

مضامين برامج الإعلام التفاعلية ودورها في ترسيخ القيم الإنسانية

البرامج الإذاعية أنموذجاً

دراسة تحليلية

د. هنيدة قنديل أبو بكر

كلية المدينة الجامعية بعجمان / الامارات

honidagindeel@gmail.com

تاريخ الاستلام: ٢٠١٩/٥/٢١

تاريخ القبول: ٢٠١٩/٨/١٨



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

المخلص :

سيطر فن البرامج التفاعلية على الساحة الإعلامية المحلية والعالمية ، وذلك لما تتميز به نوعية هذه البرامج من إمكانية دراسة المجتمع عن كثب من خلال مشاركاتهم في صياغة المضامين الإعلامية فضلاً عن ارتفاع نسبة التأثير في المجتمع ؛ لأنها تنطق بلسانه، واستناداً على هذه النظرية اختارت الباحثة موضوع هذه الدراسة للتعرف على دور مضامين برامج الإعلام (مضامين البرامج الإذاعية نموذجاً) في ترسيخ القيم الإنسانية بالمنطقة العربية من خلال تحليل البرامج التي تعتمد على التفاعل بين الجمهور ووسيلة الإعلام (الراديو)، وتهدف الدراسة إلى التعرف على أفضل الطرائق لإنتاج البرامج التفاعلية بالإعلام العربي ، وكيفية التوظيف الأمثل للبرامج التفاعلية بالإعلام العربي لإنتاج مضامين تسهم في مواجهة تحديات المجتمع الراهنة، وتحديات ثقافة العولمة، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وأداة تحليل لمضمون برنامج البث المباشر (قناة نور دبي) في الفترة من ١-٩-٢٠١٨ - ٣١ - ١٠ - ٢٠١٨م، وقد توصلت الدراسة إلى: توظيف خاصية التفاعلية في صياغة مضامين تتميز بالمقدرة على إشباع احتياجات الجمهور، و تقوم حلقات البرنامج بتقديم عدداً كبيراً من القيم الإنسانية، و يحرص البرنامج على غرس وترسيخ القيم المتناولة، وقد اقترحت الدراسة: أن يقوم البرنامج بتحفيز الجمهور على تقديم نقد بناء، واقتراح حلول فاعلة لمعالجة أوجه القصور التي تعترض مسار الالتزام بالقيم الإنسانية، وضرورة الاعتماد على لغة تفاعلية مبنية على المصادقية، لتزيد فرص الإقناع، والتأثر بالمضمون الإعلامي ثم من بعد استهداف غرس وترسيخ القيم.

الكلمات المفتاحية: مضامين برامج الإعلام ، التفاعلية ، ترسيخ الإنسانية التفاعلية

**The contents of interactive media programs and their
role in the consolidation of human values**

Radio programs as sample

Study analysis

Dr. Hunida Gindeel Aboubaker

Al-Madina University College /Ajman

honidagindeel@gmail.com

Abstract :

The art of interactive programs dominated the local and international media arena, because the quality of these programs is characterized by the possibility of studying the society closely through their participation in the formulation of media contents as well as the high rate of influence in the community because it speaks in its language. Based on this theory, The researcher chose the subject of this study to identify the role of the contents of the media programs (the contents of the radio programs as a model) in the consolidation of human values in the Arab region through analyzing programs that depend on the interaction between the public and the media. , And how to optimize the recruitment of interactive programs in the Arab media to produce content that contribute to meeting the challenges of the current society and the challenges of the culture of globalization. The study based on the descriptive method and an analysis tool for the content of the live broadcast program (Noor Dubai channel) from 1-9-2018 to 31-10-2018. The study found: The recruitment of an interactive feature in the formulation of the contents is characterized by the capacity to satisfy the needs of the public, The program is keen to instill and consolidate the values, The study suggested that the program should motivate the public to provide constructive criticism and propose effective solutions to address shortcomings in the path of commitment to human values and the need to rely on an interactive language based on credibility.

Keywords: Contents of Media Programs , Interactive, Consolidation of Human Values

المقدمة:

سيطر فن البرامج التفاعلية على الساحة الإعلامية المحلية والعالمية، وذلك لما تتميز به نوعية هذه البرامج من إمكانية دراسة المجتمع عن كثب من خلال مشاركاتهم في صياغة المضامين الإعلامية فضلاً عن ارتفاع نسبة التأثير في المجتمع لأنها تتطوق بلسانه، وفي ظل سيطرة العولمة والتبادل العالمي للمعلومات، والبيانات، والعادات، والأفكار، والقيم التي يشهدها العالم، وفي ظل ما تشهده المنطقة العربية من التحديات والمهددات التي هزت الكيان الأمني والسياسي والمجتمعي، وهو ما يتطلب حشد الطاقات والدراسات وتوظيف كافة مؤسسات المجتمع والاعلام على رأسها لمجابهة المخاطر والتحديات الراهنة.

علماً أن هناك شبه اتفاق وإجماع من الخبراء والمختصين على الدور الرائد الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في تربية الأجيال، وغرس القواعد المعلوماتية، والمهارات الحياتية، والخبرات العملية، فضلاً عن تزويدهم بالقيم التي تسهم في حمايتهم من مخاطر العولمة وسيطرة القيم الدخيلة على المجتمع العربي، إلي جانب تعزيز قيم التكيف مع المستجدات العصرية، ومواجهة التحديات بكفاءة عالية.

ومن خلال هذه الدراسة نسلط الضوء على الراديو لأنه أحد الوسائل الرائدة في مخاطبة قطاعات الجمهور المختلفة، الأمية والمتقفة، الشباب والشباب، فضلاً عن دور الراديو في اجتياز العقبات الاقتصادية والاجتماعية، وذلك من خلال البرامج المتنوعة الهادفة إلى مخاطبة اكبر قطاع من المجتمع، علماً بان الراديو يتسم بالقدرة التفاعلية التي تمكن الجمهور من المشاركة الفاعلة، وتمكن القائم بالاتصال من معرفة ردة فعل الجمهور وتقويمها، وهي الميزة التي جعلت البرامج التفاعلية في قمة البرامج المؤثرة في الجمهور.

تقسمت الدراسة الى ثلاثة أقسام رئيسة تمثلت في الجانب المنهجي للدراسة، والجانب النظري، الذي ناقش كيف يمكن لبرامج الراديو التفاعلية أن ترسخ القيم الإنسانية، أما الجانب التطبيقي فقد ركز على رصد وتحليل حلقات برنامج البث المباشر في إذاعة نور دبي، ومناقشة أهم النتائج واقتراح مقترحات علمية تسهم في تحقيق الغرض من الدراسة.

أهمية الدراسة :

١. ندرة الدراسات التي تتناول أهمية الدور الذي يجب ان تقوم به البرامج التفاعلية في ترسيخ القيم الإنسانية، وتوعية المجتمع لبناء اتجاهات تساهم في بناء مجتمع مستنير.
٢. تقدم مقترحات تسهم في توجيه منتجي البرامج الإعلامية لإنتاج برامج تمكن المجتمع العربي من مجابهة التحديات التي يواجهها.

٣. تحديد العلاقة بين البرامج التفاعلية، وترسيخ القيم الإنسانية لأنه أحد أهم المجالات العلمية.

مشكلة الدراسة:

في ظل هيمنة قيم العولمة، وشيوع الأفكار والظواهر التي تهدد القيم والثوابت الإسلامية والعربية بالمنطقة العربية أصبح لابد من مواجهة هذه التحديات، ومعالجة آثارها، وهنا يأتي دور وسائل الإعلام باعتبارها أحد أهم وسائل لغرس وتعزيز القيم الإنسانية، وقد ركزت الدراسة على برامج الراديو لأنها الوسيلة الإعلامية الأكثر حظاً في مجال التفاعلية والاتصال الفعال مع الجمهور، فمشكلة هذه الدراسة تتحدد في التعرف على دور مضامين برامج الإعلام (مضامين البرامج الإذاعية نموذجاً) في غرس القيم الإنسانية بالمنطقة العربية من خلال تحليل البرامج التي تعتمد على التفاعل بين الجمهور ووسيلة الإعلام (الراديو)، راديو نور دبي - البرنامج الصباحي المباشر - البث المباشر، والتعرف على الأهمية التي حظيت بها وماهية القيم الإنسانية، وموضوعات التوعية لأنها إحدى أهم القضايا التي تشغل الساحة السياسية والإعلامية اليوم.

أهداف الدراسة:

١. التعرف على القيم، والموضوعات التي تركز عليها البرامج التفاعلية لتوعية الجمهور وتنقيفه.
٢. تحديد طرق وأساليب إقناع الجمهور ببنى القيم الإنسانية التي تقدمها البرامج التفاعلية.
٣. التعرف على الاهتمام بالقيم الإنسانية التي تقدمها البرامج التفاعلية.
٤. التعرف على أفضل الطرق لإنتاج البرامج التفاعلية بالإعلام العربي.
٥. شرح طرائق توظيف البرامج التفاعلية بالإعلام العربي لإنتاج مضامين تسهم في مواجهة تحديات ثقافة العولمة .

تساؤلات الدراسة:

١. ماهية القيم الإنسانية التي تقدمها البرامج التفاعلية ؟
٢. وما القيم الإنسانية التي تركز البرامج التفاعلية على إبرازها ؟
٣. ما أساليب الإقناع المعتمدة في البرامج التفاعلية ؟
٤. كيف يتم تقديم القيم الإنسانية بالبرامج التفاعلية ؟

٥. هل تتناسب القيم، والموضوعات التي تركز عليها البرامج التفاعلية لتوعية الجمهور وتثقيفه والتحديات التي يواجهها الجمهور؟
٦. ما مدى مواكبة البرامج التفاعلية بالإذاعات العربية للتحديات المحيطة بالمنطقة العربية؟
٧. هل وظفت البرامج الإعلامية العربية لتوعية الجمهور وتثقيفه لمجابهة التحديات؟
- الدراسات السابقة: تناولت العديد من الدراسات موضوع تعزيز الإعلام للقيم وتوعية الجمهور:
- ١ - دراسة أنجزتها د. هنييدة فنديل أبو بكر ود. إباء احمد التجاني بعنوان توظيف الإعلام الجديد في ترسيخ قيمة التفاعلية ادراسة مقارنة بين محطات الراديو السعودية والإماراتية، المؤتمر العلمي الدولي الأول للعلوم الإنسانية بابير (المحكم)، تركيا\الفتاح من ابريل\٢٠١٨، سعت الدراسة إلى التعرف على كيفية الاستفادة من الإعلام الجديد في ترسيخ قيمة التفاعلية في الراديو، بمقارنة استخدام تطبيقات الإعلام الجديد في تفاعل برامج الراديو مع مستمعيها في كل من راديو ألف ألف السعودي، راديو نور دبي الإماراتي، استخدمت الدراسة أسلوب تحليل المحتوى لسبع حلقات لكل من برنامجي (طبابة ألف براديو ألف ألف، والبث المباشر بنور دبي، لعام ٢٠١٨، من أهم نتائج الدراسة، ١٠٠% من التفاعل بين برنامج (طبابة ألف) مع مستمعيه عبر تطبيقات الإعلام الجديد يتم عبر تويتر، بينما كانت طرائق التفاعل ببرنامج البث المباشر - نور دبي)، ٨٧.٧% من التفاعل عبر (انستغرام)، و(٨.١%) عبر رسائل لموقع الراديو الالكتروني، و٤.٢% عبر واتساب، و١٩.٩% من نسبة التفاعل بين برنامج (طبابة ألف) مع مستمعيه، يتحقق عبر الرسائل القصيرة.

- ٢- حسيني وليد، وكامل نجيب، ٢٠١٧، أنجزا دراسة بعنوان معالجة البرامج الحوارية للقضايا والأحداث المطروحة على الساحة الوطنية (حوار الساعة بالقناة الثالثة الجزائرية (هنا الجزائر بالشروق نيوز) أنموذجاً، أنجزها ، تمحورت الدراسة حول معالجة البرامج الحوارية في القناة الجزائرية الثالثة العمومية، على وفق منهج تحليل المحتوى لتفكيك المادة الإعلامية وذلك عن طريق استمارة تحليل المحتوى لمعرفة حدود وأبعاد البرامج الحوارية اليومية وكيف تقديم المعالجة الإعلامية من خلال عرض الحقائق والمعلومات والآراء المختلفة المتعلقة بالأحداث الجارية، والخاصة للقضايا والأحداث المطروحة على الساحة

الوطنية، مقرونة بالفاعلين على مستوى هذه البرامج، وخلصت الدراسة إلي أهم نتيجة أن برنامج حوار الساعة عالج عددا من المواضيع أظهرت توجهها الفعلي للترويج لسياسة الحكومة القائمة من خلال الوقوف على برامج شخصياتها على الرغم مما استدعته الحاجة للنظر في بعض القضايا والأحداث التي عرفتھا الساحة الوطنية أما برنامج هنا الجزائر فقد عرضت مجموعة من القضايا والأحداث بمساحة واسعة من الجراءة والتعبير الحر على الرغم حساسيتها بطريقة بالغ في إثارة سلبياتھا أعطت للبرنامج لونا معارضا.

- ٣- دراسة، أنجزھا د علي جبار الشمري، ٢٠١٦، بعنوان نحو خطاب إعلامي يعزز الشعور بالهوية الوطنية عند الشباب العربي بالتركيز على ملامح خطاب إعلامي جديد من شأنه إذا ما أحسن الالتزام بفقراته أن يسهم في تعزيز الشعور بالهوية الوطنية عند الشباب العربي في أي من البلدان العربية لأنهم الركيزة الأساسية في بناء المجتمع، متجاوزين في ذلك مضامين الخطاب الإعلامي الماضي الذي يظهر وبما لا يقبل الشك ضعفا واضحا في تراجع فكرة الهوية الوطنية في الوقت الذي تتقدم فيه فكرة الأنا الحزبية والطائفية والعرقية.
- ٤- دراسة أنجزھا د. خالد محمد عبد القادر بابكر، بعنوان دور برامج التلفزيون في بث ثقافة السلم المجتمعي، تمثلت المشكلة الأساسية في تحديد الدور الذي تؤديه البرامج التلفزيونية في بث ثقافة السلم المجتمعي، وتقع الدراسة ضمن الدراسات الوصفية واتبعت منهج المسح، واستخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل وتوصل للنتائج الآتية: إن القضايا، الزواج والأسرة هي القضايا الأكثر تناولا في البرنامج، يحظى البرنامج بمتابعة عالية من المتفاعلين في موقع اليوتيوب إن فئة الشباب هي الأكثر مشاركة في البرنامج ، وان الإناث هن الأكثر مشاركة في حلقات البرنامج .

نقد الدراسات السابقة:

على الرغم من أهمية الدور الذي يتوجب على الأعلام القيام به لتوعية وتنقيف الجمهور إلا أن الدراسات العلمية التي اهتمت بتوظيف مضامين الإعلام في ترسيخ القيم الإنسانية قليلة جداً، وقد يعود ذلك لتعدد الجهات والمؤسسات التي يعول عليها في تطوير وتوعية المجتمع، وقد ركزت الدراسات التي بحثت في هذا المجال على الآتي:

١. ركزت هذه الدراسات على أهمية التوعية بالقيم مثل التسامح والتنمية والوطنية، واقترحت سبل لتعزيز هذه القيم وترسيخها.
 ٢. أكدت الدراسات السابقة على ضرورة استخدام كافة الإمكانيات النظرية والتقنية والمعرفية، حتى يتمكن الإعلام من تعزيز وترسيخ القيم الايجابية.
 ٣. أشارت الدراسات إلي وجود تحديات ومهددات تزلزل هوية ووجود المجتمع العربي، وضرورة بحث السبل الكفيلة لمواجهة التحدي فضلاً عن وضع معالجات تمكن الجمهور من مواجهة الظواهر والقيم الدخيلة عليه.
- مدي استفادة الباحثة من هذه الدراسات:**

١. تمكنت الباحثة بالاعتماد على هذه الدراسات من تحديد الإطار النظري، والمنهجي لموضوع الدراسة.
 ٢. تحديد طرائق وأساليب وسائل الإعلام في ترسيخ القيم، فضلاً عن تحديد أي الطرائق حظيت بالاهتمام والاستخدام بنسبة أعلى.
 ٣. الاستفادة من المناهج المستخدمة لإنجاز الدراسات ، والأدوات البحثية المستخدمة للحصول على المعلومات.
- منهج الدراسة:**

تعد هذه الدراسة من نوع الدراسات الوصفية التي تسعى لتقديم وصف دقيق ومناسب لمضامين برامج الإعلام التفاعلية ودورها في ترسيخ القيم الإنسانية، وتقديمها كما هي عليه في الواقع، من خلال تحليل عينة من برامج راديو التفاعلية (راديو نور دبي -برنامج البث المباشر، وتحدد العلاقة الارتباطية بين المتغيرات التي تؤثر في الظاهرة، و استخدامها يساعد في التنبؤ والاستنتاج عن الأوضاع المستقبلية التي ستؤول إليها الظاهرة، ومن ثم تقدم حقائق ومعلومات وبيانات، ذات قيمة علمية عن الظواهر، والأحداث (المغربي، ٢٠٠٧م، ص٩٥)

. (Almaghrebi, 2007, p. 95)

استخدمت هذه الدراسة طريقة تحليل المضمون، الذي يعد إحدى طرائق المنهج الوصفي، ويهدف الى (الوصف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوى الظاهر للاتصال) (العتابي، ١٩٩، ص٦١)

(Al-Atabi, 199, p. 61).

مجتمع الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة بوسائل الإعلام العربية، وقد تم اختيار البرنامج التفاعلي (برنامج البث المباشر) كممثل لمجتمع الدراسة بقناة راديو نور دبي (نموذجاً)، وتعد إذاعة نور دبي الإذاعة الأكثر متابعةً من قبل الجمهور، علماً بأنها تحظى بتفاعل واهتمام الجمهور وتعتبر من أعلى القنوات الإذاعية في الإمارات مشاهدة، و تقدم مادة إعلامية متنوعة بروح إسلامية معتدلة، وتقدم برامج موجهة لكافة فئات المجتمع، ومن أشهر برامج هذه القناة وأكثرها متابعة من الجمهور برنامج البث المباشر، ويتميز بكونه احد أهم البرامج التفاعلية التي تحظى باهتمام ومشاركة الجمهور، ويعرض البرنامج عدد من القضايا الاجتماعية والصحية والتنقيفية، ويمتد البث من الساعة صباحاً حتى العاشرة صباحاً، (ويعتمد البرنامج على التفاعل عبر تطبيقات الإعلام الجديد إلي جانب التفاعل عبر الاتصال الهاتفي المباشر، والرسائل النصية القصيرة وذلك لتحقيق أعلى نسب تفاعلية واتصال مع الجمهور ، وتخصص قناة سما دبي التلفزيونية بثاً تلفزيونياً للحلقة التي تبث عبر الراديو، وعليه يمكن متابعة الحلقة من خلال التلفاز أثناء بثها عبر الراديو، وتتيح هذه الخدمة حشد المزيد من وسائل التفاعلية لاستهداف فئات الجمهور المتنوعة، والمختلفة من حيث إمكانية المتابعة والتفاعل)، (الموقع الإلكتروني للراديو، ٢٠١٨) (Radio website, 2018).

عينة الدراسة:

وتمثلت العينة الزمنية للدراسة بتحليل حلقات (برنامج البث المباشر) التي بثت خلال المدة الزمنية من ٢٠١٨/٩/١١ - ٢٠١٨/١١/٣١، كمجتمع للدراسة، وذلك من خلال (تسجيلها ثم تحليلها فيما بعد)، مع الاعتماد علي أسلوب العينة، لتمثل المجتمع الأصلي وتحقق أغراض البحث وتعني الباحثة عن مشقات دراسة المجتمع الأصلي، وقد لجأت الباحثة إلى استخدام أسلوب الأسبوع الصناعي لاختيار العينة (فبالأسبوع الصناعي يعطي فرصاً متساوية لجميع أيام الأسبوع لأن تكون متمثلة في العينة (محمد عبد الحميد، ٢٠١٢، ص ١٠١)

(Mohamed Abdel Hamid, 2012, p. 101)

أداة الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة اعتمدت الباحثة على إعداد صحيفة لتحليل مضمون لعشر حلقات من برنامج البث المباشر بقناة نور دبي، ومدى ترسيخ القيم الإنسانية، والتي اعتمدت الباحثة على خبرتها الشخصية، وعلى الدراسات السابقة ذات الصلة المباشرة بالمجالات التي اشتملت عليها، و بناء على هذه الخطوة المبدئية، فقد استخدمت الدراسة وحدة الموضوع في تحليل مضمون حلقات البث المباشر، بقناة نور دبي الإذاعية، وتمثل هذه الوحدة أكبر وأهم وحدات تحليل المضمون، وأكثرها إفادة، إذ تركز على الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل.

فئات التحليل:

روجعت موضوعات التفاعلية، والقيم التي تناولتها، وعمدت على ترسيخها، وصنفت بما يخدم أهداف الدراسة إلي الفئات التحليلية الآتية:

١. فئة الموضوعات (ماذا قيل): وقد اشتملت على: اقتصادية، الإنسانية، صحية، سياسية، تنمية شاملة، تعليم، أخرى.
٢. فئة القيم الإنسانية المتناولة (ماذا قيل): وقد شملت: التصديق، التبرع لصالح مشروعات، صلة الأرحام، التوعية، قيم المجتمع، التسامح ونبذ الكراهية، أخرى.
٣. فئة طريقة تقديم القيم المراد غرسها (كيف قيل): وقد اشتملت على: الجميع، مقدم البرنامج، خبير | مختص | ضيف البرنامج، الجمهور.
٤. فئة الوسيلة المستخدمة (كيف قيل): وقد اشتملت على: الرسائل النصية القصيرة، انستجرام، الاتصال الهاتفي المباشر، واتساب، رسائل لموقع الراديو الإلكتروني، الفيس بوك، تويتر.
٥. فئة : الأهمية التي حظيت بها القيم (أهمية ما قيل): وقد اشتملت على: تخصيص الفقرة الرئيسية، تخصيص جزء من الحلقة، التناول ضمن القيم الرئيسية للحلقة، أخرى.
٦. فئة طرائق حث الجمهور على تبني القيم (الأهمية ما قيل): وقد اشتملت على: حض الجمهور على تبني القيم المتناولة تكرر الإعلان للمشاركة، إعادة تكرار أهمية وشرح القيمة المتناولة ، حض الجمهور على الاستماع | المتابعة، ذكر القيمة دون التأكيد على تبنيها، أخرى.

٧. فئة التعامل مع تفاعل الجمهور المشارك للقيم: وقد اشتملت على: دراسة الاسهام مع الخبير | المختص\الضيف، تعديل المشاركة وتبنيها، تبني المساهمة، تجاهل الاسهام، رفض المساهمات، أخرى.

اختبار الثبات:

تحققت من أداة الدراسة، وذلك من خلال الاعتماد على (باحث مساعد بكلية الإعلام) بتحليل ثلاث حلقات من الحلقات المختارة لعينة الدراسة، وبعد استلام النتيجة تم حساب نسبة الاتفاق بين الباحثة والزميل المساعد باستخدام معادلة (Holsti)، وقد تحقق تطابق بنسبة (٨%) وهي نسبة تعد كافية للتأكد من درجة الثبات.

اختبار الصدق:

اعتمدت الباحثة على متابعة وتسجيل حلقات البرنامج بهدف تحديد الفئات الرئيسية، والفرعية والتأكد من صلاحيتها ثم إجراء تحليل تجريبي لثلاث حلقات للتأكد من ملائمة الفئات للتحليل، ومن ثم رصد وتدوين النتائج، وبعد ذلك تم أعداد قائمة نهائية وعرضها على عددٍ من المختصين (خمس خبراء) في مجال الإعلام، وتم استخراج مدى اتفاق الخبراء وهي (٧.٦%)، وهي تدل على اتفاق المحكمين بصلاحية فئات التحليل وبذلك تحقق الصدق الظاهري، (الأسئلة المقبولة | أسئلة الاستمارة × ١٠٠).

حدود الدراسة:

تقتصر هذه الدراسة على البرامج الإعلامية التفاعلية بقناة نور دبي الإذاعية برنامج البث المباشر (نموذجاً)، وذلك في الفترة الزمنية من ٢٠١٨/٩/١١ - ٢٠١٨/١١/٣٠ بواقع عشر حلقات (اختيرت بطريقة الأسبوع الاصطناعي)، و تحدد موضوعها في فعالية مضامين البرامج التفاعلية في ترسيخ القيم الإنسانية، وماهية القيم المتناولة، وكيف يتم تناول القيم الإنسانية، والأهمية التي تصاغ بها المضامين لتحقيق ترسيخ القيم .

المفاهيم الإجرائية:

١- : القيم في الاصطلاح: هي مجموعة من القواعد والمقاييس الصادرة عن جماعة ما، تتخذها معايير للحكم على الأعمال والأفعال، ويكون لها قوة الإلزام، والضرورة، والعمومية، وأي خروج عليها يعتبر بمثابة انحراف عن قيم الجماعة ومثلها (الخياط ، ١٩٩٦، ص ٣١) (Al-Khayyat, 1996, p. 31)، ويقصد بالقيم في سياق هذه الدراسة المبادئ والقواعد القيمة في إطار القيم الإنسانية، التي تحض على القيام بما يعود بالنفع والخير في خدمة

الإنسانية جمعاء، من حض على إمطة الأذى، والتسامح، وتعمير البلاد، ونفع العالم
والبشرية.....الخ.

٢- **المضامين الإعلامية:** ويقصد بها كل المواد التي تقدمها وسائل الإعلام للجمهور (مقروءة،
أو مسموعة، أو مرئية، وتركز الدراسة على المواد المسموعة لأنها الأقرب للجمهور
بسبب سهولة التعرض لها إذ لا يتطلب التعرض لها إجابة للقراءة، أو التفرغ لمشاهدة
البرامج كما هو الحال لمتابعة التلفاز، ولا يشترط الراديو توفر خدمة الانترنت للتعرض
للمواد الإعلامية)، وقد ركزت الدراسة على المواد المسموعة، وبرامج الصباحية لأنها
تحظى بحضور مرتفع مقارنة بباقي المدد الزمنية، إذ تتميز الفترة الصباحية بتوجه جل
الجمهور لنقاط العمل والتي تمد لمسافات بعيدة عن السكن (في اغلب الأحيان)، علماً بأن
برنامج البث المباشر يبدأ في السابعة صباحاً ويمتد حتى العاشرة، وهي الفترة التي تمثل
قمة الحركة خلال اليوم.

٣- **ترسيخ:** يشار لمصطلح الترسخ في هذه الدراسة كمرادف لمفهوم الغرس الثقافي والذي
يشير الي زرع وتنمية مكونات معلوماتية، ومعرفية، ونفسية تقوم بها مصادر المعلومات،
وفي حال قيام مضامين وسائل الإعلام بغرس قيم ما تكون عندها هي مصدر الغرس،
ويقصد بالترسيخ حرص القائم من تصميم الرسالة الإعلامية على زرع مفهوم، أو قيمة
ما والعمل على تثبيتها، وقد ركزت الدراسة على المضامين التي تسهم في غرس وترسيخ
القيم الإنسانية في شكل سلوك دائم يحرك الجمهور.

٤- **القيم الإنسانية:** تمثل القيم الإنسانية جوهر المبادئ والقواعد التي تمس الحياة العامة
الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، وهي تمس العلاقات الإنسانية لأنها ضرورة
اجتماعية ومعايير وقواعد لا بد من وجودها لتضبط حركة المجتمع. إذ تركز الدراسة
على القواعد والمعايير والمبادئ التي تسير حياة الجمهور من غرس وترسيخ لقيم التنمية،
وتطوير المجتمع، والإطار الشخصي للفرد كقيم صلة الرحم والتماسك الأسري ونبذ العنف
الأسري... الخ.

٥- **التفاعلية في الاصطلاح:** التفاعلية مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالتحويلات التقنية الكبرى التي
تشهدها وسائل الإعلام الجماهيرية من جهة، وبحاجة المتلقي إلى المشاركة في إثراء

المحتوى الإعلامي الذي تقدمه وسائل الإعلام، فالمتلقي للرسالة أصبحت لديه حاجات ومتطلبات معينة لا يمكن لوسائل الإعلام الجماهيرية تجاهلها، فالجمهور تحول من دور المتلقي السلبي إلى دور المتلقي الإيجابي والتفاعلي. (Marie Despres, 2003, p.87) ونقصد بالتفاعلية في سياق الدراسة الاتصال المتبادل بين الجمهور والوسيلة الإعلامية، في إطار تبادل المعلومات والآراء، والخبرات بين الطرفين، مثل إضافة معلومات في الموضوعات المطروحة من البرنامج (برنامج البث المباشر - قناة نور دبي)، أو تقييم ونقد الموضوعات المطروحة، وتبادل خبراتهم الشخصية مع القناة.

المحور النظري للدراسة:

المبحث الأول: الراديو كوسيلة تفاعلية:

أحدثت وسائل الاتصال الحديثة، والطفرة التكنولوجية التي شهدتها العالم في الآونة الأخيرة، أنماطاً اتصالية جديدة ومبتكرة، تعتمد عليها على الاتصال عبر الانترنت كنشاط اتصالي حديث، وتفعيل دور الجمهور ووسائل الإعلام في صياغة رسائل إعلامية تفاعلية، ودعم القوة التأثيرية لها، وفي ذات الوقت تسبب الاستخدام المتصاعد لوسائل الاتصال الحديثة إلي التراجع الخطير في استخدام وسائل الإعلام التقليدية (الصحافة، الإذاعة، والتلفزيون)، إلا أن اعتماد الإعلام التقليدي على التكنولوجيا الحديثة أعاد له مركزه كأعلام جماهيري يؤثر في الجمهور.

وقد تجاوز الراديو تحدي التحول للإعلام الجديد عبر إحداث العديد من التغيرات التي تواكب حاجة الجمهور في المشاركة والتفاعل مع ما يقدم له من رسائل ومعلومات، وقد أسهمت خاصية الفورية، واقتصادية تكلفة إنتاج المادة المذاعة عبر الراديو إلي جذب قطاعات عريضة من الجمهور الذي يحرص على سماع الأخبار فور حدوثها، والتفاعل مع الحدث، والتعليق عليه، ولعل الأحداث والأخبار الرياضية العالمية، والمحلية، تأتي كشاهد على اعتماد الجمهور على الراديو في مواكبة الحدث ثم المشاركة فيه عبر إبداء الرأي وتشكيل الرسالة الإعلامية.

ولا تقل رسالة الراديو أهمية في المجال السياسي، والاجتماعي عن بقية المجالات، فالراديو يعتبر منذ ظهوره وسيلة كل قطاعات المجتمع المتعلم والامي، الغني والفقير، أي وسيلة كل المجتمع الأولى، وهو ما يسوغ ارتفاع نسبة التفاعل والمشاركة من الجمهور مع برامج الراديو، وساعد اعتماد الإذاعة على وسائل الاتصال الحديثة مثل (التويتز، والفييس بوك،

وانستقرام...الخ) إلى تحقيق المزيد من الفورية، فضلاً على التفاعلية وحيوية المشاركة في البرنامج الإذاعي.

وتحظى البرامج الاجتماعية باهتمام متزايد من قبل الجمهور لأنها تناقش قضايا تمس حياتهم، وتعالج مشكلاتهم، وقضاياهم اليومية، إذ تحفز سهولة متابعة البرامج الإذاعية والتفاعل معها، المزيد من الجمهور المتفاعل والراغب في صياغة رسالة مؤثرة، والمشاركة في معالجة قضاياهم ووصف حلول تتفق واحتياجات الجمهور، وعليه تعد عملية غرس القيم وترسيخها من أكثر الأهداف سهولة، وإمكانية للتحقق.

المبحث الثاني: مضامين البرامج التفاعلية وترسيخ القيم الإنسانية:

يرتكز مفهوم التفاعلية على الاتصال الفعال بين وسائل الإعلام والجمهور الذي تزداد وتيرة استعماله لوسائل الاتصال الحديثة والتقليدية، ويرى عدداً من الخبراء إن التفاعلية ماهية إلا انعكاس لاستعمال الجمهور لتكنولوجيا الاتصال المتطورة، التي أتاحت للجمهور الدور تلو الآخر حتى أصبح يشارك في صياغة الرسائل الإعلامية، وينتج جزءاً مقدراً من المواد المبتوثة عبر وسائل الإعلام فضلاً عن دوره في تقييم وإبداء الرأي في المضامين المقدمة إليه، وهي مرحلة تتخطى الجدل الذي لازم دور الوسائل الإعلامية، وتأثير مضامينها.

وليس من المفاجئ التوجه الذي تشهده الساحة العلمية من دراسات، وأبحاث ترصد وتفسر، وتحلل الظاهرة الحديثة التي رسمت مساراً جديداً للرسائل الإعلامية، إذ يزداد الاعتماد على مشاركة الجمهور في إنتاج الرسائل الإعلامية في العالم اليوم، وفي ذات الوقت تزداد الحاجة لدراسة ظاهرة التفاعلية لوصف معايير، وأسس تضبط المشاركة والتفاعل بما يتفق ووظائف الإعلام وأهدافه، فضلاً عن تقديم الأدلة التي تحدد المعرفة، والأثر الذي يقدمه تفاعل الجمهور، الاتجاه الحديث للرسائل الإعلامية .

وقد ركزت هذه الدراسة على تحليل طرق صياغة مضامين إعلامية تعتمد على تفاعل الجمهور في صناعة رسائل إعلامية يمكنها أن تلعب دوراً مهماً في التأثير على الجمهور، بل يتعدى الأمر إلي غرس وترسخ اتجاهات ايجابية تسهم في تنمية الفرد، والمجتمع، والإنسانية جمعاء، فالتفاعلية تجاوزت مرحلة الظاهرة لتتحول إلى احد ثوابت صناعة الإعلام، وبالتالي

تستحق أن تدرس وتفنن لتصب في صالح المجتمع عبر إدارتها، وتوجيهها لترسيخ القيم الإيجابية.

إذ لا بد من الوضع في عين الاعتبار أن الجمهور يمكنه الإحجام عن التفاعل وإنهاء التعرض للرسالة الموجهة إليه حال شعوره بالملل، أو عدم ملاءمة الرسالة لحاله، وعليه لا بد من صياغة مضامين تحفز على التفاعلية، وتزيد رغبة الجمهور في المشاركة عبر كافة السبل المتاحة إمامه من إبداء للرأي، أو تقييم للمضمون، أو الإسهام في إضافة خبراته.... الخ، فالتفاعلية تمكن القائم من الاتصال من معالجة مشكلة وصول للرسالة للجمهور المستهدف من عدمها، إذ من خلال التفاعل عبر الوسائل المتاحة للاتصال بالبرنامج (تطبيقات التواصل الاجتماعي، والرسائل، الاتصال المباشر... الخ) يمكن أن يحدد القائم مدى تأثير الجمهور بالقيم المقدمة، ومدى اهتمامهم بموضوع الحلقة، علماً أن هذه الدراسة تركز على كيفية صياغة مضمون يرسخ للقيم الإنسانية، التي تعد (شجرة متعددة الفروع تفيء بظلها كافة الأخلاقيات التي عرفها الإنسان منذ بداية الحياة على هذه الأرض وإلى نهايتها، وهذه الأخلاقيات هي التي دعت إليها مختلف الأديان والعقائد وأصحاب العقول الراجحة والتفكير السليم ومنها:

(القيم الاجتماعية: هي مجموعة الأخلاق والسلوكيات التي يكتسبها الفرد من المجتمع وتظهر في المجتمع من الأهل والأقارب والزملاء وعابري الطريق من مختلف مشارب الناس ومذاهبهم ومن تلك القيم: مساعدة الآخرين، والنجدة، ودفع الظلم عن المظلوم والانتصار له، وشهادة الحق، والعمل التطوعي).

القيم الشخصية: هي مجموعة الأخلاق التي يتربى عليها الفرد متأثراً على الأغلب بوالديه ومعلميه ومن ثم محيطه الأوسع بحيث تصبح تلك الأخلاق جزءاً لا يتجزأ من شخصية الفرد ومنها: الصدق، والأمانة، والإخلاص في القول والعمل، والشجاعة، ومخافة الله في السر والعلن.

القيم الاقتصادية: هي مجموعة الأخلاق التي يتمسك بها الفرد في طريقه للحصول على المال أو الوظيفة أو إنجاز العمل الخاص به بالرغم من كافة الظروف والمغريات المحيطة به ومنها: رفض الرشوة، الحصول على المال بالطرائق المشروعة ديناً وقانوناً، والحرص على توظيف ما لديه من أموال في مساعدة الآخرين وتشغيلهم وتهيئتهم لمواجهة مصاعب الحياة.

القيم الجمالية: هي مجموعة من السلوكيات التي يكتسبها الفرد من أسرته أو يعمل على تطويرها لديه بحيث تضيف عليه مزيداً من الوقار والاحترام ومنها: الأسلوب الراقى في التعامل مع الآخرين صغاراً وكباراً، وهدوء نبرة الصوت أثناء الكلام، والالتزام بالصمت وقلة الحديث في كافة المجالات والمجالس.

القيم الدينية: هي مجموعة الأخلاق التي أمر بها الدين ونهى عن بعضها الآخر ومنها: الالتزام بتعاليم الدين في المعاملة، واللباس، والحديث، وأداء الفروض والعبادات.

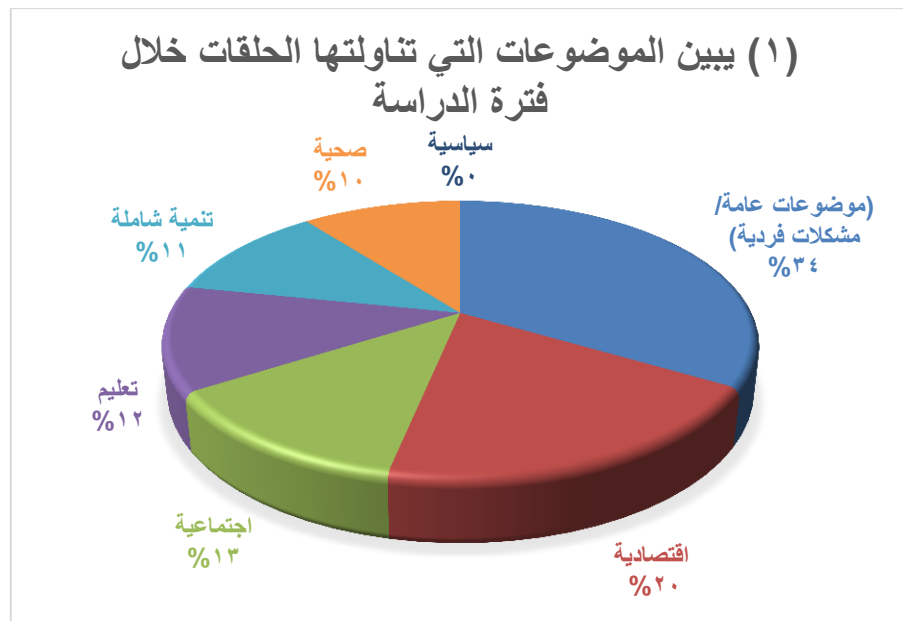
وهي وإن اقتربت من مراكز القوة أو السلطة (النفوذ) بالمجتمع فإن أداءها لوظائفها وأدوارها يختلف حسب طبيعة المجتمعات سلطوية كانت أم تحريرية وهو ما يجعل هذه الوسائل ذات أدوار مختلفة بل مزدوجة (برناند كيريل، وآخرون، ١٩٨٤، ص ٩-١٠) (Bernard Kirill et al, 1984).

الجانب التطبيقي:

تحليل مضمون برنامج البث المباشر:

تعد تجربة برنامج (البث المباشر) الإذاعي بقناة نور دبي أحد أهم التجارب الإعلامية التي اهتمت بمراقبة هموم المجتمع وتقديم مبادرات لمعالجة مشكلات وتحديات المجتمع خاصة في ظل الأحداث المتصاعدة التي يشهدها المجتمع العربي في الأوضاع السياسية والاقتصادية الراهنة، وفي هذا الجزء تركز الدراسة بشكل تطبيقي تحليلي للكيفية التي قدمت بها القناة مضامين رامية لترسيخ قيم الإنسانية .

١- الموضوعات التي تناولتها حلقات البرنامج خلال مدة الدراسة.



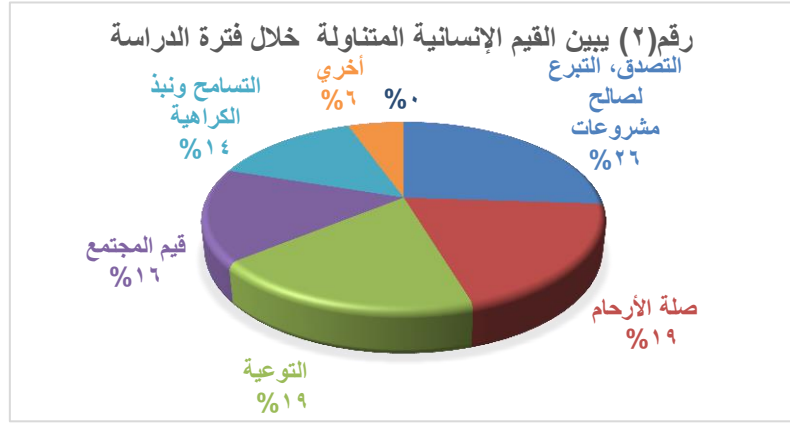
تناول البرنامج جميع الموضوعات التي تمس حياة الجمهور واهتماماته باستثناء الموضوعات السياسية، التي يؤكد البرنامج أنها خارج نطاق اهتماماته، علماً أن دولة الإمارات تضبط التناول السياسي وفق معايير معينة ومن خلال برامج مخول لها التناول السياسي، وبما إن قناة نور دبي تعد إحدى القنوات الاجتماعية فالنتيجة أعلاه تعتبر متوقعة، ومقبولة في سياق التشريعات الإعلامية بالدولة.

وفي ذات الوقت نلاحظ التركيز الكبير على الموضوعات الحياتية اليومية التي تشغل المواطن والجمهور عموماً من (حوادث السير، مشكلات الازدحام، أعمال الصيانة، تضرر بنايات تحتية (شبكة المياه، الكهرباء)... الخ)، التي جاءت في الدراسة تحت مسمى (موضوعات عامة موضوعات عامة/ مشكلات فردية) قد احتلت المركز الأول بنسبة ٣٣.٤٧%، ثم تلتها الموضوعات الاقتصادية، والاجتماعية، ونلاحظ أن الموضوعات المتناولة جاءت بنسب تناول متقاربة مقارنة بالموضوعات العامة، وقد يعود ذلك لكون قناة (نور دبي) أحد القنوات الاجتماعية، فهي تهتم بالقضايا الحياتية اليومية، وسبل حل مشكلات المجتمع، وهو ما يؤكد رغبة البرنامج في الاتصال بمشكلات الجمهور اليومية، إذ تعد الشاغل المهم للجمهور والمُتطلب للحل الآني، فالمتصلون في كثير من الأحيان يشاركون مشكلة حدث في ذات وقت الاتصال (مثل ازدحام خانق أو حادث يسد الطريق، أو تسبب الأمطار في بعض الأضرار في الطريق العام، أو مناطق السكن)، إلا إنهم يؤكدون أن اتصالهم جاء لإيمانهم بدور البرنامج في حل المشكلات، وذلك من خلال متابعتهم لحلقات البرنامج اليومية، وهو مؤشر ايجابي يصب في صالح أهداف البرنامج، فضلاً عن دوره في تحفيز الجمهور للتواصل مع البرنامج وعرض مشكلاته، وأراءه، والإبلاغ عن المشكلات، والظواهر التي يشهدها خلال اليوم، علماً أن البرنامج (يتمتع بثلاث ساعات بث)، وهي كفيلة بتمكين الجمهور من إبداء الآراء والإبلاغ عن مشكلات، أو حوادث بغرض الإسهام في حلها، وطلب التدخل الفوري لبعض الحالات،(وقد اشتهر البرنامج بسرعة تلبية احتياجات الجمهور).

وهو مؤشر ايجابي يصب لصالح مصداقية البرنامج واتصاله الفعال مع الجمهور من جانب، ويمكن القائم من الاتصال (برنامج البث المباشر) من تقديم القيم وإقناع الجمهور بضرورة

تبنيتها، فقد لاحظت الباحثة الثقة التي يتعامل بها الجمهور مع مقدم البرنامج والضيف، أو الخبير الذي يقدمه مقدم البرنامج مما يؤكد فعالية المضمون المقدم في ترسيخ القيم المتناولة.

٢- القيم الإنسانية المتناولة خلال مدة الدراسة.

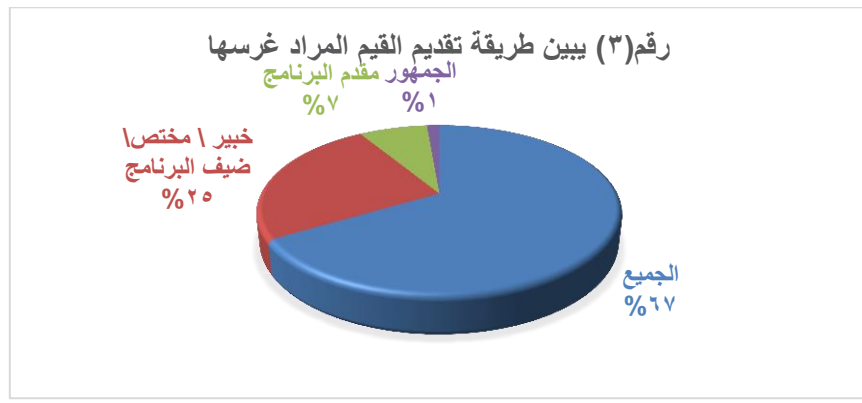


تتميز الشعوب العربية بالترابط، وحب الإيثار، وغوث الملهوف، وعون المحتاج على الرغم مما تواجهه من مشكلات اقتصادية، وسياسية، وحروب وهجرة، فالنسيج الاجتماعي العربي ظل قائماً على الرغم من ما واجهت من تحديات، وقد مثلت هذه القيمة المستمدة من الانتماء للإسلام مصدراً أساسياً تتبنى على أساسه الأعراف المسيرة للحياة بالمنطقة العربية، إلا إن التحديات والتحويلات السياسية، والاقتصادية فضلاً عن التأثير بالعولمة وهيمنتها على شعوب العالم، أدت جميعها دوراً في حلول ظواهر دخيلة، وغريبة على المجتمعات العربية مما يستوجب تدخلاً لمؤسسات بناء المجتمع من مدارس ومساجد، وإعلام، وكافة المؤسسات المؤثرة في الجمهور لترسيخ القيم الفاضلة الرامية إلي صلاحه.

فطغيان قيمة كال(التصدق، التبرع لصالح مشروعات)، والتي جاءت بنسبة ٢٦.٠٧%، تعد نتيجة متوقعة فهي تمثل القيم الحقيقية للمجتمع الهادفة لسيادة روح التماسك، وترابط المجتمع، وهو ما يسوغ ظهور القيم (كصلة الرحم، والتوعية وقيم إصلاح المجتمع بنسب متقاربة، وهي نتيجة مقبولة بل ويمكن وصفها بالإيجابية، فهي لم تركز فقط على التأثير على الجمهور بل، وإحداث التفاعل، والمشاركة الحيوية بين الجمهور من جهة، ومن فريق البرنامج من جهة أخرى، فقد خصصت مدد زمنية كانت بين الساعة، والساعة والنص لمناقشة موضوعات (كرعاية كبار السن من الآباء، والأهل والجيران والمعارف، وموضوع التعامل مع ظواهر كعدم الحفاظ على البيئة، وإزعاج الأهالي.... الخ)، فقد هدف البرنامج من خلال تناول هذه

الموضوعات الإنسانية إلى تعزيز قيم التماسك الأسري، والتثقيف والتوعية الإنسانية، وهي نتيجة تكشف عن هدف البرنامج إلى توجيه التفاعل لغرس قيم التوعية وتثقيف بالمجتمع لأنها السبيل الأمثل لتنميته، و يمكن ملاحظة ظهور القيم الايجابية التي تحض التسامح ونبذ الكراهية، و(التبليغ الفوري عن حادث لا يمت لقيم المجتمع (ضمن أخري))، وهي نتائج يمكن وصفها بالإيجابية، وقد يعود ذلك لاعتماد البرنامج على الخبراء والمختصين في الشأن الاجتماعي، فضلاً عن تحفيز الجمهور للتفاعل في اتجاه القيم المتناولة في الحلقة، والإسهام في حل الصور السالبة.

٣- طريقة تقديم القيم المراد غرسها .

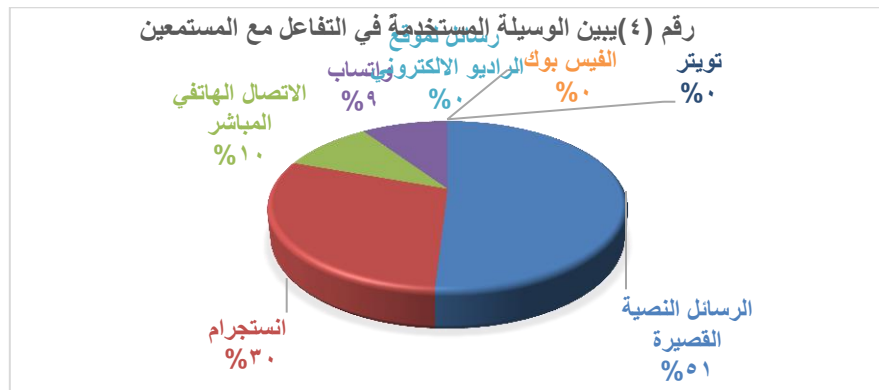


أكدت النتائج الواردة عن التحليل لحلقات البرنامج (البث المباشر) إن البرنامج اعتمد على الطاقات المشاركة في البرنامج، وقام بتفعيل دور الجمهور، ومقدم البرنامج ، والضيف أو الخبير، لتصب مشاركتهم جميعاً في إطار مضمون هادف لغرس، وترسيخ قيم تشعر المتلقي إن الجميع ينادي بها، ونستطيع أن النصف النتيجة أعلاه، التي أسفرت ٦٧% من طرائق تقديم القيم اعتمدت عليها الأطراف جميعها ، لأنها نتيجة تبين فن إدارة الحلقة وتوجيه التفاعل لما يخدم هدف البرنامج، و يتضح ذكاء القائم بالاتصال (فريق البرنامج)، في جعل الجمهور يتبنى القيم، ويقدمها وسيلة تضيف كثيراً من التعزيز للقيم المراد ترسيخها، أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب(خبير / مختص / ضيف البرنامج) فجاءت بنسبة ٢٥%، مما يؤكد على حرص البرنامج في تجويد الأداء وتقديم مضمون مقنع للجمهور.

وقد أوسع البرنامج المجال أمام الجمهور عبر وسائل الاتصال بالبرنامج لمشاركة خبرات حياتية خاصة وكيف عولجت وذلك في إطار القيمة الإنسانية المتناولة، فعلى سبيل المثال شارك متصلون تجربتهم في رعاية الوالدين، وسبل تقديم العناية الصحية والطبية، وشارك بعضهم كيف

يحافظون على سلامة البيئة، وفض الخلافات والتسامح في حال الخلافات، واقترح بعضهم التبرع للمساجد والأيتام، وغيرها من القيم الإنسانية في سياق طرح الحلقة)، ولعل اهتمام البرنامج بإضافة آراء الخبراء وتوجيهاتهم يدل على حرص البرنامج على التجويد وانتقاء اسلم السبيل لغرس القيم الإنسانية، و تدل هذه النتيجة على الأسباب الحقيقية التي جعلت من برنامج(البث المباشر) أحد أهم البرامج التي تحظى بمتابعة عالية من الجمهور فضلاً عن كونه قناة للتعبير عن الرأي وطلب المساعدة، والمشاركة الفاعلة لتنمية المجتمع.

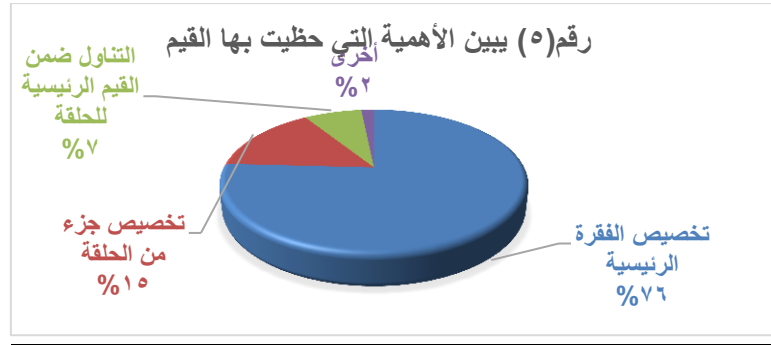
٤- الوسيلة المستخدمة في التفاعل مع المستمعين.



يعتمد التفاعل الفعال على الوسائل المتاحة للاتصال بالبرنامج، فضلاً عن كم الوسائل المتاحة، إذ كلما أتاحت وسائل اتصال فورية، وفي ذات الوقت أتاحت الخيارات المتعددة للاتصال، كلما تشجع عدداً من الجمهور للمشاركة، علماً بأن البرنامج أتاح وسائل التواصل الاجتماعي كوسائل أساسية للاتصال، مما يدل على استهداف الشباب المنخرط بقوة في استخدام برامج التواصل، فضلاً عن قطاع كبير من الجمهور، كما تفسح الوسائل المتعددة للاتصال الباب أمام المشاركات المتعددة الوسائط (الفيديوهات، نقل الحدث كما هو عليه ساعة الوصول بالصوت والصور... الخ).

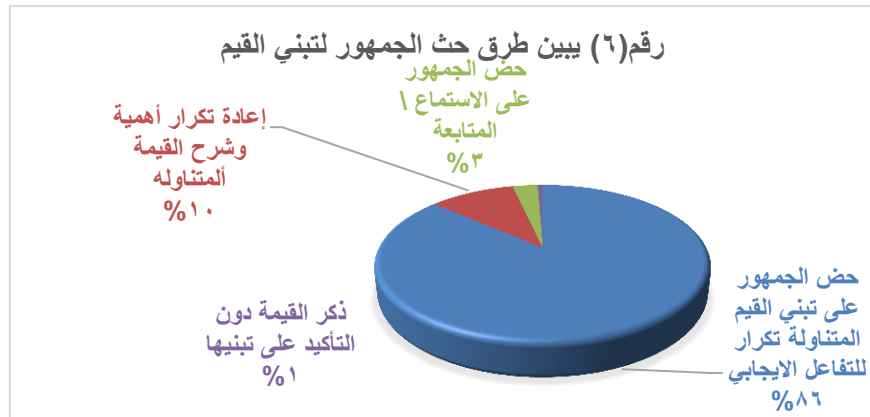
تفوقت الرسائل النصية القصيرة وسيلة اتصال الأكثر استخداماً في التفاعل مع المستمعين إذ حققت ٥١%، بينما تقدم التفاعل عبر (انستغرام) يعتبر من أكثر التطبيقات استخداماً في الإمارات ((إذ حقق ٣٠%، ثم الاتصال الهاتفي المباشر وبقية الوسائل للاتصال بنسب متقاربة وممتدنية مقارنة بالرسائل النصية والانستغرام، ويمكن أن نصف النتيجة بأنها تؤكد على رغبة الجمهور في التفاعل الفوري (علماً بأن هناك عدداً من أرقام التواصل لإرسال الرسائل النصية).

٥- الأهمية التي حظيت بها القيم .



يتبع البرنامج سياسة الفقرة المخصصة لأحد الموضوعات، ومن خلال الموضوع يدعى لتبني القيم وإتباعها، وخلال الفقرة الرئيسة يستضاف خبير، أو مختص، أو ضيف معروف لدى الجمهور، ويتم تقديم معلومات علمية لدراسة الحالة المطروحة، وتمتاز الفقرة بمدة زمنية (٣٠ دقيقة)، يستمع من خلالها للجمهور، وتبادل الآراء، والنصح، والإرشاد، والتوجيه، وعلى الرغم من أهمية هذه الفترة إلا إن البرنامج يعتمد على العديد من الفقرات المخصصة في مجملها لسماع آراء الجمهور ومشاركاتهم، وتقرأ الرسائل والرد على الاتصالات وتحويل بعض الحالات للجهات المختصة للتعامل مع الموقف، وعليه يمكن وصف الفعال بالفعال والنجاح، وقد حظيت الفقرة المخصصة لمعالجة حدث ما بأعلى نسبة اهتمام بتحقيق نسبة 76%، هي نسبة عالية مقارنة ببقية طرق الاهتمام بتقديم القيم التي جاءت متقاربة، وقد يعود ذلك للدور الذي تؤديه الفقرة المخصصة في زيادة نسبة التركيز، وزيادة فرصة الإقناع، وغرس القيم.

٦- طرائق حث الجمهور على تبني القيم:

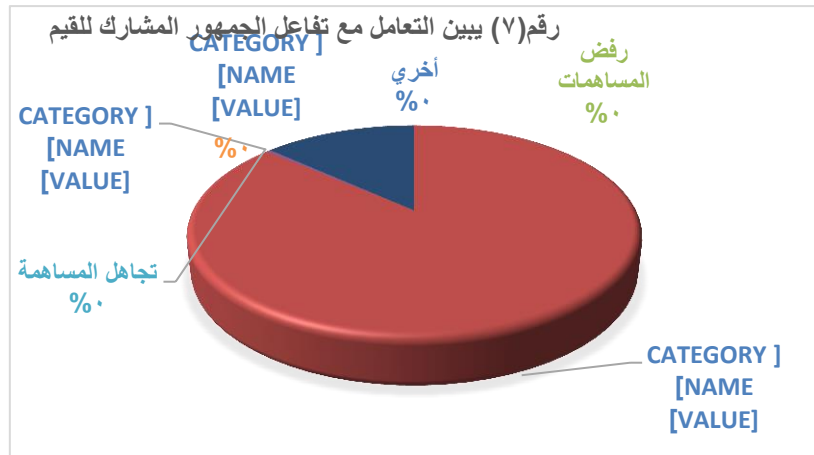


تأتي أهمية الطريقة التي تعتمدها القناة لتحث الجمهور على تبني القيم والمبادئ التي قدمتها لكونها تمثل البلورة للجهد الذي قام به البرنامج من انتقاء للقيم، وبحث أساليب أقتناع

الجمهور بها، والتأثير عليهم، وقد استحوذت طريقة حض الجمهور على تبني القيم المتناولة تكرار للتفاعل الايجابي بنسبة ٨٦% وهي نتيجة تظهر مدى الاعتماد على حث الجمهور لتبني القيم الإنسانية الرامية لتنمية، وتطوير المجتمع.

فقد لاحظت الباحثة أن الحث على المشاركة بعددٍ من الطرائق من أبرزها (المقدمة التعريفية، وكم المعلومات التعريفية بالموضوع المطروح والذي يسهم في تحفيز الجمهور وحثهم على إبداء الرأي، وتقديم المعالجات)، و يحرص مقدم البرنامج في إجراء معالجة للمشاركات الضعيفة لتبث في شكل جاذب للجمهور، و يتولى مقدم البرنامج قراءة المشاركات، من رسائل نصية، و عبر التطبيقات، ويقدم تحفيزاً وتشجيعاً للجمهور الذي يتدافع لمشاركة الخبرات والرغبة في تبني قيم قدمت.

٧- التعامل مع تفاعل الجمهور المشارك للقيم.



تشاطر الأهمية التي لا بد أن يوليها البرنامج لحض الجمهور على تبني القيم، الطريقة التي يتعامل بها البرنامج مع تفاعل الجمهور، إذ تسهم الطريقة التي يرحب بها البرنامج لإثراء الموضوع في زيادة الرغبة في مشاركة الخبرات القيمة الهادفة لإحياء، وغرس قيم فاضلة، يتضح من نتائج التحليل لحلقات البرنامج أن هناك اعتماداً على دراسة الاسهام مع الخبير المختص الضيف والتي جاءت في أعلى الترتيب بنسبة ٨٦ %، وجاءت بقية الخيارات بنسب متقاربة، و ظهرت نسبة ضعيفة جدا وهي (تبني اسهام الجمهور مباشرة)، إذ لاحظت الباحثة اعتماد مقدم البرنامج على مناقشة المشاركات قبل تبنيها، الا في حالتين وعد بتبنيها فوراً، وقد كانت هذه الحالات لاقتراح زيارات اجتماعية لكبار السن ورفع معنوياتهم على أن تتكرر

أسبوعياً، و اقترح متصل أن يحرص الأهالي في التعامل مع النفايات وعدم رميها خارج المستوعب حتى لا تتسبب بتلوث البيئة ، وقد تناولها المقدم مباشرة لتوارد الاقتراح من قبل أكثر من مشترك.

الاستنتاجات:

- من خلال التحليل لحلقات برنامج، (البث المباشر براديو نور دبي)، نستخلص الآتي:-
١. وظفت خاصية التفاعلية في صياغة مضامين تتميز بالمقدرة على إشباع احتياجات الجمهور.
 ٢. لم تظهر بعينة الدراسة تفاعل يمثل وجهة نظر تنتقد أو تعارض الموضوعات المطروحة من البرنامج، أو المشكلات التي يعرضها الجمهور على الرغم من أن البرنامج يحفز الجمهور على التفاعل، ويظهر التقدير للمشاركات.
 ٣. يقدم البرنامج الموضوعات المختلفة في المجال الاجتماعي، والاقتصادي، مع التركيز الكبير على الموضوعات الحياتية اليومية التي تشغل المواطن والجمهور.
 ٤. لم يتناول البرنامج أي من الموضوعات السياسية(وتقيد الموضوعات السياسية بأسس وضوابط تحددها الدولة)، وقد يعود ذلك لكون قناة (نور دبي) احد القنوات الاجتماعية، فهي تهتم بالقضايا الاجتماعية وترتكز على تنقيف المجتمع، وسبل حل مشكلاته. .
 ٥. تقدم الحلقة الواحدة من البرنامج عدداً من القيم الإنسانية، كما يحرص البرنامج على غرس وترسيخ القيم المتأولة.
 ٦. يحرص البرنامج عند تقديم القيم الإنسانية إلي توسيع قاعدة المشاركة، اذ تقدم القيم في إطار مناقشة علمية من قبل مقدم البرنامج، والخبير، أو المختص، والجمهور المشارك(المتفاعل)، و يُمكن الجمهور من استخدام وسائل اتصال تقليدية، ووسائل الاتصال الاجتماعي (الاتصال المباشر، والرسائل النصية/ الانستغرام ، الواتساب...الخ)، وتظهر هذه النتيجة اهتمام البرنامج بالتفاعلية لأنها عامل مهم في تعزيز القيم.
 ٧. يعتمد البرنامج على خارطة حيوية تسهم في زيادة مستوى التفاعلية، وتقديم مضمون جاذب للجمهور، وذلك من خلال تخصيص فقرات تركز على مناقشة موضوع واحد ويكون التفاعل من خلاله، و تخصص فقرات للمشاركات والتفاعل اليومي (مشكلات حياتية، اسهامات بعرض اقتراحات).

٨. يثمن الجمهور البرنامج المشاركات مما يشجع المزيد من المشاركين للتفاعل ، وتقديم الاقتراحات.

مقترحات وتوصيات الدراسة :-

في ضوء ما أسفرت عنه الدراسة من نتائج تتقدم الباحثة بالمقترحات الآتية:

١. أن يقوم البرنامج بتحفيز الجمهور على تقديم نقد بناء، واقتراح حلول فاعلة لمعالجة أوجه القصور التي تعترى مسار الالتزام بالقيم الإنسانية.
٢. أن يقوم البرنامج بغرس القيم الإنسانية من خلال ربطها بتعاليم الدين الحنيف، وتبيان مدى الفائدة الدنيوية، والأجر المترتب عن القيام بسلوك تلك القيم.
٣. يتميز المجتمع الخليجي والإمارات على وجه الخصوص بالتعدد، وارتفاع نسبة الوافدين مقارنة بعدد المواطنين الأصليين، مما يشكل تهديداً للقيم، والمبادئ في المجتمع نتيجة التركيبة المعقدة الممثلة للوافدين من كل بقاع العالم، عليه لا بد من توظيف مضمون البرنامج لمواجهة القيم الدخيلة، وزيادة المضامين الموجهة لمجابهة الظواهر الدخيلة والمحافظة على القيم الإنسانية الممتدة من المنهج الإسلامي.
٤. لا بد من تحفيز والشباب، والاستفادة القصوى من تفاعلهم مع المضمون الإعلامي المعزز لترسيخ القيم الإنسانية لكونهم الشريحة المهمة لتنمية المجتمع.
٥. ضرورة الاعتماد على لغة تفاعلية مبنية على المصادقية، لتزيد فرص الإقناع، والتأثر بالمضمون الإعلامي ثم من بعد استهداف غرس وترسيخ القيم.

References

- Abdul Aziz, Alhalag, (2012) Media Research Methods, Modern Book House, Cairo.
- Abdel Hamid, Ahmed, (1982), "Communication in the fields of Artistic Creativity", 1, Dar Al Kutub Publishers, Cairo.
- Abu Osba, Mohamed Subhi, 2009, Statistical Methods, I 1, Al-Yazuri Scientific House for Publishing and Distribution, Jordan.
- Al-Rifaoui, Atef Odeh, 2001, National Media and Development in Jordan, 1, Dar Al Majdalawi Publishing and Distribution, Amman.
- Alam El-Din, Mahmoud, (2005) Communication Technology and the Future of the Press, I 2, Dar Al-Sahab Publishing and Distribution, Cairo.
- Al magrebi, Kamel Mohamed,(2007) Methods of Scientific Research in the Humanities and Social Sciences, Dar Al-Thaqafa for Publishing and Distribution, Amman.
- Badawi, Ahmed Zaki, 2000, Glossary of Social Sciences, Lebanon Library, Beirut.
- Hamada Bassiouni Ibrahim, 1996, Media and Politics (a study in order of priorities), Cairo University, Nahdet Al-Sharq Library, Cairo.
- Doris Grber, Jan(2003)The Media and Democracy; Beyond Myths and Stereotypes Department of Political Science University of Lilinois.
https://twitter.com/noordubairadio?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=http%3A%2F%2Fwww.dmi.ae%2Fnoordubai%2F.
- Hussein, Samir Mohamed,(2007) Media Research, World Books, Cairo.
- Chalabi, Ali Abdel Razek, (1986) Studies in Society, Culture and Personality, Dar al-Nahda al-Arabiya, Beirut.
- Abdel Hamid, Mohamed, (2009) Content Analysis in Media Research, Dar and Hilal Library for Publishing and Distribution, Beirut.
- Mahjoub, Wagih, 2003, Scientific Research and Its Methods, Dar Al-Hikma for Printing, Baghdad.
- Taima, Roshdy Ahmed, (2004) Analysis of content in the human sciences - the concept - founded Marie Despres-Lionnet, L'interactivite: Attentes, usages et socialization, Revue de la Communication & Langages, Ed., Armand Collin, 2003 and its uses, Arab Thought House, Cairo.

Mohammed Abdul Hamid, (2000) Scientific Research in Media Studies, Cairo World of Books,
Ngwenyama, Ojelanki K., and Lee, Allen s, (1997) Communication richness in electronic mail; 1 Critical social theory and the conceptuality of meaning, IS Quarterly, usa.
Radwan, Ahmed Farouk, (2012) Crisis Communications Department through the organization's website, an international conference organized by the Faculty of Communication, Media and Crisis (Bets and Challenges), UAE, University of Sharjah.

المصادر

- ابو أصبع، محمد صبحي، ٢٠٠٩، الطرق الإحصائية، ط١، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن.
- بدوي، احمد زكي، ٢٠٠٠، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت.
- جليبي، علي عبد الرزاق، ١٩٨٦، دراسات في المجتمع والثقافة والشخصية، دار النهضة العربية، بيروت.
- حسين، سمير محمد، 2007، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة.
- حمادة بسيوني إبراهيم، ١٩٩٦، وسائل الإعلام والسياسة (دراسة في ترتيب الاولويات)، جامعة القاهرة، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة.
- رضوان، احمد فاروق، ٢٠١٢م، إدارة اتصالات الأزمة من خلال الموقع الالكتروني للمنظمة، مؤتمر دولي من تنظيم كلية الاتصال، الإعلام والأزمات (الرهانات والتحديات)، الإمارات العربية، جامعة الشارقة.
- الرفوع، عاطف عوده، ٢٠٠١، الإعلام والتنمية الوطنية في الأردن، ط١، دار المجدلوي للنشر والتوزيع، عمان.
- طعيمة، رشدي احمد، ٢٠٠٤م، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية - مفهومه - أسسه - واستخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة.

- عبد الحميد، احمد، ١٩٨٢ "الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري"، ط١، دار الكتب للنشر، القاهرة.
- عبد الحميد، محمد، ٢٠٠٩، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار و مكتبة هلال للنشر والتوزيع، بيروت.
- عبد العزيز، بركات، 2٠١٢، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الحديث، القاهرة.
- علم الدين، محمود، 2005، تكنولوجيا الاتصال ومستقبل الصحافة، ط٢، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة.
- محجوب، وجيه، 2003، البحث العلمي و مناهجه، دار الحكمة للطباعة، بغداد.
- المغربي، كامل محمد، ٢٠٠٧، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.
- محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة عالم الكتب، ٢٠٠٠.