الوظيفة الإجتماعية والثقافية للبرنامج الترفيهي المثالي

مثنى إبراهيم جابر الطالقاني
طالب دكتوراه ، قسم إدارة الإعلام ، جامعة الأديان والمذاهب ، إيران ، قم
muthanai.altalqany@uokufa.edu.iq
الدكتور وحيدة نعيم آبادي (الكاتب المسؤول)
أستاذ ، قسم إدارة الإعلام ، جامعة الأديان والمذاهب ، إيران ، قم
v_naeemabadi@yahoo.com
الدكتور علي محمد رضوي
أستاذ مساعد ، قسم إدارة الإعلام ، جامعة الأديان والمذاهب ، إيران ، قم
Azarbakhsh2005@gmail.com

The social and cultural function of the ideal entertainment program

Muthanna Ibrahim Jaber Al-Talqani
Doctoral student - Department of Media and Public Relations - University of Religions and Sects - Iran - Qom
Dr. Wahida Naeemabadi(responsible writer)
Assistant Professor - Department of Media and Public Relations - University of Religions and Sects - Iran - Qom
Dr. Ali Muhammad Radwi
Assistant Professor - Department of Media and Public Relations - University of Religions and Sects - Iran - Qom

الملخص:-

هناك عوامل تجعل الشخصية الكوميدية محببة وقريبة إلى الجمهور ويمكن اكتساب الكثير من افعالها وتصرفاتها خاصة لدى قليل التعلم، وأحياناً تكون فكرة العمل الكوميدي قريبة إلى هموم ومشاكل المجتمع مثل النقد الموجه لظاهرة معينة أو تنبيه المتلقي إلى بعض القضايا السلبية التي ترافق حياته، أو توضح الفكرة سلوك بعض الشخصيات الاجتماعية وما تحمله من تهريج وحماقات وتصبح هذه الشخصية موضعاً للتندر والاضحاك، وحالياً وصلت الجرأة في الطرح الكوميدي على شخصيات كبيرة كأن يكون رجل مهم في الدولة، أو شخصية اجتماعية مهمة لكن يتم تناولها بأسلوب كوميدي والهدف من ذلك هو كشف سلوكها الظاهر والخفي بين الجماهير، والكشف عن هذه النماذج لأنه جزء من المجتمع، ويمكن ان يكون لهذا السلوك الاحمق تأثير خطير على مسيرة المجتمع، وهنا يكون فن الكوميديا سلاح مهم وخطير لمحاربة الظواهر السلوكية غير الصالحة في المجتمع، وهذا ما نراه في بعض الاعمال الدرامية أو البرامج الترفيهية، البرامج الترفيهية المثالية العراقية و العربية، وبالنظر للتأثير الكبير على المتلقي الذي يتابع البرامج التلفزيونية باستمرار فأن الافكار والقيم الاجتماعية و الثقافية التي تتضمنها هذه البرامج قد تترسخ لدى المتلقي حسب نظرية الغرس الثقافي.

الكلمات المفتاحية: الوظيفة، الاجتماع، الثقافية، البرنامج الترفيهي.

Abstract:-

There are factors that make a comedic character likable and close to the audience, and many of his actions and behaviors can be learned, especially by those with little education. Sometimes the idea of a comedic work is close to the concerns and problems of society, such as criticism directed at a specific phenomenon or alerting the recipient to some of the negative issues that accompany his life, or the idea explains behavior. Some social figures and the buffoonery and foolishness they carry, and this character becomes a subject of ridicule and laughter, and currently the boldness has reached the comedic presentation of big figures, such as an important man in the state, or an important social figure, but they are dealt with in a comedic manner, and the aim of this is to reveal their apparent and hidden behavior among the masses. And exposing these models because it is part of society, and this foolish behavior can have a serious impact on the progress of society, and here the art of comedy is an important and dangerous weapon for combating inappropriate behavioral phenomena in society, and this is what we see in some dramas or entertainment programs, entertainment programs. The Iraqi and Arab ideal, and given the great influence on the recipient who constantly watches television programs, the social and cultural ideas and values contained in these programs may become rooted in the recipient according to the theory of cultural implantation.

Keywords: job, meeting, cultural, entertainment program.

١ـ المقدمة:

تعتبر الكوميديا والترفيه من الفنون القديمة حالها حال التراجيديا (المأساة) وكان فلاسفة العقل أمثال ارسطو وافلاطون وسقراط يحللون الأمور بنظرة مثالية، لذا فان اهتمامهم بالتراجيديا كان اكثر من الكوميديا (الملهاة) وخاصة ارسطو الذي تناول في كتابه (فن الشعر) طبيعة التراجيديا واعتبرها نتيجة فعل جليل وتحدث التطهير في النفس، اما الكوميديا فقد مر عليه مروراً سريعاً واعتبرها فن هابط يمكن ان يحاكي الأفعال البسيطة لعامة الناس، ومع مرور الزمن اخذت الكوميديا اتجاهين؛ الأول الفن الساخر الذي يتناول مشاكل المجتمع بأسلوب ساخر يهدف من خلال الضحك والترفيه التركيز على قضية اجتماعية و ثقافية مهمة وقد تكون خطيرة، وهذا ما نراه في اعمال الممثل الكوميدي (عادل امام) الذي سلط الضوء من خلال أفلامه على قضايا مهمة وخطيرة مثل (الإرهاب، المخدرات، الطلاق، غسيل الأموال، الفساد الإداري والمالي... وغيرها من مشاكل المجتمع). والنوع الثاني من الكوميديا والتي بدأت تغزوا القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي هي الكوميديا غير الهادفة والتي تتضمن محتوى هابط لا يخدم المجتمع فهي كوميديا من اجل الضحك فقط. وهذا النوع يشكل خطورة على الذوق العام وعلى البناء الفكري خاصة لدى الأطفال والشباب، ولو رجعنا إلى نظريات الاعلام وخاصة نظرية (الغرس الثقافي)، التي ترى بأن التكرار المستمر لمشاهد التلفزيون قد تساهم في غرس ثقافة جديدة على حساب القيم والأفكار السابقة لدى الفرد، وهنا تكمن الخطورة، لأن الطفل أو المراهق الذي يتعود على مشاهدة ومتابعة البرامج الكوميدية الهابطة قد يكتسب القيم والأفكار التي تبنتها هذه البرامج وبعدها يتحول إلى سلوك. علماً أن البرامج الكوميدية بنوعيها الهابط والجيد أصبح لديها جمهور كبير من المتابعين الصغار والكبار، المتعلم وغير المتعلم، وربما فكرة الفيلم أو المسلسل هي التي تجذب المتابعين وأحياناً الشخصية التي يؤديها الممثل، وأن تقليد أفعال وسلوك الشخصية الكوميدية يكون عامل مؤثر على المتلقي خاصة إذا اصبح هذا السلوك جزء من شخصية المتلقي، والشخصية الكوميدية تتميز بحركات وتصرفات تعبر عن حالات نفسية معينة وكذلك شكلها الخارجي يوحي بالضحك.

٢- مشكلة البحث

يمكن تحديد اشكالية هذا البحث وهو التعرف على (الوظيفة الاجتماعية والثقافية للبرنامج الترفيهي المثالي).

٣- هدف البحث

التعرف على (الوظيفة الاجتماعية و الثقافية للبرنامج الترفيهي المثالي).

٤- حدود البحث

يتحدد البحث الحالي بما يلي:

١. **الحد الموضوعي:** الوظيفة الاجتماعية والثقافية للبرامج التلفزيونية الترفيهية.

٢. **الحد الزماني والمكاني:** استمارة مقابلة للأساتذة المختصين في الفنون السينمائية والتلفزيونية في كليات الفنون الجميلة للعام الدراسي ٢٠٢٣ - ٢٠٢٤.

٥- أهمية البحث

تكمن اهمية البحث الحالي بما يلي:

١. يساهم هذا البحث في التعريف بالوظيفة الاجتماعية و الثقافية للبرامج التلفزيونية الترفيهية (المثالية) كي ينمي ذائقة المتلقي.

٢. بأمكان المشاهدين التعرف على البرامج الترفيهية الهادفة التي تتضمن قيم اجتماعية و ثقافية ايجابية و الابتعاد عن البرامج التي تتضمن القيم السلبية.

٣. تفيد هذه الدراسة كتاب و معدي و مخرجي البرامج التلفزيونية الترفيهية.

٤. تفيد طلبة كليات الاعلام و كليات الفنون الجميلة المختصين في الاذاعة و التلفزيون و السينما.

٥. يعتبر دراسة حديثة مكملة للدراسات السابقة في هذا المجال.

٦- تعريف المصطلحات

١. القيم الاجتماعية: تعرف بأنها "مجموعة من المعايير للسلوك الاجتماعي و الانساني، لها تقدير و اتزان معين، و بناء على هذا الوزن و هذا التقدير يتم الحكم بأن هذا السلوك مناسب وواجب و ذلك السلوك غير واجب"(١).

٢. القيم الثقافية: تعرف بأنها "مجموعة من الرموز و المفاهيم الانسانية التي يكونها المجتمع و ينقلها من جيل لأخر، بوصفها محددات و ضوابط للسلوك الانساني"(٢).

٣. الترفيه: يعرف بأنه "فن ابراز الحقائق المتناقضة والأفكار السلبية في صورة يصعب مقاومتها والرد عليها وإيقاف مفعولها دون أن يلجأ إلى الهجوم المباشر أو يبدو في موقف يكون فيه هدفاً للانتقام، وهو الدعوة إلى الثورة من غير هتافات دعائية ومن غير تنظيمات يُدان أصحابها وكأنها تهيئ النفوس للصورة على الظلم والانحراف، وتفتح العيون على النقائض التي يحال أصحابها أن يبعدوها عن مواطن الضوء"(٣).

ويعرف الترفيه أيضاً بأنه "مظهر من مظاهر الفكاهة ومن أكثر أشكالها أهمية، وهو نوع من التأليف الادبي أو الخطاب الثقافي الذي يقوم على أساس انتقاد الرذائل والحماقات الفردية والجمعية وقد يشمل السخرية على استخدام التهكم والاستهزاء لأغراض نقدية وتصحيحية رقابية وتحورية"(٤).

التعريف الاجرائي: الترفيه في البرامج التلفزيونية "هو أسلوب أدبي يمتاز بالسخرية والتهكم من الشخصيات أو الأفعال السلبية أو الجماعات ويقدم بأشكال درامية أو برامج ترفيهية أو برامج منوعة الهدف منها نشر القيم الإيجابية ونبذ القيم السلبية بأسلوب ساخر وممتع"(٥).

المبحث الأول

نظريات الاعلام المعتمدة في هذه الدراسة

المطلب الأول: النظرية المجذرة (La methodologiede lo theorieenracin).

يستند هذه النظرية على فكرة اساسية و هي بأنها لا تأتي من تنظيرات سابقة أو تشتق من نظريات اخرى، وانما تستند على البيانات الميدانية اي انها تولد "و تتجذر من البيانات

الميدانية المتمثلة اساساً في وجهات نظر المشاركين الذين لديهم خبرة في موضوع الدراسة"[٦] و ظهرت بوادر هذه النظريات على يد عدد من الباحثين امثال (L.Strauss, Anselm, Barney Glaser G) بعد وجدوا بأن التطبيق النظري لبعض البحوث و الدراسات لا يتناسب مع طبيعة بعض المواضيع التي يتم دراستها، فقاموا بتطوير بعض الاجراءات المنهجية التي مكنتهم من تطوير الفهم النظري لموضوع البحث، و تحقق ذلك من خلال كتابهم "- دراك الموت - حيث قدما سنة ١٩٧٦ هذه المنهجية و لاول مرة في الكتاب الشهير- اكتشاف النظرية المجذرة"[٧]. و قد تم تطوير هذه النظرية لاحقاً و حظيت بأهتمام كبير من بعض الباحثين. بالرغم من وجود اختلاف في وجهات النظر حول تطبيق النظرية المجذرة في البحوث الاعلامية. و قد نتج عنها اختلاف في الموقف من كيفية تطبيقها من قبل بعض الباحثين. "لانها تعتمد نفس الاسس، حيث تنطلق من الواقع المعاش في جمع البينات، من خلال توظيف عدة تقنيات بحثية، كالمقابلة، و الملاحظة و مجموعات النقاش و تحليل الوثائق"[٨].

وبإمكان الباحث توظيف هذه الادوات، و خاصة المقابلة، في اعطاء فرصة للمبحوث (افراد العينة) من طرح آرائه و افكاره و تطلعاته نحو موضوع البحث، كما يمكن الاستفادة من البيانات النوعية بعد ان يقوم الباحث بتفريغها و تحليلها موضوعياً "ثم يقوم الباحث بتحليلها من خلال العملية المسمات بالترميز و يتم الترميز عبر مراحل عديدة تنتهي ببروز فئات و موضوعات، حيث يتم الانطلاق من الجزيئات اي البيانات الميدانية، ليتم تحويلها في النهاية إلى الكليات، اي البناءات النظرية"[٩].

ومن خلال طرح الاسئلة على المبحوثين يمكن للباحث ان يحصل على معلومات نظرية تفيده في البحث و يجب الاشارة "إلى ان هدف استخدام منهجية النظرية المجذرة ليس الوصول إلى بناء النظرية بشكل كامل، و لكنها تهدف في الكثير من الاحيان إلى بلوغ فهم جديد للظواهر في سياقاتها الطبيعية، و هي السياقات التي يفضل تسميتها بالايكولوجيا التجريبية قاصداً بها الاوساط المألوفة لدى الافراد"[١٠].

وان استخدام هذه النظرية في بحوث الاعلام والاتصال تمكن الباحث من تطوير قدراته النظرية وخاصة في التحليل والاستنتاج، وذلك لان النظرية المجذرة لا تسعى كثيراً للنتائج

الكمية و انما تسعى للنتائج النوعية، لان الباحث الذي يعتمد قواعد هذه النظرية في بحثه عليه ان يقوم بأعداد الاسئلة بشكل دقيق و واضح، و ان يقدم فرضيات مستله من الاطار النظري للبحث، علماً ان قواعد واسس النظرية المجذرة لا تعتمد كثيراً على الفرضيات. كون اغلب البحوث النوعية لا تحتاج إلى الفرضيات، لان طبيعة النظرية المجذرة تعتمد على الاسئلة لاكتشاف الظاهرة المبحوثة، على امل ان يكشف الميدان بعض الاسرار التي بحث عنها الباحث.

"كما يتوقع ان تتغير الاسئلة مع التقدم في البحث، فعادةً ما يخضع للمراجعة المستمرة واعادة الصياغة مما يسمح للباحث بالتكيف مع كل المعطيات الجديدة التي يمنحها له الميدان، وفي هذا السياق نرى بأن المنهجية النوعية تشتغل وفق مبدأ الاكتشاف التدريجي والبناء في نفس الوقت للاشكالية والفهم"[١١].

ولم تتأثر النظرية المجذرة بنظريات سابقة و خاصة في قواعدها واسسها لان هذه القواعد تختلف تماماً عن باقي النظريات، و قد تلتقي في بعض اوجه التشابه القليلة النظرية مثل خطوات البحث التي يتم توظيفها استقرائياً في مرحلة تحليل النتائج أو من خلال استدعائها و مقارنة ما جاء من النتائج التي يتوصل اليها الباحث، وفي الحقيقة يرى الباحث انه لا يوجد تقاطع كلي بين النظريات و المفاهيم و لكن توجد اوجه تشابه واوجه اختلاف بين معظم النظريات، و ان الاسئلة التي تطرحها النظرية المجذرة يمكن ان يفتح باب النقاش على مصراعيه تؤدي إلى تطوير بعض المفاهيم النظرية التي تخدم الباحث و اهداف بحثه.

المطلب الثاني: نظرية الفرس الثقافي.

ترتكز هذه النظرية في مبادئها وأسسها على طبيعة العلاقة بين الجمهور وعدد الساعات التي يقضونها امام التلفزيون فكلما ازداد وقت المشاهدة للتلفزيون فان الآثار التراكمية لهذه المشاهدة ستنعكس على افكار والسلوك المتلقي، ويتضح ذلك من خلال طبيعة الافكار والقيم والمعتقدات التي يكتسبها المتلقي من التلفزيون نتيجة المتابعة الطويلة والمستمرة لبرامج التلفزيون، ويبدأ المتلقي بالاقتناع وتبني هذه الافكار وكأنها من الواقع الفعلي وليس الواقع الافتراضي، ويرى مؤيدو هذه النظرية بأن كثافة المشاهدة لبرامج التلفزيون تولد عند المتلقي قناعة في استقبال اي فكرة يقدمها التلفزيون، وما يصاحبها من وجهات نظر أو تأويل

للأفكار التي تجسدها البرامج والأعمال التلفزيونية المختلفة، حيث يرى جرينر مؤسس هذه النظرية "تعد نظرية الغرس الثقافي بمثابة نظرية تهتم بتفسير وتبرير ما يتشكل من إدراكات ومعتقدات ومفاهيم طويلة المدى يتبناها المشاهدين حول العالم كنتيجة لتلقي الرسائل الإعلامية"[١٢] وقد ركزت هذه النظرية كثيرا على التأثير الناتج والمستمر لمتابعة البرامج التلفزيونية أو ما يحصل عليه المتلقي من وسائل الإعلام، وما يحصل من تفاعل بين المتلقي والرسالة الإعلامية فقد يحصل تعلم أو اكتساب خبرات ومفاهيم ينتج عنها بعض التصورات أو توليد وجهات النظر حول الواقع الاجتماعي الذي يعيشه ويحركه ولو رجعنا إلى بدايات تأسيس هذه النظرية نلاحظ انها تعود إلى انتشار العنف والجريمة في المجتمع الامريكي بعد انتشار التلفزيون، وهذا ما دعاه الحكومة الأمريكية إلى الطلب من المؤسسات الحكومية وبعض المنظمات إلى اعداد بحوث ودراسات لحل هذه الإشكالية والتعرف على أسبابها، وتم اعداد عدد كبير من الدراسات تم طبعها في خمس مجلدات عام ١٩٧١ تحت عنوان (التلفزيون والسلوك الاجتماعي) "وبدأت تلك الدراسات كنواة لما يعرف بأسم مشروع المؤشرات الثقافية والذي انشئ بتمويل مستقل بقياده جورج جربنر، والذي كان استاذا لعلوم الاتصال في جامعة بنسلفانيا بمدرسة عن برج لعلوم الاتصال حيث تم تكليفه هو وزملائه باستكمال اول دراسة عن العنف الاعلامي"[١٣] واهم نقطة توصلت اليها دراسات جربنر هو الربط بين كثافة المشاهدة للبرامج التلفزيونية، والادمان عليها لاوقات طويلة وبين انعكاسها على سلوك المتلقي وتوجهاته، لذا فان كثافه المشاهدة اصبحت هي المتغيرة الثابت لكل الفرضيات في الدراسات المتعلقة بالغرس الثقافي، وقد ظهرت دراسات تناولت مواضيع مختلفة من الحياة مثل البرامج التلفزيونية التعليمية أو التي تهتم بالصحة أو البرامج التي تتناول القضايا الاجتماعية، وان هذه البحوث والدراسات لم تقتصر على العنف فقط، وان هذه البحوث ركزت على مبدأ مهم لنظرية الغرس الثقافي وهو طبيعة اكتساب المعلومات والقيم والافكار بشكل عرضي ناتج ان تراكم وطيلة ساعات المشاهدة للتلفزيون وهذا التعلم ناتج عن طريق الملاحظة والمتابعة المستمرة مما يولد تصور ذهني ينتج عن مفاهيم خاصة تتعلق بالواقع الاجتماعي اي من المتلقي يعكس ما تعلمه من التلفزيون على الواقع الذي يعيشه وعلى هذا الأساس يرى (هاوكينز) ان عملية الغرس الثقافي "تتضمن عنصرين أساسيين هما: التعلم غير المقصود والاستدلال المعرفي، حيث يؤدي

اهتمام المشاهد بما يراه على الشاشة إلى تعلم حقائق وقيم التلفزيون بحيث تصبح برامج التلفزيون مصدراً لمعلومات المشاهد عن الواقع الاجتماعي"[١٤]. وهذا الامر ينطبق بشكل كبير على الاعمال الدرامية التي تحاكي الواقع، وكذلك البرامج الإخبارية والسياسية التي تنقل الاخبار عما يدور حولنا، حيث نجد اغلب الناس يؤمنون بالرسائل الإعلامية المستلمة من وسائل الاعلام اكثر من اي مصدر اخر وفي هذا المجال يرى جربنر "ان الرسائل الإعلامية تغير المفاهيم التقليدية الخاصة بالزمان والمكان، والنسق الاجتماعي، وكان ذلك بمثابة تحديا منه للفكرة السائدة حول ضعف أثر وسائل الإعلام على الأفراد والثقافات"[١٥] وقد سعت العديد من الدول إلى اعتماد هذه النظرية في وسائل الاتصال وخاصة التلفزيون بهدف ترسيخ بعض القيم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية. من أجل الحفاظ على الأهداف العامة للبناء الاجتماعي والتشجيع على الممارسة الثقافية التي تصب في صالح الأفراد والمجتمع بشكل عام "وتتمثل وظيفة تحليل الغرس الثقافي في تحديد مدى وطريقه اسهام رسائل معينه في تشكيل الواقع الاجتماعي الذي يتماشى مع معظم القيم والصور الرمزية المقدمة بشكل متكرر عبر تلك الرسائل"[١٦].

وتؤثر الحالة الطبيعية لبعض المجتمعات على عمليه الغرس الثقافي، حيث نلاحظ ان بعض المجتمعات حريصة على ثقافتها وعاداتها وهي تجد صعوبة في تقبل الافكار الوافدة، في حين هناك العكس فقد نجد مجتمع اخر يتقبل اي معلومة تصل اليه، وهذا يعود إلى مستوى الفهم والادراك لدى المتلقي، وان المتلقي الذي يمتلك مقومات الثقافة والوعي يكون قادراً على تحليل ونقد الرسائل الإعلامية واخذ المفيد وترك الافكار السلبية.

المبحث الثاني

نظريات الترفيه

لقد ظهرت دراسات كثيرة تناولت الترفيه وخاصة من الناحية الاجتماعية والاعلامية كون الإعلام يتناول مختلف جوانب الحياة، وذلك لان الخطاب الاعلامي يتضمن فقرات ومواد ترفيهية وهذا ما دعى الناس إلى متابعة وسائل الاعلام بمختلف اشكالها، وفي هذا السياق يمكن تناول ثلاث نظريات ركزت على الترفيه في البرامج التلفزيونية وهي:

المطلب الأول: النظرية النفسية للترفيه

تهدف هذه النظرية إلى التعرف على الاسباب الاساسية التي تجعل الفرد يتابع بشكل مستمر للبرامج الترفيهية التلفزيونية، وتحاول هذه النظرية دراسة السلوك والدوافع النفسية للمتلقي اثناء وبعد متابعته للبرامج الترفيهية حيث يرى اصحاب هذه النظرية "بأن حالة ان اللاتوازن النفسي التي غالباً ما يكون عليها المتلقي هي السبب الرئيسي للاقبال على المواد الترفيهية، وهنا يكون الترفيه بشكل عام والترفيه التلفزيوني على نحو التحديد وظيفة اساسية من وظائف الوسائل الاعلامية، إذ تحقق التطهير النفسي، والعاطفي، وتحقق الوظيفة التطهيرية، للترفيه من خلال اخراج الانسان من عالم الحزن والمعاناة، وادخاله في عالم من التوازن والتوافق النفسي"[١٧] وان البرامج الترفيهية الهادفة وذات المضامين العميقة يمكن ان تعزز من الابتعاد عن الواقع المؤلم الذي يعيشه الفرد نتيجة ضغوط الحياة وذلك لان "البرنامج التلفزيوني ترفيهي يقدم صورة مغايرة للواقع، وتكون بذلك اداة اساسية لتلبية رغبة الانعزال عن واقع العوز والاحتياج، والانصراف إلى عالم الخيال والكمال الذي يصنعه الخطاب التلفزيوني ويعزه على الدوام"[١٨] فقد يحدث نوع من التفاعل بين المتلقي والشخصيات التي تظهر في البرنامج الترفيهي وخاصة البرامج الدرامية الفكاهية، وهذا التفاعل يقرب وجهات النظر بينما تطرحه في الشخصية الدرامية والمتلقي سواء عن طريق الحوار أو الحركات الجسدية، وفي هذه الحالة يهرب المتلقي من واقعه المريض إلى واقع الشخصيات الدرامية وذلك لان "ادوار الحياة اليومية في المجتمع المعاصر تحدث توترات وتخلق دوافع نفسية كثيرة كالهروبية، وهي الحاجة التي يتم اشباعها من خلال البرامج الترفيهية، وهنا يحقق الفرد ما يسمى بالاشباع التعويضي ب(اشباع البديل) اي اشباع البديل، الوهمي، الخيالي، الذي لا يستطيع الفرد ان يحققه بعيداً عن البرامج الترفيهية التي تقدمها وسائل الاعلام المختلفة"[١٩].

المطلب الثاني: النظرية الاجتماعية الترفيهية

تسعى هذه النظرية للتعرف على سبب الاقبال على البرامج الترفيهية التلفزيونية وما هي الدوافع التي تحرك المتلقي نحو هذه البرامج، وهنا كانت الارضية التي استندت اليها اراء المنظرين هو الدوافع الاجتماعية، بهدف الوصول إلى اجابات مقنعة حول ما يخص الجوانب النفسية والاجتماعية للمتلقي واعتمدت هذه النظرية دراسة الواقع الاجتماعي والاقتصادي

للافراد وما هي انعكاسات هذه الاوضاع على دوافع وسلوك المتلقي في متابعة البرامج الترفيهية التلفزيونية، ويرى الباحث الامريكي (دينس مكاي) بأنه "يرتكز على فكرة اساسية تتمثل في ان غالبية افراد المجتمع يلجأون إلى المواد الترفيهية لاشباع حاجاتهم التي لم تسمح لهم الظروف الاقتصادية والاجتماعية المزرية باشباعها، واشار بذلك ان مثل هذا الاشباع وهمي، لكنه كفيل بأن يعوض هذه الفئات عن الخيارات المادية التي حرمت منها طوال فترة المشاهدة وقد يستمر هذا التعويض ساعات بعدها، حسب الخصائص الفردية للذات نفسها"[٢٠] ويتضح ذلك من خلال التأثير الذي يقع على المتلقي من خلال محاولتها تقليد الشخصية الفكاهية بالاقوال أو الافعال "ان بنية غالبية المجتمعات المعاصرة في وضع جعل الغالبية العظمى محرومة من الخيارات المادية، ولا تستطيع تحسين اوضاعها، وتتم هذه العملية من خلال تقمص شخصيات نجوم وابطال عالم الترفيه أو بالمشاركة المزيفة الوهمية في حياتهم الناجحة"[٢١] وهذا يعني ان بعض الافراد قد يعيشون في عالم خيالي يحقق لهم السعادة والراحة النفسية بعد الانتهاء من مشاهدة البرنامج الترفيهي التلفزيوني، ويحاول هؤلاء الافراد تقليد الاحداث أو سلوك الشخصية الخيالية الترفيهية، واداء الدور الاجتماعي المشابه لتلك الشخصية، و محاولة الهروب من الواقع الاجتماعي الحقيقي الذي يعيش فيه، ويتضح ذلك من خلال تأثير البرامج التلفزيونية على سلوك وافكار المتلقي وهذا ما اشارت اليه نظرية الغرس الثقافي التي ترى بأن المشاهدة الطويلة والمستمرة لبرامج التلفزيون تساهم في غرس افكار جديدة والتخلي عن بعض الافكار القديمة.

المطلب الثالث: النظرية الأنثروبولوجيا للترفيه

تهدف هذه النظرية إلى التعرف على طبيعة المادة الترفيهية وانواعها المختلفة واعتبار الترفيه فعل اتصالي ثقافي يمكن ان يؤثر على الأفراد والمجتمع، على اعتبار الترفيه يشارك فيه جميع البشر، فمثلما يمر الانسان بحالات من الحزن والقلق نتيجة بعض المواقف الاجتماعية، فإنه في مواقف اخرى يمكن ان يشعر بالفرح والسعادة. وهذه التفاعلات الانسانية يمكن ان تعزز من حالات الاتصال والتفاعل بين ابناء المجتمع، وعندما تتحد الرؤية نحو موقف معين يساهم في تشكيل الرأي العام، فأن هذا الموقف يصبح جزء من ثقافة المجتمع وإدراكهم من الرموز والدلالات التي تتضمنها المادة الترفيهية والثقافية، لان البرنامج الترفيهي في محتواه "علامة من العلامات الاجتماعية والثقافية، تسمح هذه الاخيرة بكشف الستار عن طبيعة

الجماعة، ونسقها القيمي والعقائدي ومختلف الآليات و الامكانيات التي تدعم بها التفاعل الاجتماعي"[٢٢] والحقيقة ان هناك من يوجه النقد إلى البرامج الترفيهية، لان البعض منها بدء يبث قيم اجتماعية سلبية فمنهم من يرى ان الايجابيات اكثر من السلبيات، لكن علينا ان نحذر من تجذر بعض القيم السلبية داخل المجتمع، فقد تصبح هذه القيم افكار سائدة تنتشر خاصة لدى الأطفال والشباب مما يعطي نتائج سلبية يصعب معالجتها مستقبلا وهذا ما تهدف اليه حيث الدراسة كونها تسعى إلى ايجاد نموذج مثالي للبرامج الترفيهية الكوميدية التلفزيونية وسوف يحاول الباحث تسليط الضوء على الجانب السلبي في هذه البرامج وسبل معالجتها.

المبحث الثالث

النماذج العربية الخاصة بالبرامج الترفيهية والمسلية

بالنظر لأهمية البرامج الترفيهية في تشخيص بعض الاخطاء عند الفرد والمجتمع، ومحاولة معالجة هذا الخطأ بدون اذية أو تجريح فقد سعت اغلب القنوات التلفزيونية العربية والعالمية إلى انتاج هكذا نوع من البرامج، والترفيه في هذا النوع من البرامج يعتمد اما على الكلمة والحوار أو على الموقف أو الحركة والايمائة، لذا نجده يتضمن كلمات أو مواقف تنتقد سلوك بعض الشخصيات الاجتماعية أو الثقافية بهدف تغيير الواقع السلبي إلى واقع ايجابي وخاصة عن طريق بعض الجمل الحوارية "فالغرض الكلامي هنا تعبير غايته تصحيح الخطأ وتصويب الاعوجاج وفضح الادعاء، واحداث أثار معينة أو رد فعل المخاطب، ولا شك ان اللجوء إلى السخرية لتمرير هذه الاغراض الكلامية يضمن للخطاب تأثيرا أكبر، هذا الاخير يستمد وجهاته من خلال الغوص في الاعماق بغيت انتقاد المفارقة التي تدفعنا إلى الابتسام والتأمل معا"[٢٣] لان البرنامج الترفيهي يحاول تسليط الضوء على الظواهر السلبية وانتقادها بأسلوب ساخر يجمع بين المتعة والمعرفة بالمشكلة والتفكير لحلها، و محاولة غرس ثقافية و اجتماعية تساهم في بناء السلوك المقبول اجتماعياً، ومن خلال متابعة الباحث لبعض البرامج العراقية و العربية وجد ان اغلبها يحمل مضمون اجتماعي و ثقافي يتناسب مع القيم العربية الاصيلة، لكن اسلوب المعالجة الاخراجية في التلفزيون تختلف من برنامج إلى اخر وكما مبين في ادناه.

المطلب الأول: البرنامج الترفيهي الجزائري (طالع هابط)

ومن البرامج المتميزة والتي لها جمهور كبير في الجزائر برنامج (طالع هابط) الذي يركز على مشاكل الفساد الاداري والذي تقف وراءه بعض المؤسسات الحكومية المكلفة بخدمة المجتمع، والتي لم تجد حلول ترضي المواطنين، بعد ان ضاق المواطن ذرعا من هذا الفساد "فأصبح السبيل الوحيد هو اطلاق النكات السياسية الساخرة والرسومات الكاريكاتيرية المشفرة بالرمزية باعتبارها متنفسا لانتقاد الوضع الفاسد الذي آلت اليه الدولة وايجاد خطاب اجتماعي مشترك ضد الفاسدين غير قابل لحصره أو تكبيله بالقوانين المقيدة للحريات"[٢٤] وقد ركز هذا البرنامج الترفيهي على متابعة كبيرة داخل الجزائر وخارجها، حيث قدم المشاكل التي تهم حياة المواطن الجزائري بأسلوب ساخر، وكان معد ومقدم البرنامج يطرحون المشكلة بشكل مباشر وبدون مجاملة للحكومة، واحياناً تتطلب بعض فقرات البرنامج إلى التخفيف من حدة النقد فالطرح اما ان يكون حيادي أو يكتفي بذكر بعض الايجابيات والسلبيات التي ترافق القضية المطروحة، اما اللغة المستخدمة في البرنامج فهي مزيج من اللغة العربية الفصحى واللهجة العامية (الجزائرية)، وبالنسبة إلى المواضيع التي يطرحها البرنامج اغلبها مشاكل اجتماعية وسياسية وهذه المشاكل لا تخص الافراد فقط وانما تتعلق بحياة غالبية افراد المجتمع، وتم التركيز على هدر المال العام وعلى النزاهة والتجاوزات التي تحصل في مجالات الحياة المختلفة ومن المميزات الإخراجية لهذا البرنامج استخدامه الوثائق والصور والغناء والموسيقى ولغة الأرقام لكي تعطي مصداقية في طرح القضية ويحاول المخرج ومعد البرنامج إلى استضافة شخصيات قريبة من المشكلة لتوضيح أبعادها من خلال النقاش وتقديم المعلومات وتحليلها حول القضية المروحة، وان هذا التنوع في تقديم فقرات البرنامج استبعد حالة الملل التي يشعر بها المتلقي، كما ان طريقة مقدم البرنامج كانت شيقة حيث كان المقدم يرتجل الحوار والنقاش وبشكل عفوي ساهم في نجاح هذا البرنامج كونه "يعزز مكانة البرنامج وذلك من خلال تعزيز الروح الوطنية وذلك بتوظيف الترحيب والتحية لمختلف أطياف المجتمع الجزائري، اضافة إلى دعاوي الخير التي يعرض فيها مجموعة من الشيوخ واستخدام الأطفال... الخ"[٢٥] وأكثر ما ركز عليه البرنامج في حلقاته هو سرقة المال العام وقضايا النزاهة والتجاوزات الإدارية لبعض المؤسسات

الخدمية، لان الهدف الاساسي لهذا البرنامج هو معالجة التجاوزات الإدارية والمالية من قبل بعض الإدارات التي يرتبط عملها في خدمة المواطن وقضاياه الحياتية.

المطلب الثاني: البرنامج الساخر (لا يُمل) من قناة المستقبل اللبنانية:

يعتبر برنامج (لا يُمل) من البرامج الترفيهية الساخرة التي يقدمها تلفزيون المستقبل اللبناني وترتكز فكرة هذا البرنامج على تقديم مشاهد قصيرة ساخرة تتناول بعض السلبيات الموجودة في المجتمع اللبناني والمجتمع العربي، وبعدها بدأ يتناول بعض الاحداث السياسية التي تشكل ازمات في لبنان، وكذلك السخرية من بعض الشخصيات السياسية، ويضم فريق العمل في هذا البرنامج اربعة من اشهر الكوميديين في لبنان وهم عادل كريم وعباس شاهين الذي يتميز في تجسيد افعال وحركات بعض الزعماء السياسيين في لبنان مثل (وليد جنبلاط)، ونعيم حلاوي والنجمة النسائية رولا شامية فهي تمتلك موهبة التمثيل والغناء ومن خلال اطلاع الباحث على عدد من حلقات هذا البرنامج وجد ان اللغة المعتمدة في هذا البرنامج هي اللهجة اللبنانية وهو يركز على بعض القضايا الاجتماعية مثل التزوير والتدخل في خصوصيات الاخرين وعدم الالتزام بالارشادات الصحية والتعليمية وغيرها من القضايا التي تهم المواطن العربي واللبناني، وان الكوميديا في هذا البرنامج تأتي نتيجة المواقف أو الازمة التي تمر بها الشخصيات أو عن طريق الحوار ودلالاته الغرائبية، ويحاول الكاتب والمخرج الدخول في عمق المشكلة للتعريف بأسبابها ويترك الحل للمتلقي، ويحاول مخرج العمل اشراك المتلقي في البحث عن الحل لهذه المشكلة السلبية بعد عرضها بهذا الاسلوب والكشف عن خيوط المشكلة فهو يستعرض الاحداث بدون تجريح أو استهداف فرد أو مجموعة وانما يقدم اشارات عن ما حدث وما سيحدث إذا استمر الحال هكذا.

المطلب الثالث: البرنامج الترفيهي المصري (المشروع)

ومن بين البرامج الترفيهية التلفزيونية الجادة برنامج (المشروع) والذي يقدم من قناة النهار المصرية، فكرة هذا البرنامج مأخوذة من برنامج ترفيهي امريكي بعنوان (شارك تانك) وهذا ايضاً مأخوذ من فكرة برنامج ترفيهي ياباني بعنوان (عش التنانين) الذي حصل على شهرة عالمية، وبدأت معظم الفضائيات العربية والاجنبية تحاكي فكرة هذا البرنامج، حيث اخذت البرامج التي تسمى تلفزيون الواقع تشق طريقها بسرعة بين الجماهير وفكرة هذا

البرنامج ترتبط بالاعمال الريادية والمشاريع التجارية الصغيرة والكبيرة، وتحمل بين طياتها افكار ودراسات ومصطلحات يمكن ان تفيد اصحاب المشاريع الذين في بداياتهم الأولى، وفي حلقات البرنامج يتم استعراض طبيعة المشروع واهدافه وكيفية تنفيذه وما هي النتائج المستقبلية للمشروع، وعادة يكون اللقاء مع اربع اشخاص كل واحد يستعرض فكرة مشروعه وكيفية تطبيقية على ارض الواقع واللجنة التي تناقش المشروع مكونة من خمس افراد من ذوي الخبرة في مجال المشروع المقدم، أو من المستثمرين المشهورين من رجال الاعمال، حيث يقوم اعضاء اللجنة بطرح الاسئلة على اصحاب المشروع ومن ثم الموافقة على المشروع أو رفضه، ويتخلل النقاش بين الطرفين بتفاصيل كثيرة يمكن ان تحقق الفائدة لصاحب المشروع وللشباب المتابعين للبرنامج الذين يمكنهم الاستفادة من هذه المعلومات في حال تفكيرهم بمشاريع جديدة، واسلوب تقديم فقرات البرنامج تختلف عن المحاضرات أو الندوات الرسمية حيث تضمن هذه الفقرات مناقشات حادة واحياناً صراخ وسخرية وقلق وترقب، ولا يكتفي معده ومقدم البرنامج بهذه الفقرات بل يستمر في متابعة اصحاب المشاريع المقبولة والمرفوضة ومتابعة مدى تقدم هذه المشاريع أو الصعوبات التي تواجههم، وهناك البعض من اصحاب المشاريع المرفوضة يقومون في تنفيذها بجهودهم الذاتية دون الحاجة إلى المستثمر، وفي هذه الحالة يلاقي اصحاب المشروع مصاعب كبيرة إلى ان يحقق اهداف المشروع، ويحاول المخرج عرض ما يدور من احداث بكل وضوح وشفافية و دون تكلف أو تمثيل كي يعيش المتلقي تفاصيل هذه التجربة بحلوها ومرها.

المبحث الرابع

منهجية الدراسة

المطلب الأول: منهج البحث

اعتمد الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، الذي يهتم بوصف الظاهرة وجمع البيانات حولها وتفسيرها وتحليلها بهدف التعرف على المضمون الترفيهي للبرامج التلفزيونية المقدمة من قناة العراقية ومدى الالتزام بمعايير البرامج الترفيهية و كيفية تناوله للقيم الاجتماعية و الثقافية ويمكن تعريف هذا النوع من الدراسات بأنه "أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال

فترة من فترات زمنية محددة ومعلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية الظاهر"[٢٦].

المطلب الثاني: مجتمع البحث

لكي يحقق البحث أهدافه والسعي لحل الإشكالية لا بد من تحديد مجتمع البحث الذي نريد دراسته وان نحدد المقاييس المستخدمة لتحديد هذا المجتمع، حيث يشير مجتمع البحث إلى "المجموعات الكلية من الافراد أو الظواهر أو الأشياء التي نأمل أن تعمم النتائج عليها، ومجتمع البحث أما أن يمثل مجموعة جغرافية محدودة المساحة، كما يعرف أيضاً بجميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة"[٢٧]. ومن أجل التعرف على التساؤلات هذه الدراسة قام الباحث بأعداد استمارة مقابلة تضمنت (١٥) خمسة عشر فقرة تتعلق بأسلوب اعداد و تقديم البرامج الترفيهية المذكورة اعلاه و تم عرضها على خبراء في البرامج التلفزيونية و الاعلامية و بالنظر للعدد الكبير من الاساتذة المختصين فقد اخذ الباحث عينة من هؤلاء الاساتذة و تم عرض استمارة المقابلة المعمقة عليهم.

المطلب الثالث: عينة البحث

تعرف العينة بأنها "الجزء الذي يمثل المجتمع الأصلي، وتحقق أغراض البحث وتغني الباحث عن مشقة دراسة المجتمع الأصلي"[٢٨]. وبالنظر للعدد الكبير من البرامج الترفيهية التي قدمتها (قناة العراقية) عام ٢٠٢٣، و كذلك العدد الكبير من اساتذة الجامعة المختصين بالفنون السينمائية و التلفزيون و كذلك اساتذة الاعلام ممن يحملون لقب علمي استاذ أو استاذ مساعد فقد تم اختيارهم بشكل قصدي كونهم يعملون في الجامعات و الكليات القريبة من سكن الباحث و كما مبين اسمائهم و عناوينهم فيما يلي:

١. أ.د. ابراهيم نعمه محمود/ اخراج تلفزيوني/ كلية بلاد الرافدين الجامعة.
٢. أ.م.د. علي عبد الحسين/ اعلام صحافة/ كلية القانون.
٣. أ.م.د. ليث عبد الستار/ اعلام رقمي/ كلية التربية الاساسية.
٤. د. احمد محمد صادق/ اعلام رقمي/ شبكة الاعلام العراقي.
٥. د. حسن كاظم السويعدي/ اعلام تلفزيون/ شبكة الاعلام العراقي.

المطلب الرابع: أداة البحث

سوف يعتمد الباحث (استمارة المقابلة المعمقة)، وهذا الأسلوب غالباً ما يستخدم في البحوث والدراسات الإعلامية لوصف محتوى المادة الإعلامية والمضمون الصريح والضمني المراد تحليله من حيث الشكل والمضمون، المقابلة المعمقة هذا النوع من المقابلات يفيد البحوث الاستكشافية، حيث يقوم الباحث بأعداد اسئلة ترتبط بأهداف وتساؤلات البحث ويعرضها على المبحوث للاستفادة من آرائه وخبراته حول موضوع الدراسة، و ينصح عادة بأن لا يزيد عدد المبحوثين عن ستة افراد و ان لا يتدخل الباحث في تحديد الاجابة بل يترك الحرية المطلقة للمبحوث للتعبير عن آرائه، و يفضل ان تكون المقابلة مقننه اي اعداد اسئلة محددة من قبل الباحث قبل اجراء المقابلة و يتم تكرار نفس الاسئلة على المبحوثين، ويفضل ان تكون المقابلة لكل فرد على جهة، لانها افضل من المقابلة الجماعية كي لا تتقاطع الآراء أو تحصل تجاذبات في الاجابات. و من فوائد المقابلات المعمقة انها تكون شبيهة بالاستبيان، وتكون طريقة طرح الاسئلة و الاجابات مفتوحة و كأنها حوار بين شخصين و ان يتم التركيز على المحاور الاساسية للموضوع كي يسهل تحقيق الهدف من المقابلة. وهناك عدة طرق للحصول على الاجابات فقد يتم تسجيل المقابلة بين الباحث والمبحوث أو يتم الاجابة على الورق اي بشكل تحريري ويتم الاحتفاظ بالإجابات المكتوبة على الورق، وتلعب شخصية الباحث دوراً مهماً في الحصول على البيانات التي تخدم البحث، ويعتمد هذا على مهارات المحاورة التي يمتلكها الباحث واسلوب التشويق الذي يعتمده في الحوار. لان الاسلوب المرن والمشوق يسهل الامر في الحصول على البيانات المطلوبة.

المطلب الخامس: صدق الأداة

بعد أن قام الباحث بتصميم استمارة المقابلة المعمقة والتي تتضمن (١٥ خمسة عشر فقرة) وتم عرضها على لجنة من الخبراء والمختصين، وتم اجراء تعديلات طفيفة عليها وحصلت على نسبة اتفاق بحدود ٩٤٪، والخبراء هم:

١. أ. د فخري حميد رشيد/ قسم الاعلام/ كلية بلاد الرافدين الجامعة.
٢. أ. د ماهر مجيد إبراهيم/ اخراج تلفزيوني/ كلية الفنون الجميلة جامعة بغداد.
٣. أ. د براق انس المدرس / اخراج تلفزيوني / كلية الفنون الجميلة جامعة بغداد.

٤. أ. د جليل وداي حمود/ اعلام تلفزيون/ كلية الفنون الجميلة جامعة ديالى.
٥. أ. م. د احمد عبد الستار/ اعلام رقمي/ مدير اعلام جامعة ديالى.

المطلب السادس: التحليل

اعتمد الباحث الكلمة والجملة التي تتفق مع فقرات استمارة المقابلة المعمقة باعتبارها وحدة للتحليل واستخراج الفكرة ومدى علاقتها بالجانب الترفيهي. وحسب تساؤلات واهداف هذه الدراسة.

المطلب السابع: ثبات التحليل

بعد أن يقوم الباحث بالتحليل الأولي وفق استمارة المقابلة المعمقة، يقوم بعد مدة زمنية بحدود الشهر على التحليل الاولي ويتم إعادة التحليل مرة ثانية وإذا توصل إلى نفس النتائج يكون التحليل ونتائجه مقبولة، أما إذا اختلفت النتائج يفضل إعادة التجربة للتعرف على مواطن الخلل. وهذا الاجراء سوف يقوم به الباحث بعد تحليل العينة.

المبحث الخامس

تحليل النتائج و مناقشتها

بعد ان حصل الباحث على اجابات افراد العينة على استمارة المقابلة المعمقة والتي تكونت من (١٥) خمسة عشر سؤال قام الباحث بتفريغ البيانات والاجابات لكل مقابلة على حدة وتم تدقيق الاجابات لكل استمارة، وعدم اغفال اي اجابة تخدم اهداف هذا البحث، ثم قام الباحث بصياغة الاجابات التي تحمل افكار متشابهة من أجل تجنب الاطالة والدخول في التفاصيل التي قد تبتعد عن اهداف وحدود هذه الدراسة لذا سوف يعرض الباحث الافكار الرئيسية للاجابات بعد صياغتها بما يتناسب وطبيعة كلا سؤال وكما مبين فيما يلي:

السؤال الأول: المحافظة على التراث الثقافي والفني العراقي يعزز الشعور بالانتماء والفخر بالهوية الوطنية.

إجابة السؤال الأول: اكد معظم افراد العينة على اهمية هوية البرنامج الترفيهي لان كل دولة تهتم في نتاجها الفني، و بالنسبة للبرامج الترفيهية و المسلية العراقية يفضل ان لا تبتعد

عن التراث الثقافي والفني العراقي الاصيل، كون العراق يمتلك ارث حضاري يمتد لألاف السنين، وقد نشأت على ارضه العديد من الحضارات التي خدمت الانسانية، وهناك العديد من رموز الفن والثقافة الذين تركوا بصمات واضحة في تاريخ الفن العراقي يمكن تسليط الضوء على هذا الارث الكبير، والاستفادة من المعلومات التي تركها هؤلاء المبدعين وان لا يكون البرنامج الترفيهي نسخة مشابهة للأعمال التاريخية و انما يجب ان يكون هناك ابتكار وتجديد في تناول المواضيع التاريخية والفنية والثقافية ويتم محاكاة ذلك الارث الثقافي بثوب جديد يحمل الفن و الابداع الاصيل وفي نفس الوقت يحمل الهوية الثقافية و الحضارية للشعب العراقي.

السؤال الثاني: يعكس مضمون البرنامج الترفيهي التنوع الثقافي العراقي من (عرب، اكراد، تركمان، اشوريين،.... و غيرها) ويخلق فرص لتعزيز التفاهم والاحترام المتبادل بين مكونات الشعب العراقي.

اجابة السؤال الثاني: يتكون المجتمع العراقي من شرائح اجتماعية متنوعة مثل باقة الزهور وهذا التنوع ولد نوع من التعايش السلمي والاجتماعي يمتد لمئات السنين، وحاول اعداء العراق اثارة الفتن لتمزيق هذا النسيج الجميل لكن قوة العلاقات والتاريخ المشترك والقيم الاجتماعية والثقافية الاصيلة كانت اقوى من مخططات الاعداء، لذا يتطلب من القائمين على انتاج البرامج الترفيهية والمسلية مراعاة هذا التنوع الثقافي والتركيز على القيم الاجتماعية والثقافية المشتركة من أجل تعزيز روح المحبة والتعاون والسلام من أجل بناء الانسان و بناء الوطن، وتجنب اي إساءة لثقافة و معتقدات اي قومية أو ديانة لان هذا الفعل يساهم في اهتزاز الثقة بين المواطن، والخطاب الاعلامي الموجه لهم، كما يتطلب من القائمين على هذه البرامج التلفزيونية الاستفادة من الموروث الحضاري والثقافي لتلك المكونات التي تشكل المجتمع العراقي وعدم تهميش أو قصاء اي ثقافة، وان تمون المادة الاعلامية التي يتضمنها البرنامج الترفيهي تعزز فرص التفاهم و الاحترام بين جميع ابناء الشعب العراقي.

السؤال الثالث: يساهم البرنامج الترفيهي في الكشف عن الطاقات الفنية العراقية المبدعة في مجالات الادب والفنون ويمكن ان تساهم هذه العناصر الابداعية في اثراء شكل ومضمون

البرنامج الترفيهي.

اجابة السؤال الثالث: يمتلك العراق طاقات فنية و ادبية كثيرة جداً، و لكل فنان و اديب نتاجه الفكري و الثقافي الذي يمكن استثماره في مختلف البرامج الثقافية و الفنية التلفزيونية، وبإمكان القائمين على البرامج التلفزيونية الترفيهية توظيف هذه النتاجات الفنية والادبية ضمن فقرات البرامج الترفيهية و فسح المجال امام هذه الطاقات الفنية للكشف عن عطائهم الابداعي وتعريف الجمهور بهذه الطاقات وقد يكون لمشاركة هؤلاء الادباء والفنانين بأعمالهم يضيف معلومات وقيم اجتماعية وثقافية تعزز من قوة البرنامج و نجاحه إذا تم استثمار هذه النتاجات الفنية بشكل واعٍ و مبدع.

السؤال الرابع: تتضمن فقرات البرنامج الترفيهي القيم الاخلاقية و الاجتماعية النبيلة للمجتمع العراقي، مثل التسامح و الاحترام و التعاون و غيرها من القيم الايجابية.

اجابة السؤال الرابع: يتطلب من اي برنامج تلفزيوني و خاصة البرامج الترفيهية و المسلية التنوع في فقرات البرنامج لكسر الملل و زيادة التشويق، و التنويع قد يفيد البرنامج أو قد يحمل اثار سلبية لان هناك بعض البرامج تهتم بالشكل اكثر من المضمون، اما البرنامج الترفيهي المثالي يجب ان يخلق انسجام بين الشكل و المضمون و تقديم قيم اخلاقية و اجتماعية نبيلة بعيدة عن الاسفاف و الابتذال وان القيم الاجتماعية العراقية مشهود لها بالأصالة مثل التعاون و اكرام الضيف و التسامح و الاحترام و المحبة، و نصرة المظلوم و احترام العلم و العلماء. وهذه القيم الايجابية و غيرها يجب ان تسود في البرامج الترفيهية.

السؤال الخامس: الحرص على ان يكون المحتوى ملائم مع القيم الثقافية و الاجتماعية و تجنب المحتوى الهابط و الضار مثل العنف و الفتن.

اجابة السؤال الخامس: لقد سعت بعض القوى العالمية إلى تغيير منظومة القيم الاجتماعية و الثقافية داخل المجتمع العراقي، من خلال نشر قيم غير اصيلة مثل العنف و العدوان و الفساد المالي و الاداري و الجشع و الاستغلال، و نشر الجهل و التخلف، لكن الشعب العراقي بكل اطيافه يمتلك ارث حضاري و ثقافي و اجتماعي اقوى من هذه القيم السلبية الدخيلة، لذا يتطلب من القائمين على البرامج الترفيهية الناجحة و المثالية الحرص

على ان يكون مضمون تلك البرامج يتلائم مع قيمنا الاجتماعية و الثقافية الاصيلة، والابتعاد عن المحتوى الهابط الذي يتعارض مع المنظومة القيمية الاصيلة لابناء الشعب العراقي.

السؤال السادس: الترويج للعلاقات الاسرية الجيدة التي تساهم في التماسك و المحبة داخل الاسرة ومع الجيران و الاقرباء.

اجابة السؤال السادس: ان الانتشار الواسع للخطاب الاعلامي الموجه للمجتمع العراقي و القادم من داخل العراق و خارجه، ساهم في الترويج لقيم اجتماعية و ثقافية دخيلة، و سلبية اثرت على العلاقات العائلية بشكل عام و العلاقات الزوجية بشكل خاص مما ادى إلى انتشار ظاهرة الطلاق، لذا يتطلب من القائمين على البرامج التلفزيونية الترفيهية التصدي للقيم السلبية و التأكيد على القيم التي تروج للبناء الاسري السليم و خاصة بر الوالدين و المحبة و احترام الكبير و العطف على الصغير و تنمية روح التعاون و الادخار و حب العلم و المعرفة و التمسك بالثوابت و القيم الدينية التي تساهم في تماسك افراد الاسرة.

السؤال السابع: التوعية بتحمل المسؤولية الاجتماعية وخاصة التعاون والعمل الجماعي وباقي القيم التي تساهم في البناء الاجتماعي.

اجابة السؤال السابع: ان قيم التعاون و العمل الجماعي و احترام قوانين العمل كلها تساهم في بناء مجتمع متماسك قادر على ان ينهض في جيع مجالات الحياة، و ان تساهم البرامج التلفزيونية و خاصة الترفيهية و المسلية على التأكيد على المسؤولية الاجتماعية و الابتعاد عن الفردانية، لان الفرد جزء من هذا المجتمع الكبير و مصيره مرتبط بمصير الجماعة، و يمكن عن طريق البرامج الترفيهية بث هذه القيم التي تساهم في التماسك الاجتماعي، لان هذا النوع من البرامج يتابعه جمهور كبير و الرسالة الاعلامية يمكن ان تصل بسرعة عن طريق الترفيه.

السؤال الثامن: احترام المعتقدات الدينية و القيم و الاعراف الاجتماعية الايجابية، وتجنب الاساءة لأي مجموعة دينية أو قومية بما يعزز التعايش السلمي.

اجابة السؤال الثامن: حاول اعداء العراق بث روح الفرقة والشقاق بين ابناء المجتمع العراقي الواحد عن طريق اثارة النعرات الطائفية و الاثنية، من أجل خلق صراع يؤدي إلى اضعاف ابناء العراق، و بعد ان تكتشف هذه الخطط الخبيثة، بدأ الخطاب الاعلامي العراقي يركز على احترام المعتقدات الدينية و الاجتماعية، لجميع اطياف العراق مما ساهم في عودة الحياة إلى طبيعتها، و التفكير الجاد للنهوض العلمي والثقافي والاقتصادي، وكان للبرامج الترفيهية و المسلية دوراً مهماً في ابعاد المتلقي عن المشاكل السياسية والامنية، والسعي لبث روح البهجة و التفاؤل لدى الفرد و المجتمع، والابتعاد عن كل ما يثير الفتن أو الاساءة لأي مكون من مكونات الشعب العراقي.

السؤال التاسع: ان يتضمن البرامج الترفيهي الخطاب الاعلامي المعتدل الذي يحث على الاخلاق الحميدة و القيم الانسانية المشتركة.

اجابة السؤال التاسع: لقد ذكرنا في نقطة سابقة ان الشعب العراقي يمتلك موروث حضاري و ثقافي عظيم، وقد ساهمت الحضارات العراقية في خدمة الانسانية بالعلوم و القيم التربوية و الاخلاقية النبيلة، لذا يمكن للقائمين على البرامج الترفيهية الناجحة اعتماد خطاب اعلامي معتدل يساهم في بث القيم الاخلاقية النبيلة المستمدة من تاريخنا العريق و بما يخدم ابناء المجتمع العراقي و المجتمعات الاخرى.

السؤال العاشر: اشراك الجمهور ضمن فقرات البرنامج مثل اللقاءات المباشرة أو عبر منصات التواصل الاجتماعي للتعرف على آرائهم و مقترحاتهم.

اجابة السؤال العاشر: من أجل ايجاد التفاعل الناجح بين البرنامج الترفيهي و الجمهور المتلقي لابد من اشراك الجمهور ضمن فقرات البرنامج و المتابع لبعض البرامج الترفيهية العربية و العالمية يجد ان اغلبها تعتمد على اشراك الجمهور داخل البرنامج سواء بالحضور المباشر داخل الاستديو أو عن طريق الاتصال عبر وسائل الاتصال المختلفة و منها مواقع التواصل الاجتماعي، فمثلما يمتلك القائمين على البرامج الترفيهية افكار و معلومات تسعى لإنجاح البرنامج، كذلك الجمهور لديهم اراء و افكار و معلومات قد تساهم في تطوير البرنامج و كلما اتسعت دائرة المشاركة، كلما ازداد تفاعل الجمهور مع فقرات البرنامج، وهذا التفاعل قد يوسع القاعدة الجماهيرية للبرنامج و يضيف له سمات

النجاح، ويفتح الافاق لإنتاج مواسم كثيرة لنفس البرنامج، لان بعض البرامج العالمية مازالت تعمل لسنين طويلة.

السؤال الحادي عشر: الاستفادة من التجارب العربية والعالمية في انتاج البرامج الترفيهية المثالية.

اجابة السؤال الحادي عشر: من أجل انتاج برنامج ترفيهي مثالي ناجح لابد من الاستفادة من التجارب العربية و العالمية التي قدمت برامج ترفيهية ناجحة مازالت مستمرة لمواسم عديدة، و مثلما يستفيد الباحثين من الدراسات السابقة، يمكن للقائمين على البرامج الترفيهية في قناة العراقية الفضائية الاستفادة طريقة الاعداد و الاخراج و اسلوب تقديم البرنامج، و التعرف على عناصر القوة و الضعف في تلك البرامج، و الاستفادة قدر الامكان من عناصر القوة و تجنب عوامل الضعف.

السؤال الثاني عشر: مراقبة اداء البرنامج و تقويمه بانتظام لضمان تحقيق الاهداف المرجوة و اجراء التعديلات اللازمة.

اجابة السؤال الثاني عشر: لا يخلو اي برنامج تلفزيوني من بعض نقاط الضعف ولها اسباب يجب البحث عنها من خلال المراجعة و التقويم المستمر لفقرات البرامج الترفيهية، ومحاولة ايجاد الحلول للتغلب على عوامل الضعف، لان اهمام المراجعة والتقويم سوف يترك المشاكل تتضاعف مما يؤدي إلى فشل البرنامج أو توقفه و المتلقي عادة يبحث عن البرامج الناجحة والمؤثرة لذا يتطلب دراسة و تحليل فقرات البرنامج بشكل مستمر وايجاد الحلول اللازمة لاي حالة سلبية تصاحب فقرات البرنامج، وقد تكون بعض الحالات السلبية سببها القائمين على البرنامج وهذه يمكن حلها بسهولة، و بعضها خارجي مثل التمويل والرقابة والبرامج المنافسة، وهذا يتطلب اعداد خطة مدروسة لتجاوز هذه الصعاب.

السؤال الثالث عشر: الاهتمام بالشكل الفني للبرنامج و خاصة عناصر الصورة والصوت بما يعزز التناغم بين الشكل و المضمون.

اجابة السؤال الثالث عشر: ان معظم القنوات الفضائية بدأت تعتمد التكنولوجيا الرقمية الحديثة والذكاء الاصطناعي، في انتاج البرامج التلفزيونية في بثها، وكلما كانت

التقنيات تمتلك مزايا متطورة وخاصة في مجال الصورة مثل نوعية الكاميرا وادائها والاضاءة والديكور والازياء والمؤثرات البصرية كلما ساهم في انتاج صورة جميلة و مؤثرة و كذلك تقنيات الصوت مثل الموسيقى و الحوار و المؤثرات السمعية فأن الصوت الجميل و الصورة المؤثرة قادرة على جذب انتباه المتلقي و بالتالي يمكن الحصول على جمهور كبير يتابع فقرات البرنامج و هذا يتطلب من القائمين على البرنامج الترفيهي توظيف هذه التقنيات بشكل مبدع و مؤثر من أجل كسب اكبر عدد من الجمهور.

السؤال الرابع عشر: الاهتمام بالمونتاج من ناحية ترتيب اللقطات و المشاهد بشكل جذاب و سلس مع اضافة بعض المؤثرات الخاصة عند الحاجة.

اجابة السؤال الرابع عشر: يلعب المونتاج دوراً مهماً في اي عمل فني كونه يمتلك لغة خاصة قادرة على التأثير النفسي و الدرامي على المتلقي، كون المونتاج يساهم بالكشف عن الافعال و الشخصيات و يساهم في بناء الجو النفسي العام، و يساهم في ايصال الفكرة، وله دور في زيادة التشويق و المتعة لدى المتلقي، لذا يتطلب من القائمين على البرامج الترفيهية و خاصة المخرج، ان يقوم بتوجيه المونتير لاختيار اللقطات الجميلة و المعبرة و التي تساهم في الكشف عن الاحداث و تدفع الصراع إلى الامام و تساهم في ايصال الافكار و المعلومات، بهدف نجاح البرنامج و يتميز بالمثالية و القبول.

السؤال الخامس عشر: اعتماد التكنولوجيا الرقمية الحديثة و توفير الدعم المالي و الفني لحل اي مشكلة تقنية تحدث خلال مراحل الانتاج.

اجابة السؤال الخامس عشر: يلعب التمويل دوراً مهماً لنجاح أو فشل اي برنامج تلفزيوني و لابد من التخصيص المالي المناسب كي يظهر البرنامج بشكل مقنع يرضي الجمهور، و ان اغلب البرامج التلفزيونية و منها البرامج الترفيهية بدأت تعتمد التكنولوجيا الرقمية الحديثة في اغلب مراحل الانتاج و تستغني عن المعدات و التقنيات التقليدية، علماً ان قناة العراقية الفضائية الحكومية تمتلك معدات رقمية حديثة لكن هذا يتطلب اعداد كوادر مؤهلة و مبدعة في توظيف هذه التكنولوجيا لانتاج برامج ترفيهية ناجحة و منافسة للبرامج العربية و العالمية.

الخاتمة:

بعد إتمام بحثتنا توصلنا إلى مجموعة من النتائج والتوصيات:

أولاً: النتائج

من خلال عرض النتائج توصل الباحث إلى ان البرنامج الترفيهي المثالي يتصف بالمميزات الاتية:

١. يتميز البرنامج الترفيهي بالهوية الثقافية و الاجتماعية للبلد الذي ينتج فيه وان يتضمن الموروث الحضاري و الثقافي لذلك المجتمع.

٢. يجب ان يتضمن محتوى البرنامج الترفيهي جميع الثقافات و القيم و الاعراف الاجتماعية الايجابية لابناء البلد دون التمييز أو الاقصاء لاي مجموعة ثقافية.

٣. توظيف الطاقات الابداعية للفنانين و الادباء المدعين ضمن فقرات البرنامج الترفيهي.

٤. اعتماد المحتوى الجيد الذي يتلائم مع الثقافة السائدة في المجتمع وان لا يتقاطع من المثل والقيم والاعراف الاجتماعية الايجابية.

٥. لابد ان تساهم البرامج الترفيهية الناجحة في بث القيم الاصيلة التي تساهم في بناء الفرد و تماسك الاسرة و نبذ القيم السلبية الضارة بالمجتمع.

٦. تساهم البرامج الترفيهية الناجحة في التأكيد على المسؤولية الاجتماعية، وان يساهم افراد المجتمع بالتعاون و العمل الجماعي وان تكون المسؤولية مشتركة في بناء البلد.

٧. على القائمين في انتاج البرامج الترفيهية الابتعاد عن كل موضوع أو فكرة تثير الفتن والعنف بين ابناء المجتمع الواحد واحترام المعتقدات الدينية لأي مجموعة بما يعزز التعايش السلمي.

٨. اهمية اشراك الجمهور ضمن فقرات البرامج الترفيهية.

٩. على القائمين بإنتاج البرامج الترفيهية الاستفادة من التجارب المماثلة العربية و العالمية و محاكاة الجيد منها.

١٠. ضرورة المراجعة و التقويم المستمر لأداء العاملين في البرامج الترفيهية من أجل تجاوز السلبيات التي قد ترافق الاداء.

١١. ان اعتماد التكنولوجيا الحديثة يساهم في الاخراج المبدع للبرنامج الترفيهي ويعطي شكل ومضمون جيد يساهم في تفاعل الجمهور مع البرنامج.

١٢. توظيف اساليب المونتاج بشكل مبدع يساهم في ايصال الفكرة بشكل واضح بالإضافة إلى زيادة التشويق لفقرات البرنامج.

١٣. ضرورة توفير الدعم المالي المناسب لكل برنامج و اهمية استخدام المعدات التكنولوجيا الحديثة، بهدف تقديم البرنامج بالشكل اللائق و المناسب الذي يضمن متابعة الجمهور.

ثانياً: التوصيات

في ضوء الاستنتاجات يوصي الباحث بما يلي:

١. اهمية اختيار المضمون الذي يحتوي على قيم و ثقافة المجتمع، وان يعبر عن الثقافة السائدة في المجتمع و عدم تجاوز الاقليات بهدف النجاح و القبول من اغلب شرائح المجتمع.

٢. الاهتمام بالشكل الاخراجي لفقرات البرنامج من خلال الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة و خاصة ما يتعلق بالصورة و الصوت و المونتاج.

٣. اعداد ورش عمل و بحوث عن الاساليب الفنية و الجمالية لانتاج البرامج التلفزيونية المثالية.

هوامش البحث ومصادره

(١)عبدالله الثقفي و اخرون، ٢٠١٣، القيم الاجتماعية و علاقتها بالتفكير التأملي لدى طالبات قسم التربية الخاصة المتفوقات اكاديمياً و العاديات في جامعة الطائف، بحث منشور في المجلة العربية لتطوير التفوق، العدد (٦)، ص٦٢.

(٢) شريهان حمد الله، ٢٠٢١، القيم الثقافية في دراما التلفزيون الرقمي - دراسة تحليلية للعلاقة بين الرجل و المرأة على منصة شاهد نت، بحث منشور في المجلة العربية لبحوث الاعلام و الاتصال، العدد (٢٥)، ص٣٥٨.

(٣) محمد عوض إبراهيم، وبركات عبد العزيز، ٢٠٠٠، انتاج البرامج الاذاعية والتلفزيونية، ذات السلاسل، الكويت، ص٢٣.

(4)Paul M. Denis, Chills and Thrills: does radio harm our children? The controversy over program violence during the age of radio, Journal of the History of Behavioral Science. Vol, 34 (1) 1997, P 52.

(5) Paul M. Denis, Chills and Thrills, مصدر سابق.

(٦) نصر الدين العياضي، ٢٠١٦، البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال في المنطقة العربية و غياب الافق النظري، المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان.

(٧) باسم محمود، ٢٠١٨، نحو علوم اجتماعية في السياق العربي: في الحاجة الى النظرية المجذرة، مجلة عمران للعلوم الاجتماعية، العدد(٦) ص٢٦.

(٨) باسم محمود، مصدر سابق، ص١٩.

(٩) ريتشارد سويدبيرغ، ٢٠١٧، قبل النظرية يأتي التنظير أو كيف نجعل العلوم الاجتماعية اكثر جاذبية، ترجمة: حميد الهاشمي، عمران للعلوم الاجتماعية لبنان، ص١٦٥.

(10) Mucchielli, A, No y, C. (2005) Etude des communications: Approches constructivistes. Paris: Armand Colin, p.36.

(11) Elika, G.C.E.1, (2017) La rechercheen sciences de l`information et de la communication: de l`objet au processus de recherche. Editions L`Harmattan.

(١٢) م. دي فلور، بال روكال، ٢٠٠١، نظريات الاعلام، ترجمة: محمد ناجي الجوهري، دار الامل للنشر و التوزيع، الاردن، ص٣٤٨.

(١٣) سهر صالح ابراهيم، ٢٠٠٥، الاحتياجات الاعلامية و الثقافية للمعاقين من برامج التلفزيون، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ص٣٩٧.

(14) Jams Watson: Media Communication An Introduction Theory and Process, London, Macmillan Press, 1998, p.65.

(١٥) مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، ٢٠٠٦، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، ص١٤٢.

(١٦) رضا عكاشة، ٢٠٠٦، تأثير وسائل الاعلام من الاتصال الذاتي الى الوسائط الرقمية المتعددة، المكتبة العالمية للتوزيع و النشر، القاهرة، ص٢٠٩.

(17) Toms. Wbohm mass media An Introduction to Modem communication, 1998, p86.

(١٨) أديب خضور، ١٩٩٩، سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون - الدراما التلفزيونية، دار الوئام، الجزائر، ص١٦.
(١٩) بومعيزة السعيد، ٢٠٠٦، أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة، اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، ص٦٠.
(٢٠) هربرت شيلر، ١٩٩٩، المتلاعبون بالعقول، ترجمة: عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، ص١٤.
(21) Lan fant, M.F, Les theories du loisir, Presses Univeresitaires de France, paris, 1972, p65.
(٢٢) هربرت شيلر، مصدر سابق، ص٢٣.
(٢٣) كنزة عكريش، ٢٠١٨، تفاعل الجمهور مع البرامج التلفزيونية الساخرة، برنامج راب نيوز أنموذجاً قناة الشروق، مذكرة ماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس، السنة الجامعية ٢٠١٧ - ٢٠١٨، ص٩٦.
(٢٤) نايلي نورة، ٢٠١٤، البرامج الترفيهية في قناة الجزائرية و وظائفها تجاه المراهقين الجزائريين - دراسة تحليلية و ميدانية، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، السنة الجامعية ٢٠١٣ - ٢٠١٤، ص٨٧.
(٢٥) مصطفى ضياء، ٢٠١٤، السخرية من البرامج التلفزيونية، دار ميزوبوتاميا، العراق، ص١٧.
(٢٦) آمنة بن عطية، المعالجة الإعلامية للجريمة الالكترونية على قناة النهار الجزائرية- دراسة وصفية تحليلية لعيمة من اعداد برنامج تحريات)، مذكرة ماستر أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، العام الدراسي ٢٠١٧-٢٠١٨، ص٣٢.
(٢٧) محمد عبيدان وآخرون، ١٩٩٩، منهجية البحث العلمي (القواعد، المراحل، التطبيقات)، ط٢، دار وائل، الأردن، ص٤٦.
(٢٨) محمد عبد الحميد، ٢٠٠٠، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط١، دار عالم الكتب، الأردن، ص١٥٩.