإعلامية التي تسعى إلى نقل المعلومات التي تهم الجمهور ونشرها في وقت معين عن طريق استخدام تقنية البث التلفزيوني المعتمدة على الصوت والصورة"<sup>18</sup>، ومن هنا يمكن تعريف البرامج الترفيهية أو برامج الكوميديا : أنها النوعية التي تختص بما يعرض من مواد فكاهية في فترات الاستراحة أو الانتقال من برنامج لبرنامج مثلا أو تكون مضمونا بذاتها كالمسرحيات الكوميديية والأفلام الكوميديية والمسلسلات الكوميديية وتدخل هذه النوعية في الإطار الترفيهي<sup>19</sup>.

ونقصد بالبرامج التلفزيونية الترفيهية في هذه الدراسة كل أنماط النشاطات التي تخرج النطاق الجاد والتي تعتمد على المزاح والإثارة والهزل متخذة صفة الخداع والضرب والشتيم والترهيب كمظهر لها في سياقات المنفعة والترفيه والتي تمارس على الأشخاص وحتى على الجمهور المشاهد مستغلة المشاعر الإنسانية لهم.

## المتعة البصرية (اللذة):

ترتبط المتعة الجمالية مع ذائقة المتلقي وذلك عندما تندمج الرؤية البصرية بما تحمله من دلالات على شكل خطاب بصري يجعل المشاهد مندفعاً إليها ومستمتعا في رؤيته للمضمون المشاهد.

توكن جمالية الصورة في أنها تظهر الشيء من وجهة نظر خاصة وبأكثر الطرق تميزا وأيضا التصوير من جهة غير مألوفة للمتفرج إضافة إلى أن الأشياء غير الهامة تخفى كلها أو جزء منها ومن ثم تأكيد الأشياء الهامة<sup>20</sup>، وهذا ما يسمى بزواية التصوير فهذا التحديد نفسه يتيح الفرصة الفنية لجعل الحدث الخاص الجاري تصويره يؤدي فكرة معينة باعتبارها وصفا سيكولوجيا للطريقة التي صور بها المنظر إن اختيار الزاوية تجعل المتفرج ينتهي إلى رؤية الشيء المؤلف وكأنه شيء غير مألوف، فإذا أحسن اختيار الزاوية فإنه سيزيد اهتمام المتفرج<sup>21</sup>، ويمكن استحضار المتعة البصرية من خلال المتلقي عن طريق المسافة الجمالية ويمكن أن تعرف على أنها " الفرق بين كتابة المؤلف وأفق توقع القارئ، بمعنى أنها المسافة الفاصلة بين التوقع الموجود لدى القارئ والعمل الجديد<sup>22</sup>، ويمكن الحصول عليها

من استقرار ردود أفعال القراء على الأثر، أي من الأحكام النقدية التي يطلقونها عليه والآثار الأدبية الجيدة هي تلك التي تمنى انتظار الجمهور بالخيبة، إذ الآثار الأخرى التي ترضي آفاق انتظارها وتلبي رغبات قرائها المعاصرين هي آثار عادية جداً لأنها نماذج تعود عليها القراء<sup>23</sup>، وعلى هذا يمكن تمييز ثلاثة أفعال لدى القارئ<sup>24</sup>:

الاستجابة: ويترب عليها الرضا والارتياح لأن العمل الأدبي يستجيب لأفق توقع القارئ وينسجم مع معايير الجمالية

التغيب: ويترب عنه الاصطدام لأن العمل الأدبي قد خيب أفق توقع القارئ فيخرج من المؤلف إلى الجديد.

التغيير: أي تغيير الأفق المتوقع.

وتعتمد المتعة الجمالية على عناصر منها:<sup>25</sup>

- فعل الإبداع: أي المتعة الناجمة عن استخدام المرء لقدرته الإبداعية الخاصة.
  - الحس الجمالي: وتشير إلى اعتماد الإبداع على التلقي.
  - التطهير: وهي الخبرة الجمالية الاتصالية التي تنتج لذة العواطف المثارة بواسطة البلاغة أو الشعر، وهما القادران على تعديل اقتناعات المتلقي وحركته .
- ونقصد بها في هذه الدراسة عنصر جمالية المشاهدة في البرنامج الترفيهي لما يحمله من كادرات بصرية شاهقة التأمل، يستوجب إمكانيات سردية وتكوينات مشهدية تثير الذائقة الجمالية لدى المتفرج وهذا ما يزيد من إثارة مشاعره واستحضار القيم المخزنة لديه عن المضمون كالرضا، وتشعره بالتشويق واللذة، بحيث يحس المتفرج باللمسة الخاصة ومتعة المشاهدة للبرنامج .

### منهج الدراسة:

لقد تم اختيارنا للمنهج المسحي من خلال اعتمادنا على طريقة المسح بالعينة والتي تظهر في مجموع المضامين الإعلامية، ويعرف " أنه المنهج الذي يقوم على توثيق الوقائع والحقائق الجارية الخاصة بالظاهرة المدروسة عن طريق الوصف التصويري لها، لذا فإن العديد من الباحثين يعتبرون الدراسة الوصفية دراسة منهجية في أساسها<sup>26</sup> حيث تم اختيار هذا المنهج باعتبار أن دراستنا "تفرض اختيار طريقة المسح بالعينة بكونها منهجا ملائما لها والذي يعتبر جهدا علميا منظما للحصول على البيانات

والمعلومات والأوصاف عن الظاهرة موضوع الدراسة، ولعل ما أكد عليه سمير محمد حسين حول تعدد المجالات التطبيقية للدراسات الإعلامية التي تستخدم منهج المسح منها "مجال مسح المضمون الإعلامي من خلال القيام بتحليل محتوى وسائل الإعلام من الجوانب المختلفة كالموضوعات ومصادر المادة الإعلامية، واتجاهات المضمون الإعلامي.. الخ"27، هذا ما جعلنا نتخذ المنهج المسحي لهذه الدراسة التحليلية من خلال مسح مضامين والقيم المتضمنة لسلسلة برنامج القوالب والإثارة الرمضاني رامز والتجاوزات القيمية والمهنية به.

### أداة الدراسة:

تسمح أدوات البحث بجمع المعطيات والمعلومات من الواقع أو من الوحدات المدروسة وتوجد في إطار العلوم الاجتماعية عامة وعلوم الإعلام والاتصال بصفة خاصة مجموعة من الوسائل المتنوعة التي يستعملها الباحث في تقصي وجمع المعلومات والحقائق، وذلك عند استخدامه لمنهج معين. وعليه فإن تحليل المضمون هو الأداة الأكثر مناسبة لتحليل محتوى إعلامي من الألفاظ أو النصوص وحتى الصور، لأنه يتضمن طرقا للتحليل واستخراج المؤشرات الإحصائية حول هذه الوحدات المدروسة. حيث يعرف أنه "أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال"28، وعلى هذا الأساس اعتمدنا على أداة تحليل المضمون بمراحله الأساسية، وهذا ما توافق مع الإشكالية والأسئلة المطروحة، كما يمكننا التعامل مع مضامين البرنامج محل التحليل واستنباط أهم القيم المتداولة فيه.

### تحديد وتصنيف وضبط الفئات:

إن عملية وضع الفئات هي من الأسس التي يقوم عليها تحليل المضمون وهي تتمثل في تقسيم أجزاء المضمون المراد تحليله إلى أجزاء أخرى ذات سمات وصفات مشتركة 29، وعليه تم تحديد هذه المرحلة من مراحل تحليل المضمون وفق معطيات سابقة تبني على إشكالية البحث وتساؤلاته وأهدافه المسطرة ومؤشرات العينة وإطارها الزمكاني بالإضافة إلى مؤشر رئيسي آخر يتمثل في التحليل المبدئي (الاستكشافي) الذي من خلاله أسسنا قاعدة لطرح المواضيع ونوعها وطبيعتها وسياقها، وعلى ذلك اعتمدنا على كل من فئات المضمون والشكل وذلك للإحاطة بالشكل الكاف للأسئلة المطروحة والأهداف المراد

تحقيقها، أما مسألة الضبط فتتعلق بالمفهوم الإجرائي لكل فئة حيث سلطنا الضوء على جميع مؤشرات التي يعكسها البرنامج ومن هنا تتضح هذه الفئات في:

**فئات المضمون (أو فئة ماذا قيل؟):** وهي المرتبطة بمضمون البرنامج والمتعلقة أساسا بالفئات التالية:

**1-1: فئة الموضوع:** تفيدنا في الكشف عن مختلف المواضيع التي تناولها البرنامج طيلة سنوات بثه الخمسة وترتيبها عن طريق التكرار الذي يعكس أهمية كل موضوع عن الآخر لذلك اخترناها كفئة رئيسية للتحليل وقد قسمناها إلى فئات فرعية على الشكل التالي :

المواضيع الفرعية	المواضيع الرئيسية
زيارة قبور الفراعنة	مقلب عنخ أمون وعودة المومياء إلى الحياة
اجراء حوار صحفي	
الترويج السياحي عن طريق الفنانين المدعوين	
دعوة الفنانين إلى برنامج نجوم المونديال في وسط السفينة	مقلب غرق القارب في البحر وخروج القرش
استضافة الفنانين العرب والاجانب افتتاح الفندق ومول دبي	مقلب تعطل الطائرة في السماء واسقاط الراكبين
ركوب الطائرة والتعريف بالمنطقة الخليجية	
الترويج السياحي للمغرب والتسويق للخدمات الفندقية	
دعوة الفنانين إلى مقابلة صحفية للرد على اسئلة المعجبين في فندق كزابانكا	مقلب اشتعال النار في الفندق وانغلاق الغرفة
التسويق للمنطقة العربية البدوية الصحراوية	
زيارة دبي واجراء حوار تلفزيوني للحديث عن الفن و جديدهم	مقلب تعطل السيارة وسط الصحراء وغرقها في الكثبان الرملية وخروج السحلية العملاقا

**جدول يبين الفئات الرئيسية والفرعية لعينة الدراسة**

1- فئة القيم: تفيدنا في التعرف على مختلف القيم التي تناولها البرنامج بمواسمه الخمسة وترتيبها عن طريق التكرار الذي يعكس أهمية كل قيمة عن الأخرى. وجاءت كالتالي: قيمة الإقناع- الخداع والكذب- الإيحاء بالإثارة والجنس- الاستهتار-الإيمان والإستغفار-الترهيب وإثارة الرعب.

1-3: فئة التجاوزات المهنية: تفيدنا في استكشاف هذه التجاوزات وترتيبها عن طريق التكرار الذي يعكس مدى استخدام كل تجاوز مهني أكثر من الأخر. وهي: الخراب والدمار –استغلال الآلات والتقنيات الحديثة لغرض الترهيب-التعدي على الخصوصيات-إظهار عورات الضيوف- خداع الضيوف.

2- فئات الشكل (أو فئة كيف قيل؟): وهي المرتبطة بشكل البرنامج وقد انحصرت بدورها في فئتين:

1-2: فئة أساليب الإثارة: تفيدنا في استكشاف أساليب الإثارة المنتهجة في البرنامج وترتيبها عن طريق التكرار الذي يعكس مدى استخدام كل أسلوب أكثر من الآخر والتي تفرعت إلى أساليب الترهيب والتخويف - أساليب السخرية والإدانة والرفض –أساليب الاستفزاز والانتهازية أساليب التبرئة والتهدة، أساليب التضخيم والتفخيم والمفاجئات .

2-2: فئة أشكال العنف: تفيدنا في البحث عن أشكال العنف المسيطرة في البرنامج وترتيبها عن طريق التكرار الذي يعكس مدى استخدام كل شكل أكثر من الآخر. وقد انحصرت في الشتائم المسموعة- الشتائم المحذوفة بعد عملية القص في المونتاج- البكاء الهستيرى- الضرب- الخوف والفزع- المطاردة –الكلمات النابية –الصراخ المرتفع.

3- وحدات التسجيل ووحدة العد: هي نفسها وحدات التحليل 30، وتعد الحلقة الواحدة من البرنامج وحدة تحليل أساسية يجري من خلالها استخراج فئات التحليل ووحدة العد .، أما وحدات العد في هذه الدراسة سنعتمد على وحدتي الكلمة، والصورة معا، باعتبار أننا بصدد تحليل برنامج تلفزي بصري إضافة إلى الصوت المسموع.

التعريف الإجرائي لفئات التحليل:

فئات المضمون:

1/فئة الموضوع: تمثل هذه الفئة مجموعة المواضيع المطروحة التي عرضتها مضامين البرنامج عبر مواسمه الخمسة والتي تدور حولها أحداث الحلقة أو الحصة الواحدة وهي المعروضة في الجدول أعلاه.

2/ فئة القيم: ونقصد بها مجموع القيم الطاغية أو القيم الظاهرة في البرنامج في مواسمه الخمسة هي كل ما يعبر عن معتقدات الشخص من خلال إشارات بالفعل أو القول أو الرمز كلغة الجسد التي تصدر عن أي من المشاركين في البرنامج. مثلا الاستهتار ويعبر عنه بالضحك، الكذب ويعبر عنه بالقول أو الإشارات الجسدية، الخداع ويعبر عنه بالقول..الخ

3/- فئة التجاوزات المهنية: ويقصد بها الممارسات التي لا تتفق مع أخلاقيات الإعلام سواء في الأقوال أو الأفعال أو الصور. مثل: خداع الضيوف، إظهار عورات الضيوف، التعدي على الخصوصيات

### فئات الشكل:

1/- فئة أساليب الإثارة المستخدمة: ويقصد بها الأساليب التلفزيونية البصرية والأخرى الشفهية أو الخطابية أو السلوكية التي يستخدمها الفاعلون في البرنامج التي تجلب متعة المشاهدة وال قصد منها زيادة الإثارة. مثل: المخاطرة، الاستفزاز، إثارة الرعب..

2/ فئة أشكال العنف: ويقصد بها أي شكل من أشكال العنف الجسدي أو اللفظي التي يمارسها المشاركون في البرنامج مثل: الضرب، المطاردة، الصراخ المرتفع. الشتائم، الكلمات النابية..، الشتائم المحذوفة في الحلقة التي قص صوتها في عمليات المونتاج.

### مجتمع الدراسة وعينته :

يعتبر مجتمع البحث خطوة مهمة من خطوات البحث حيث يتطلب أن يحدد المجتمع الذي يود إجراء الدراسة عليه وهذا له علاقة بالتحديد الزماني والمكاني للبحث<sup>31</sup> ، وهو جمع محدود وغير محدود من المفردات التي تنتمي إلى الظاهرة المدروسة<sup>32</sup>، وعليه يتمثل مجتمع الدراسة في كافة حلقات برنامج رامز الذي اتخذ أسماء متعددة في كل نسخة على مدى الأعوام الخمسة الماضية وهي (رامز عنخ أمون، رامز قرش البحر، رامز واكل الجو، رامز يلعب بالنار، رامز تحت الأرض)، خلال شهر رمضان المبارك، وهذا يعني وجود حوالي (120) حلقة.

أما العينة والتي تعبر عن مجموعة جزئية من مجتمع البحث<sup>33</sup> فقد تم اختيارها وفق طريقة العينة العشوائية المنتظمة Systemic random sample- Échantillon aléatoire systématique. وهي الطريقة التي توفر للبحث إمكانية تعميم نتائجه على الوحدات الأخرى في مجتمع الدراسة. وبهذا تمكنا

من تنوع عينتنا حيث اشتملت على خمس مواسم كما سبق الذكر، ومن هنا تم اختيار عينة ممثلة للدراسة تكونت من 15 حلقة بواقع 3 حلقات من كل موسم وحصرنا العينة في هذا العدد نظرا للحجم الهائل من الحصص وكذلك لتشابهها وتمائلها ، وقد تم تحديد رقم المفردة الذي يتم سحبه من طول المجموعة عن طريق القرعة وتمثلت في الرقم 9 حيث اقتصر اختيارنا للفترة ما بين شهر ماي عام 2017 وشهر جويلية من نفس السنة أي ما يعادل فترة ثلاث أشهر كمدة زمنية تم فيها اختيار العينة حيث يبرز اختيار هذه الفترة لمبدأ أساسي تمثل في أن البرنامج يتم عرضه في شهر رمضان. وباختصار فإن الجدول التالي يوضح المجال الزمكاني لعينة دراستنا ومجموع أعدادها حسب كل موسم:

اسم البرنامج	تاريخ البث	عدد الحصص
رامز عنخ أمون	18 جويلية 2013	3
	27 جويلية 2013	
	06 اوت 2013	
رامز قرش البحر	7 جويلية 2014	3
	16 جويلية 2014	
	25 جويلية 2014	
رامز واكل الجو	26 جوان 2015	3
	05 جويلية 2015	
	14 جويلية 2015	
رامز يلعب بالنار	14 جوان 2016	3
	23 جوان 2016	
	02 جويلية 2016	
رامز تحت الأرض	4 جوان 2017	3
	13 جوان 2017	
	27 جوان 2017	

- جدول يوضح عينة الدراسة ومجموع أعدادها -

- عرض النتائج والبيانات:

- 1 - التعريف برنامج رامز للمقالب: هو برنامج فكاهي ترفيهي احترافي، يستضيف الفنانين والممثلين لغرض وضع مقالب لهم له شعبية كبيرة في مصر وكل الدول العربية يعرض في شهر رمضان الكريم على الساعة السادسة بتوقيت القاهرة ويعرض في قناتي mbc و mbc مصر .
- جدول رقم 01 يوضح : المواضيع الرئيسية المطروحة في البرنامج في نسخته الخمسة.

النسبة المئوية	التكرار	المواضيع الرئيسية
20	3	مقلب عنخ أمون وعودة المومياء الى الحياة
20	3	مقلب غرق القالب في البحر وخروج القرش
20	3	مقلب تعطل الطائرة في السماء وإسقاط الركاب
20	3	مقلب اشتعال النار في الفندق وانغلاق الغرفة
20	3	مقلب تعطل السيارة في وسط الصحراء وغرقها في الكثبان الرملية وخروج السحليا
100 %	15	المجموع

تشير البيانات الموضحة في الجدول أعلاه إلى مجموع المواضيع الرئيسية المطروحة في مضامين برنامج القوالب الرمضاني رامز طوال المواسم الخمسة، حيث جاءت النسب متساوية تماما حسب عدد البرامج التي تمثلت في ثلاث حصص من كل موسم ممثلة بذلك العينة المنتظمة البسيطة التي اتخذناها في بحثنا هذا وتمثلت النسبة في 20% من كل موضوع، حيث نلاحظ من خلال هذه البيانات التماثل الموجود بين النسب وهذا راجع لطبيعة البرنامج الموحدة التي تتخذ طابع الإثارة والعنف بصفة متكررة في كل أعداد البرنامج وكذا العينة المختارة وهي العينة المنتظمة والتي فرضت علينا اختيار الحصص بهذا الشكل.

## جدول رقم 02 : يمثل أهم المواضيع الفرعية المطروحة في البرنامج في نسخته الخمسة :

الرتبة 34	النسبة المئوية	التكرار	المواضيع الفرعية
5	3.59	3	زيارة قبور الفراعنة
5	3.59	3	اجراء حوار صحفي مع الفنانين
4	10.58	9	الترويج السياحي لمصر عن طريق الفنانين المدعويين
5	3.59	3	دعوة الفنانين إلى برنامج نجوم المونديال في وسط السفينة
3	16.47	14	استضافة الفنانين العرب والأجانب إلى افتتاح الفندق ومول دبي
2	21.17	18	ركوب الطائرة والتعريف بمنطقة الخليج
5	8.23	7	الترويج السياحي للمغرب والتسويق للخدمات الفندقية بهـ
5	3.59	3	دعوة الفنانين إلى مقابلة صحفية للرد على أسئلة المعجبين في الفندق
5	3.59	3	زيارة دبي واجراء حوار صحفي للتعريف بالصحفيين والحديث عن جديده
1	25.88	21	التسويق لبعض المدن والأماكن في بعض البلدان العربية
	100	85	المجموع

تشير البيانات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه إلى مجموع المواضيع الفرعية المطروحة في البرنامج، إذ يبدو من خلال الجدول أن أعلى نسبة احتلها موضوع التسويق السياحي لبعض الأماكن والمدن العربية في مصر والخليج العربي والمملكة المغربية المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرت ب 25.88 %، يليه موضوع ركوب الطائرة والتعريف بمنطقة الخليج والذي تم عرضه في الموسم الثالث من البرنامج بنسبة قدرت ب 21.17 %، كما يليه موضوع استضافة الفنانين العرب والأجانب إلى افتتاح الفندق ومول دبي والذي عرض أيضا في الموسم الثالث من البرنامج بنسبة قدرت ب 16.47 %، في المرتبة الرابعة يأتي موضوع الترويج السياحي لمصر عن طريق الفنانين المدعويين بنسبة قدرت ب 10.58 % والذي تم عرضه في الموسم الأول من البرنامج، وجاءت الرتبة الخامسة لموضوع الترويج السياحي

للمغرب والتسويق للخدمات الفندقية بها والذي عرض في الموسم الرابع بنسبة قدرت ب 8.23 %، أما بقية المواضيع الخمسة فقد جاءت بنسب متشابهة بنسبة قدرت ب 3.59%.

من خلال هذه المعطيات لاحظنا أن هناك تباين بين نسب المواضيع الفرعية المطروحة في البرنامج حيث يظهر في المفارقة بين موضوع التسويق لبعض الأماكن والمدن في البلدان العربية كونه شكل مركز اهتمام البرنامج والقائمين عليه، هذا لما يشكله موضوع السياحة لدى المشاركة وبلدان الخليج عموما بما أن البرنامج قد صورت أغلب حلقاته هناك، لتأتي بعد ذلك المواضيع الفرعية الأخرى بنسب متفاوتة قليلا وبشكل تدريجي تنازلي تقريبا حيث يمكننا تفسير هذا التباين انطلاقا من أهمية كل موضوع، وهذا مما يعطي أولوية ترتيب المواضيع وفقا لأجندة البرنامج وكذا تأثير المرحلة التي طرحت فيها المواضيع من كل سنة فمثلا موضوع استضافة الفنانين العرب والأجانب إلى افتتاح الفندق ومول دبي والذي جاء في الموسم الثالث لم يكن خدعة وإنما فعلا قد تصادف مع افتتاح دبي لذلك الفندق.

إن خلاصة هذه الفئات تشير إلى هدفين رئيسيين: يتمثل الهدف الأول في التسويق السياحي لمدن وأماكن معينة، كانت تقدم تسهيلات لتصوير البرنامج، وربما تسهم في كلفه وأرباحه، ثم تحقيق الإثارة التي كانت تستجلب المشاهدين والإشهارات التجارية التي تحقق الأرباح للبرنامج.

-جدول رقم 03 يمثل طبيعة القيم المتناولة في برنامج المقالب الرمضاني لمواسمه الخمسة

نوعية القيم	التكرار	النسبة المئوية	الرتبة
الإيحاء بالإثارة والجنس- اللمس	80	16.74	3
الإقناع	55	11.50	5
الكذب والخداع	111	23.22	2
الاستهزاء	77	16.10	4
الترهيب وإثارة الرعب	130	27.19	1
الإيمان والاستغفار	25	5.24	6
المجموع	478	100	

تشير البيانات الموجودة في الجدول أعلاه إلى نسبة القيم المطروحة والمتداولة على طول المواسم الخمسة للبرنامج، حيث مثلت هذه الفئة العنصر الرئيس لدراستنا، إذ حاولنا من خلالها تفسير طبيعة القيم المتداولة في البرنامج، وعليه شكلت قيمة الترهيب وإثارة الرعب النسبة الأكبر بنسبة 27.19%، تليها مباشرة قيمة الكذب والخداع بنسبة 23.22%، يليها أيضا قيم الإيحاء بالإثارة والجنس بنسبة 16.74% والتي جاءت تقريبا متشابهة مع قيمة الاستهتار بنسبة 16.10%، أما بالنسبة لقيمة الإقناع فجاءت بنسبة 11.50% في حين سجلت قيمة الإيمان والاستغفار ادنى نسبة والتي جاءت بنسبة 5.24%.

ويتضح لنا من خلال هذه القراءة الكمية، أن البرنامج: أولا قد انتهك خصوصية المشاهد العربي بإدراجه مجموعة من القيم المنافية لعاداته ويظهر هذا جليا في نسب قيم الإيحاء بالإثارة والجنس سواء من القائم المدعورامز وحتى بالنسبة للضيوف كالملاسمات والتغزل والغناء وإبداء الإعجاب بشكل الفنان.. الخ، ثانيا أن البرنامج لم يعطي اهتماما للمشاهد وخصوصا الأطفال من خلال إدراجه مشاهد رعب وخوف جد متطورة تضر العين البشرية وتنعدم من كل الأحاسيس الإنسانية وهي التي شكلت النسبة الأكبر في رصد القيم المتعلقة بالترهيب وإثارة الرعب وقد تم الاستدلال على هذه القيم من خلال الصور والأقوال والأفعال التي تخللت أحداث الحصص التي تم رصدها في العينة، وهذه ما يندرج في نطاق الاستدلال الصريح أو الضمني لأن الأقوال والأفعال والصور تعبر عن قيم معينة يمكن فهمها من قبل المشاهدين والمراقبين ، ضف إلى ذلك لم يسترشد منتجي البرنامج باللافتات التحذيرية التي تقع أسفل الحلقة محذرين فيها ومنبهين الأولياء بمنع الأطفال ما دون 10 سنوات مثلا .

#### الجدول رقم 04 يوضح التجاوزات المهنية في برنامج رامز في نسخته الخمسة:

الرتبة	النسبة المئوية	التكرار	التجاوزات المهنية
1	29.53	88	خداع الضيوف
4	19.10	48	اظهار عورات الضيوف
3	19.12	57	التعدي على الخصوصيات
2	22.48	67	استغلال الآلات والتقنيات الحديثة لغرض الترهيب

5	12.75	38	الخراب والدمار
	100	298	المجموع

يوضح الجدول في الأعلى نسب التجاوزات المهنية التي وقع فيها البرنامج ، حيث احتل موضوع خداع الضيوف الرتبة الأولى بنسبة عالية تبلغ 29.53 %، تلتها مباشرة موضوع استغلال الآلات والتقنيات الحديثة لغرض الترهيب بنسبة 22.48 %، ثم جاء موضوع التعدي على الخصوصيات بنسبة 19.12 %، وموضوع إظهار عورات الضيوف بنسبة 19.10 % وهي نسب جد متقاربة ومتشابهة، لتحل في المرتبة الأخيرة موضوع الخراب والدمار بنسبة 12.75 %.

من خلال المعطيات المقدمة لاحظنا مدى تقارب نسب التجاوزات المهنية، وعليه يمكننا تفسير هذه المعطيات انطلاقاً من مدى توظيف هذه التجاوزات في هذه المواضيع ، ففيما يخص موضوع خداع الضيوف والتي شكل النسبة الأكبر مقارنة بالتجاوزات الأخرى ولعل هذا يشير إلى طبيعة الموضوع الذي يخلق التوتر والقلق لدى مشاهديه ومتابعيه والتي يتطلب عنصر الخداع والذي برز في فكرة البرنامج ككل كاستدعاء الضيف إلى برنامج ما وركوب الطائرات بحجة رؤية المناطق السياحية للمنطقة، أما عن توظيف التجاوزات الأخرى والتي لم تشكل نسب الظهور عالية باعتبارها تتأثر بمدى أهمية الموضوع ومنها ما تعلق بخراب ودمار الممتلكات مثل بعض المنشآت أو الأثاث والتجهيزات من خلال الحرائق المفتعلة، أو من خلال قيام بعض الضيوف بردود فعل نتيجة المفاجئة أو في سياق الإثارة للجمهور.

وعلى هذا الأساس يمكننا أن نصل في الأخير من خلال توظيف هذه التجاوزات في هذه المواضيع حقيقة مطلقة وهي أن الإعلام العربي ومن خلال هذه المضامين الهابطة أصبح يتفه المشاهد ويستقطبه دون أن يأخذ اعتبار عادات وتقاليد المتلقي والبيئة الإسلامية المحافظة.

**الجدول رقم 5 يبين أساليب الإثارة المستخدمة في برنامج رامزي في نسخته الخامسة:**

الرتبة	النسبة المئوية	التكرار	أساليب الإثارة
4	14.94	55	التضخيم والتفخيم
5	8.70	32	الاستفزاز والانتهازية
3	22.28	82	اثارة الرعب والمخاطرة

2	26.36	97	التبرئة والتهدئة
1	27.72	102	السخرية والإدانة
	100	368	المجموع

تشير البيانات الموضحة في الجدول أعلاه إلى نسب أساليب الإثارة المنتهجة والمستخدم في البرنامج، إذ تصدر موضوع السخرية والإدانة قائمة المواضيع بنسبة 27.72 %، ثم موضوع التبرئة والتهدئة بنسبة 26.36%، في المرتبة الثالثة جاء موضوع إثارة الرعب والمخاطرة بنسبة 22.28%، تلاها موضوع التضخيم والتفخيم بنسبة 14.94 %، وكأدنى نسبة جاء موضوع الاستفزازية والانتهازية بنسبة 8.70 %.

وعليه يمكننا تفسير هذه الملاحظات بناء على طبيعة البرنامج الذي يتطلب هذه الأساليب حتى يحصل نسب مشاهدة عالية (وهذا حسب ما شاهدناه في البرامج المماثلة المعروضة في شهر رمضان) لأن طبيعة المضامين في المجال الترفيهي وبرامج المقالب على الوجه الخصوص لا بد لها أن تثير الجدل من خلال استمالتها لأساليب إثارة معينة وتمتع المتلقي بمضمونها البصري وخطابها ومختلف الدلالات التي تدرج عبر ايقونياتها، وهذا دليل على تناسب أجندة القناة وموالاتها مع مثل هذه المواضيع وترتيب أولوية هذه البرامج في شهر رمضان وفي ساعات البث الأكث ثم مشاهدة خلال وقت الإفطار بالنسبة لمصر وضواحيها وكما وضحت في الجدول أعلاه إلى نسب الأساليب المستخدمة في برنامج رامز خلال مواسمه الخمسة، فبالنسبة لموضوع السخرية والإدانة والتي صدرت أغلبها من قبل المدعورامز القائم على البرنامج وأحيانا من بعض المشاركين والضيوف كالضحك والقهقهة على تعابير الخوف وعبارات النجدة التي يبديها المشارك باعتباره موضوع السخرية ، أما موضوع الاستفزاز والانتهازية فتمثلت في الطريقة التي كان يستعملها رامز للضيف بغرض جعله متعصب كرش الماء عليه، أما موضوع إثارة الرعب والمخاطرة بحياة الفنان فتمثل في مختلف العمليات الخطيرة المجسدة في البرنامج مثل السياقة السريعة في العدد الأخير مثلا، واشتعال النار في غرفة الفندق في العدد الثالث. بخصوص موضوع التبرئة والتهدئة فكان القصد في آخر البرنامج أي بعد انكشاف المقلب حيث يستعمل رامز مجموعة محفزات ليهدي الضيف مقابل ذلك يبرئ نفسه من التهم الموجهة له.

### الجدول رقم 6 يوضح أشكال العنف المظفة في البرنامج بنسخه الخمسة:

الرتبة	النسبة المئوية	التكرار	أشكال العنف
1	17.79	92	الشتائم المسموعة
3	14.89	77	الشتائم المحذوفة بعد عملية القص في المونتاج
8	4.83	25	البكاء الهستيرى
4	13.93	72	الضرب
2	16.06	83	الخوف والفزع
5	12.76	66	المطاردة
7	7.74	40	الكلمات النابية
6	12.00	62	الصراخ المرتفع
	100	517	المجموع

يمثل الجدول أعلاه أشكال العنف التي يلاحظها المشاهد في برنامج الإثارة الرمضاني رامز في نسخته الخمسة، وبقراءة الجدول يتضح أن موضوع الشتائم المسموعة حاز على أعلى نسب العنف وفي الرتبة الأولى بنسبة 17.79 %، في المرتبة الثانية جاء موضوع الخوف والفزع بنسبة 16.06 %، يليها في الرتبة الثالثة موضوع الشتائم المحذوفة بعد عملية القص في المونتاج بنسبة 14.89 %، ثم يليها موضوع الضرب بنسبة 13.93 %، ثم المطاردة بنسبة 12.76 %، يليها الصراخ المرتفع بنسبة 12 %، ثم الكلمات النابية بنسبة 7.74 %، وأخيرا البكاء الهستيرى بنسبة 4.83 %.

نلاحظ من خلال هذه المعطيات مدى تباين نسبة توظيف العنف في هذه المواضيع، حيث نلاحظ تنوع ظهور أشكال العنف في مختلف الأعداد من البرنامج وأحيانا في الحصة الواحدة تكون تحتوي على مختلف أشكال العنف ومنها يمكننا أن نفسر هذه الملاحظات انطلاقا من وظيفة ودور كل شكل من أشكال العنف المصورة في البرنامج لتحقيق أهداف البرنامج أساسا حيث يبدو بالنسبة لتوظيف الشتائم المسموعة والتي تدخل ضمن نطاق العنف اللفظي أنها تنوعت بشكل غير معقول من طرف المقدم رامز خصوصا في الدقائق الأولى حين يقدم ويعرف بالفنان أو الممثل، وكذا من طرف الضيوف

وهي ردة فعل طبيعية لأن الضيف في خالة هستيرية وغضب شديدين إذ لم يكن في وعيه التام، بخصوص موضوع الشتائم المحذوفة بعد عملية القص في المونتاج والتي تدخل أيضا في أشكال العنف اللفضي، والتي استبدل مكانها شريط صوتي حتى يدرك المتلقي أن الشخص يشتم وقد جاءت في مختلف أعداد البرنامج وبصفة كبيرة، فيما يتعلق بكل من موضوع البكاء الهستيري والخوف والفرع فيمكن تصنيفها ضمن أشكال العنف النفسي والتي يمكن أن تستمر لزمان طويل حتى ترجع الحالة إلى طبيعتها العادية وربما يستوجب تدخل أطباء نفسانيين بسبب اللاستقرار النفسي، كما أحصينا ذلك من خلال شبكة الملاحظة والرصد الدائم للبرنامج بالنسبة لموضوعي الضرب والمطاردة فنصنفها ضمن أنواع العنف الجسدي وتمثلت في الاعتداء على المدعورامز من قبل الضيوف وكذلك اعتداء الضيف على رامز بعد انكشاف المقلب، إن التنوع في أشكال العنف هنا يشير إلى التنوع في الأهداف بناء على طبيعة الموضوع نفسه وتحبيب مثل هذه الممارسات والمضامين حتى تتميز بالسرعة أو كما يطلق عليها هيربرت شيلر " بفرورية المتابعة الإعلامية " <sup>35</sup> فالمتلقي أصبحت تثيره هذه المضامين كونه يبحث عن المضامين غير المألوفة وغير المعتادة ليحقق ذائقته حيث يطلق على هذه الحالة بجمالية الصدمة فالمتلقي يبحث عن ما يصدمه ما يثير انفعالاته.

نتائج الدراسة: بينت نتائج التحليل لعينة من الحصص للدورات الخمس لبرنامج رامز جلال على مدى السنوات الخمسة تناولت مقال ومقال وخدم كانت كالتالي:

#### 1- طبيعة المواضيع التي تناولتها حلقات في البرنامج في نسخته الخمسة.

مقلب عنخ أمون وعودة المومياء إلى الحياة مقلب غرق القالب في البحر وخروج القرش مقلب تعطل الطائرة في السماء و إسقاط الركاب مقلب اشتعال النار في الفندق وانغلاق الغرفة مقلب تعطل السيارة في وسط الصحراء وغرقها في الكثبان الرملية وخروج السحلية.

إن خلاصة هذه الفئات تشير إلى هدفين رئيسيين: يتمثل الهدف الأول في التسويق السياحي لمدن وأماكن معينة، كانت تقدم تسهيلات لتصوير البرنامج، وربما تسهم في كلفته وأرباحه، ثم تحقيق الإثارة التي كانت تستجلب المشاهدين والإشهارات التجارية التي تحقق الأرباح للبرنامج.

#### 2- طبيعة القيم الطاغية والمتداولة في برنامج الإثارة رامز في نسخته الخمسة.

شكلت قيمة الترهيب وإثارة الرعب النسبة الأكبر بنسبة 27.19 %، تليها مباشرة قيمة الكذب والخداع بنسبة 23.22 %، يليها أيضا قيم قيمة الإيحاء بالإثارة والجنس بنسبة 16.74 % والتي جاءت تقريبا متشابهة مع قيمة الاستهتار والتي جاءت بنسبة 16.10 %، أما بالنسبة لقيمة الإقناع فجاءت بنسبة 11.50 % فقط في حين سجلت قيمة الإيمان والاستغفار ادنى مستوى بنسبة 5.24 %، حيث تحيلنا هذه النسب إلى أن البرنامج انتهك خصوصية المشاهد العربي بإدراجه مجموعة من القيم المنافية لعاداته المألوفة.

#### 4- التجاوزات المهنية في برنامج رامز في نسخته الخمسة:

احتل موضوع خداع الضيوف الرتبة الأولى بنسبة عالية تبلغ 29.53 %، تليها مباشرة موضوع استغلال الآلات والتقنيات الحديثة لغرض الترهيب بنسبة 22.48 %، ثم جاء موضوع التعدي على الخصوصيات بنسبة 19.12 % وموضوع إظهار عورات الضيوف بنسبة 19.10 % وهي نسب جد متقاربة ومتشابهة، لتحل في المرتبة الأخيرة موضوع الخراب والدمار بنسبة 12.75 % من خلال توظيف هذه التجاوزات في هذه المواضيع تتضح حقيقة مطلقة وهي أن الإعلام العربي ومن خلال هذه المضامين الهابطة أصبح يتفه المشاهد ويستقطبه دون أن يأخذ اعتبار عادات وتقاليده المتلقي والسياق الإسلامي المحافظ.

#### 3- أساليب الإثارة البصرية المستخدمة في برنامج رامز في نسخته الخمسة.

تصدر موضوع السخرية والإدانة، قائمة المواضيع بنسبة 27.72 %، إذ إن السخرية غالبا ما كانت تصدر عن رامز نفسه أو عن بعض المشاركين أحيانا قليلة لأنهم يكونوا هم موضوع السخرية، ثم جاء موضوع التبرئة والتهدة، بنسبة 26.36 %، في المرتبة الثالثة جاء موضوع إثارة الرعب والمخاطرة بنسبة 22.28 %، يليها موضوع التضخيم والتفخيم بنسبة 14.94 %، ثم يليها مباشرة وكأدنى نسبة موضوع الاستفزازية والانتهازية بنسبة 8.70 %

#### 6- أشكال العنف التي يلاحظها المشاهد في برنامج الإثارة رامز في نسخته الخمسة:

يتضح أن موضوع الشتائم المسموعة حاز على أعلى نسب العنف وفي الرتبة الأولى بنسبة 17.79 %، في المرتبة الثانية جاء موضوع الخوف والفرع بنسبة 16.06 %، يليها في الرتبة الثالثة موضوع الشتائم

المحذوفة بعد عملية القص في المونتاج بنسبة 14.89%، ثم يلها موضوع الضرب بنسبة 13.93% ، ثم المطاردة بنسبة 12.76% ، يلها الصراخ المرتفع بنسبة 12 بالمائة، ثم الكلمات النابية بنسبة 7.74 بالمائة ، وأخيرا البكاء الهستيري بنسبة 4.83 ، ومن خلال هذه النسب نستنتج أن البرنامج يروج للعنف بأشكاله المختلفة، والتنوع في أشكال العنف يشير إلى التنوع في الأهداف بناء على طبيعة الموضوع نفسه.

**الخاتمة:** يمكن القول واستنادا إلى ما سبق أن المضامين الترفيهية المعروضة عبر وسائل الإعلام الجماهيرية أبرزها التلفزيون قد وجدت خصيصا لشد انتباه المشاهد، فالترفيه عبر هذه الوسيلة هو محاولة للتنفيس عن هذا الجمهور من جهة ولإحداث تأثيرات معينة والحصول على غايات ممنهجة أبرزها الغاية التسويقية الربحية، وقد سعينا من خلال هذه الدراسة تحليل ما جاء به برنامج الإثارة والترفيه رامز عبر مواسمه الخمسة وإبراز الدلالات البصرية التي يوظفها ليخفي بذلك تجاوزاته القيمة اتجاه الجمهور بكل فئاته دون أن يراعي القيم المتداولة في السياق البيئي المحافظ خصوصا وأن البرنامج يعرض في شهر رمضان الكريم أحد أعظم الأشهر المباركة التي يتسابق المنتجين الإعلاميين فيه لعرض زوايا مختلفة من القيم السامية ومختلف المضامين الراقية.

### قائمة المراجع والهوامش :

\* طالبة دكتوراه، الاتصال، تكنولوجيا وسائل الإعلام والمجتمع، استاذة مؤقتة بجامعة مستغانم، البريد الإلكتروني

[cherrarahayat@gmail.com](mailto:cherrarahayat@gmail.com)

1 - المجتمع والقيم المجلة الالكترونية يو أس اي (jornel usa) ، صناعة السينما اليوم، المجلد 12، العدد 6 ، 2017

2 - صالح الصحن، الخطاب البصري في التلفزيون، د.ب، د.س، ص 174

3 - أبو الحمام عزام ، برامج التلفزيون بين العنف الرمزي وتغيب القيمة

https://pulpit.alwatanvoice.com/articles/2015/07/31/373580 تم الاطلاع على الموقع يوم 3-6-

2017 - 11.15 سا.

4 - أحمد زكي بدوي ، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1988. ص 64.

- 5 - عزام أبو الحمام، حياة شرارة، المواطن الساخر بين الاستمراء او انداء الأراء، قراءة في ثلاثة نماذج عربية ساخرة في الفايبيوك الندوة الوطنية الأولى حول الصحافة الساخرة في الوطن العربي ، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم ، 10 جانفي 2018.
- 6 - ابن منظور، لسان العرب، باب الخطبة، دار بيروت للطباعة والنشر 1968، ص 360
- 7 - صالح الصحن، مرجع سبق ذكره ، ص 175
- 8 - جون كونر، نظرية التلفزيون، تر: أديب خضور، سلسلة المكتبة الإعلامية ، دمشق، 2000، ص 14
- 9 - جيرالد برنس، المصطلح السردي، معجم مصطلحات، تر: عابد خزندار، المجلس الأعلى للثقافة ، القاهرة ، 2003، ص 62،
- 10 - عبد الرحمن عزي: "عن الحتمية القيمية، ونظرية المعرفة، وإدوارد سعيد، وجاك دريدا وأسلمة المعرفة وقضايا شتى"،

[http://www.arabmediastudies.net/index.php?option=com\\_content&task=view&id=167&Itemid](http://www.arabmediastudies.net/index.php?option=com_content&task=view&id=167&Itemid)

PDF created = 1 تم تصفحه في: 02.07.2017

- 11 - عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، تونس: الدار المتوسطة للنشر، ط1، 2011، ص 10.
- 12 - نورهان منير حسن ، القيم الاجتماعية والشباب، المكتب الجامعي الحديث ، مصر ، (ب.ط)، 2008، ص 36
- 13 - لسان العرب لابن منظور، كلمة عنف، على الرابط:

[http://library.islamweb.net/newlibrary/display\\_book.php?idfrom=5769&idto=5769&bk\\_no=122&ID=5779](http://library.islamweb.net/newlibrary/display_book.php?idfrom=5769&idto=5769&bk_no=122&ID=5779)

\* عالم اجتماع فرنسي ولد سنة 1930 توفي بتاريخ 23 جانفي 2002 يعتبر أحد أبر المراجع في علم الاجتماع أصدر العديد من الكتب من بينها كتاب الورثة مع (جون كلود باسرون) وكتاب إعادة الإنتاج مع المؤلف نفسه، اهتم بتناول أنماط السيطرة الاجتماعية بواسطة تحليل مادي للمنتجات الثقافية يكفل ابراز آليات إعادة إنتاج المتعلقة بالبنيات الاجتماعية وانتقد بورديو تغاضي الماركسية عن العوامل غير الاقتصادية، إذ أن الفاعلين المسيطرين، في نظره، بإمكانهم فرض منتجاتهم الثقافية (مثلا ذوقهم الفني) أو الرمزية (مثلا طريقة جلوسهم أو ضحكهم وما إلى ذلك). فالعنف الرمزي (أي قدرة المسيطرين على حجب تعسف هذه المنتجات الرمزية و، بالتالي، على إظهارها على أنها شرعية) دور أساسي في فكر بيير بورديو. معنى ذلك أن كل سكان سوريا، مثلا، بما فهم الفلاحون سيعتبرون لهجة الشام مهذبة أنيقة واللهجات الريفية غليظة جدًا رغم أن اللهجة الشامية ليست لها قيمة أعلى بحد ذاتها. وإنما هي لغة المسيطرين من المثقفين والساسة عبر العصور وأصبح كل الناس يسلمون بأنها أفضل وبأن لغة البادية رديئة. فهذه العملية التي تؤدي بالمغلوب إلى أن يحتقر لغته ونفسه وأن يتوق إلى امتلاك لغة الغالبين (أو غيرها من منتجاتهم الثقافية والرمزية) تعد أحد مظاهر العنف الرمزي، لتعمق أكثر أنظر الموقع الإلكتروني : <http://www.goodreads.com/author/show/4444923> . تم التصفح بتاريخ 11-07-2017 على الساعة 13:25 زوالا.

- 15- Laouira Omar, **the sociological and anthropological ideas of pierre Pourdieu**, revue del'université emirabdelkader des sciences islamiques février,2003, n13, p11
- 16 -بلوح ابراهيم ، **نظرية العنف الرمزي عند بيير بورديو** ، تم التصفح يوم 2017/07/26 على الساعة : 21.26  
<https://www.facebook.com/sociologie04/posts/1225576190803534>
- 17 -بيير بورديو ، **التلفزيون واليات التلاعب بالعقول**، تر: درويش الحلوجي، دار كنعان ، دمشق، ط1، (د.س)ص46
- 18 -بطرس حلاق ، **تأثير البرامج التلفزيونية في عملية التنشئة الاجتماعية- المجتمع السوري نموذجا**، قسم الاعلام ، كلية الآداب، جامعة دمشق، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 23، العدد الثاني ، 2007، ص 99.
- 19 -البرامج التلفزيونية: [http://studiomisr.blogspot.com/2011/01/blog-post\\_2752.html](http://studiomisr.blogspot.com/2011/01/blog-post_2752.html) تم التصفح يوم 2017-07-15 على الساعة 20:09 مساء
- 20 -عبد الفتاح رياض ، عبد الباسط سلمان ، **سحر التصوير، فن وإعلام** ، ط1: القاهرة ، الدار الثقافية للنشر 2005. ص 9
- 21 -مهدي يوسف ، **حاذية الصورة السينمائية** ، دار الكتاب الجديد المتحدة ، بيروت، 2001، ص54
- 22 -صالح بشرى ، **نظرية التلقي اصول و تطبيقات**، الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، ط1، 2001، ص 46
- 23 -حسين الوادفي **مناهج الدراسات الأدبية**، منشورات الجامعة ، الدار البيضاء، ط2، 1985م، ص 77
- 24 -بو حسن أحمد ، **من قضايا التلقي والتأويل**، كلية الاداب و العلوم الانسانية، جامعة محمد الخامس، الرباط، 1995، ص 104
- 25 -أبو أحمد حامد ، **الخطاب والقارئ نظريات التلقي و تحليل الخطاب و ما بعد الحداثة**، كتاب الرياض، مؤسسة اليمامة الصحفية، الرياض، 1996، ط1، ص 102 .
- 26 -محمد زيان عمر ، **البحث العلمي ، مناهجه وتقنياته** ، جدة ، دار الشرق ، ط4، 1983، ص118
- 27 -محمد حسين ، **بحوث الإعلام :الاسس والمبادئ** ، القاهرة ، عالم الكتب ، ط1، 1922، دص126
- 28- Berelson , bernard , **contrnt analysis in communication research the free press publishers** ,glencoe Illinois ,1952.p18
- 29 -إيمان عفاف ، **دلالة الصورة الفنية .دراسة تحليلية لمنمنات محمد راسم** ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ، 2005، ص59
- 30 -يوسف تمار ، **تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين** ، مرجع سبق ذكره، ص48
- 31 -عبد الهادي نبيل احمد ، **منهجية البحث في العلوم الإنسانية** ، عمان ، الاهلية للنشر والتوزيع ، ط1، 2006، ص ص 260، 261.
- 32- Madeline Crawitz , **Méthodes des sciences sociales** , 4ème édition , paris ,Dalloz ,1988,p293
- 33 - دلال القاضي ، محمود البياتي ، **منهجية وأساليب البحث العلمي** ، عمان ، دار حامد للنشر والتوزيع ط1، 2008، ص149
- 34 -حينما تتساوى النسب تأخذ الفئات الرتبة نفسها، أي الأهمية النسبية نفسها.
- 35 -هربرت شيللر ، **المتلاعبون بالعقول**، تر: رضوان عبد السلام، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1999، ص42.