

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

شعبة العلوم الإنسانية / قسم علوم الإعلام والاتصال

أعتمد
بإذن السيد
الاستاذ



تخصص السمع البصري والفضاء العمومي



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تحت عنوان :

أثر الإنفتاح السمع البصري على المتلقي

برنامج حوار تلفزيوني

تحت إشراف :

- د/ مالفى عبد القادر

إعداد الطالب :

- مصور حبيب

الموسم الجامعي: 2017 / 2016

- الفهرس :-

03	- إهداء
04	- كلمة شكر وعرفان
05	- مقدمة
-1- الإطار المنهجي:	
07	-1-1- تحديد الموضوع
08	-1-2- طرح الإشكالية
09	-1-3- دوافع إختيار الموضوع
10	-1-4- مجتمع البحث
-2- الإطار النظري:	
12	- الفصل الاول: نظريات التأثير الإعلامي وأثرها على المتلقي
13	- نظريات التأثير
14	- وظائف وسائل الإعلام في المجتمع
16	- الفصل الثاني: قانون السمعى البصر وقرار التعددية الإعلامية
17	- المبحث1: قانون الإعلام / قانون السمعى البصري
18	- المبحث2: البوادر التأسيسية للقنوات الخاصة
19	- الفصل الثالث: الإنتاج
20	- المبحث1: مكونات البرامج التلفزيونية
21	- المبحث2: إعداد البرامج التلفزيونية

-3- الإطار التطبيقي:

- 26 - عملية التصوير
- 27 - التركيب و المونتاج
- 28 - شارة البداية و النهاية
- 29 - التقطيع الفني
- 31 - الخاتمة
- 32 - قائمة المراجع

إهداء

إلى منبع الحنان والحب والأمل في حياتي

إلى من تستقيم به أمور حياتي

إلى من شاركوني اعباء الحياة

إلى كل عائلة مصور

إلى كل الأساتذة والإعلاميين والطلبة الذين ساهموا في هذا

العمل

إلى الأستاذ: شقرون والبروفيسور: بن جدية

إلى كل من جمعهم بنا المشوار الجامعي

إلى كل طلبة السمعي البصري والفضاء العمومي 2017

إلى كل من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي

مصور حبيب

كلمة شكر و عرفان

الحمد لله الذي عم برحمته جميع العباد وخص أهل طاعته بالهداية الى سبيل الرشاد الشكر لله عزوجل الذي وهبنا العقل لكي نستبصره ووفقنا لإنجاز هذا البحث المتواضع نتوجه بالشكر الى الأستاذ المشرف -د. مالفى عبد القادر- على قبوله الاشراف على مذكرتنا ولما قدمه لنا من نصائح وتوجيهات كما لايفوتني ان اشكر كل من ساعدنا . فيصل ساهلي . طه مصطفى زوبير . منصور بن عطية . بوعلام . ميلود . كمال .مراد .

دون ان انسى دفعة السمعي البصري و الفضاء العمومي

2017

المقدمة

تعد وسائل الاعلام المرئية و المسموعة و المقروءة مصدرا مهما من مصادر التوجيه و التثقيف في أي مجتمع، فهي ذلت تأثير كبير في جماهير المتلقين المختلفين، المتباينين في اهتماماتهم وتوجهاتهم ومستوياتهم الفكرية والأكاديمية و الاجتماعية.

وهذا ما يكسبها أهمية في عملية بناء المجتمعات ، و يمكن الزعم بأنها أحد العناصر الأساسية في المساهمة في تشكيل ملامح المجتمعات ، و اذا كان دور وسائل الاعلام في أي بيئة مجتمعية يتحدد بالأثر الذي تستطيع أن تحدثه فيها، فيمكن ان تقسم باعتبار الهدف الذي يسعى اليه القائمون على الوسيلة، فالاعلام أمانة و مسئولية من حيث الأثر الذي يساهم به في تشكيل المجتمعات وصناعة الرأي العام والوعي الاجتماعي

الإطار المنهجي

تحديد الموضوع:

تعتبر وسائل الإعلام خاصة الثقيلة منها (السمعي البصري، التلفزيون والإذاعة) المحرك الحفي للقيم والإيديولوجيات داخل المجتمع، فالمشاهد يكيف سلوكه وفق تعرضه للوسيلة الإعلامية، مما يخلق علاقة تأثير وتأثر بين المشاهد والوسيلة، وعلى غرار الدول العربية شهدت الجزائر انفتاحا في قطاع السمي البصري وظهور قنوات متباينة في التوجه ساهمت في تنوع الخطاب الإعلامي ورفع المستوى الثقافي وتطوير الفكر العام للمجتمع، ولم تعد المعرفة تقتصر على مصدر واحد بل تعددت وتنوعت مشاربها كما لا يخفى علينا التأثير السلبي للوسائل الإعلامية على الجمهور، من خلال تضليل الرأي العام واعتماد مواضيع الإثارة وكسر الطابوهات والمضامين العنيفة، كذلك في ظل نقص دراسات تأثير وسائل الإعلام على المتلقي.

-هل الأداء الإعلامي مجرد إنعكاس لنشاط قطاعات المجتمع الأخرى؟

-هل يقتصر عمل الإعلام على مجرد النقل، أم أنه صناعة لها آلياتها وقواعدها؟

-كيف أثر الإنفتاحعلى الخط الإفتتاحي التلفزيوني العمومي وعلى المضامين المقدمة؟

طرح الإشكالية:

إن تأثير وسائل الاعلام على الفرد و المجتمع مباشرة وقوية ،فلا تكثف بنقل الاحداث بل تسعى لصناعة صورة نمطية تحركها السياسة الخفية للوسيلة.

ان مهام الوسائل الاعلامية و اتجاهاتها تستوعب وتسائر معظم القضايا والمسائل الحياتية المجتمعية وحركتها في مخاطبة فكر المواطن وليس على المتلقي التمييز بين الصلح والصلح من اهداف الرسائل الاعلامية لتلك الوسائل المختلفة وخصوصا المرئية والمكتوبة حيث يمكن قولبتها وصياغتها وفق الغرض والقصد المتوقع من بثها واصداره او من الظواهر الغريبة الى حدما شيوع انواع من الظواهر وانتشارها التي لم تكن مألوفة في مجتمعنا لكونها تخالف تقاليدنا وعاداتنا واعرافنا وتعاليم الدين السمحاء لتزامن مع ظرفية الانفتاح السمعي البصري في الجزائر وظهور قنوات خاصة وطنية انساق ورائها الجمهور لتعطشه لوسائل اعلام مغايرة لما تبثه المؤسسات الاعلامية العمومية فالمضامين المقدمة تعكس تذوق الجمهور الا انه في ظل غياب دراسات استطلاعية للجمهور ودراسة وسائل الاعلام وتأثيرها فقد تعتمد بعض القنوات على ترسيخ مبداء المواطنة والهوية كما تعكف اخرى على تحقيق الاثارة وكسر الطابوهات وتعرية الازمات الاجتماعية(الخيانة الزوجية، العلاقات المحرمة، اختطاف الاطفال)لتنحسر في لفت الانتباه ورفع نسبة المشاهدة دون المعالجة المهنية، وفي ظل نقص الدراسات الاعلامية حول الجمهور ووسائل الاعلام نطرح الاشكالية التالية:

* اثر الانفتاح السمعي البصري على المشاهد؟

التساؤلات:

-هل الأداء الإعلامي مجرد إنعكاس لنشاط قطاعات المجتمع الأخرى؟

-هل يقتصر عمل الإعلام على مجرد النقل، أم أنه صناعة لها آلياتها وقواعدها؟

-كيف أثر الإنفتاحعلى الخط الإفتتاحي التلفزيوني العمومي وعلى المضامين المقدمة؟

دوافع إختيار الموضوع:

- يعتبر قطاع السمعي البصري قطاع حساس ومؤثر ووسيلة لسناعة الراي العام والتأثير فيه وتوجيهه، كما يقوم بتنميط سلوك الافراد داخل المجتمعات.
- محاولة دراسة الاثار السلبية والايجابية التي حملها الانفتاح السمعي البصري في الجزائر.
- محاولة دراسة مدى التاثر السلوكي للافراد خلال التعرض للقنوات الفضائية الخاصة
- دراسة برامج شعبية ذات المشاهدة. المرتفعة (جرنان القوسطو، خط احمر، المنشار) مع منافاتها للاداب العامة وخصوصية المجتمع الجزائري
- تحديد المفارقة للمعالجة الاعلامية للتلفزيون العمومي والقنوات الخاصة.

1- تحديد مجتمع البحث:

مجتمع البحث هو المجتمع الجزائري وعينة البحث هو المجتمع المستغامي.

2- منهج الدراسة:

منهج الدراسة بناءا على طبيعة الموضوع تم الاعتماد على عدد من المناهج العلمية المكملة لبعضها البعض. حيث جاء المنهج الوصفي التحليلي في مقدمتها والذي يتركز على وصف دقيق وتفاعيلي للظاهرة أو موضوع الدراسة وصفا كميا ووصفا نوعيا

الإطار النظري

الفصل الأول :

نظريات التأثير الإعلامي
وأثرها على المتلقي .

المبحث الأول: نظريات التأثير.

من المؤكد أنها نظرية تعتمد على الإستجابة للمؤثرات المباشرة نسبيا و لكنها ايضا نظرية تفترض صحة مجموعة معينة من الافتراضات غير الشفهية التي لا تتصل بالتنظيم الاجتماعي فحسب بل تمتد أيضا لتشمل التركيب البشري الذي يتعرض للمؤثرات و يستجيب للرسائل الموجهة إلى الجماهير، والفكرة الأساسية التي تقوم عليها هي أن الرسائل الإعلامية يلقيها على فرد من أفراد الجمهور بطريقة مشابهة و إن الإستجابات الفورية و المباشرة يأتي نتيجة التعرض لهذه المؤثرات و قد أوضح الكاتبان كاتز و لازار شفيدل: "تقوم وإذات القوة المطلقة بإطلاق رسائلها من ناحية،فتلقاها الجماهير المنتشرة المنتظرة على الجانب الآخر"¹ فالحقيقة أن تلك الافتراضات إستنبطت من مجموعة من النماذج السيكلوجية مثل سيكلوجية الغرائز،فقد أدى مفهوم حكما البشر الذي يتضح في كتابات ويليام ماكدوجال و معاصريه إلى خلق مشكلة خطيرة فقبل ذلك الوقت كان يفترض أن سلوك فرد معين يحدده إلى تركيز الآلية البيولوجية الموروثة و المعقدة و التي تتخلل بين المؤثرات و الإستجابات،وكان يعتقدان الكيفية الأساسية للكائن البشري متشابهة تقريبا بين كائن بشري و آخر.

لقد كانت نظرية القذيفة السحرية المبنية على آلية S-R للغرائز ثم الانفراج

(suspense-release) و الإعتقاد أن وسائل الإعلام كانت تبدو وسائل قوية صحيحة تماما خاصة في ظل الرأي الذي يرى أن الطبيعة الأساسية متشابهة مع التأكيد على العمليات غير المنطقية إلى جانب الرأي الخاص بالنظام الاجتماعي:لقد كان يقال أن المؤثرات القوية كانت تقدم بشكل متشابه لأفراد الجماهير ،وقد كانت هذه المؤثرات تمس الدوافع الداخلية و العواطف أو الجوانب الأخرى التي يحظى الفرد بقدرة محدودة على السيطرة عليها بشكل إرادي،وبسبب الطبيعة الموروثة عن هذه الآليات،كان كل شخص يستجيب بشكل متشابه تقريبا وفضلا كانت هناك روابط إجتماعية قوية تمزق تأثير هذه الآليات لأن الفرد كان معزولا نفسيا(سيكلوجيا) عن الروابط الإجتماعية القوية و الرقابة الإجتماعية غير رسمية.وقد كانت النتيجة هي أنه مكن تغيير أراد أفراد الجماهير و التأثير عليهم من قبل المسؤولين عن وسائل الإعلام،وخصوصا من خلال إستخدام الإغراءات العاطفية وهكذا كانت نظرية القذيفة السحرية تقوم تماما على النظريات العامة في مجال علم النفس و علم الاجتماع وفق التطور هما من ذلك الوقت و فضلا عن ذلك كان هناك مثال واضح هو التأثير الهائل للدعاية خلال الحرب التي كانت تقدم الدليل الصحيح على أن و إكانت قوية على نفس النحو الذي وصفها به لوزويل وصفا دراميا عندما استنتج أنها كانت المطرقة الجديدة وسندان الترابط الاجتماعي². فإن وسائل الإعلام كانت تلعب دوافع تشكيل سلوك الناس و معتقداتهم.

1- ملفيل،ديفلير.ساندرا بول-روكيتش.نظريات وسائل الغلام،الدار الدولي للإستثمارات الثقافية من.م.م. مصر. ط4. ص230-236.

2- نفس المرجع.

المبحث الثاني: وظائف وسائل الإعلام في المجتمع .

ان لوسائل الاعلام أهمية كبيرة في رفع المستوى الثقافي للشعب و حسن أداء افراده لوظائفهم و كذلك اكتسابهم القيم الاجتماعية داخليا كما انها تعرف العالم بحضارة شعبيها ووجهات نظرها في المسائل العلمية خارجيا و مع تنوع الوسائل و انتشارها على نطاق واسع تنوع الوظائف التي تقوم بها في المجتمع

و اهم هذه الوظائف هي

التوجيه ; حيث يستطيع الاعلام اكساب الجماهير اتجاهات جديدة او تعديل القديم منها و لكن هذا التعديل في ظل شروط معينة و هي حسن اختيار المادة الإعلامية و ملائمتها للجمهور المستقبل و تقديمها في ظروف مناسبة

الدعاية ; تهتم الحكومات المختلفة استخدام وسائل الاعلام في الدعاية و يأتي اهتمام الحكومات من جانبها لتعريف الدول الأخرى بفلسفتها و وجهة نظرها في النواحي الداخلية و الخارجية و يرافق ذلك اهتمام بما تطرحه لدول الأخرى لكي تتفادى خطر وصل شيء لشعبها يشوش الأفكار و بعوق تنمية مواردها الموجهة على وفق أيديولوجيتها النابعة من ظروفها الخاصة

التثقيف ; هو زيادة المعرفة بغير الأسلوب الأكاديمي المتبع في المدارس خاصة فيما يتصل بنواحي الحياة العامة و التثقيف عن طريق وسائل الاعلام دون قصد او تخطيط سابق اما عارضا او مقصودا فهو حصيلة اتجاه الفرج الى وسائل الاعلام و تفاعله معها بهدف معين و بخطة مسبقة و يكون باتجاهين موجه من قبل مرشد او اتجاه حر من خلال رغبة ذاتية لدى الافراد

التعارف الاجتماعي ; فوسائل الاعلام تقوي الصلة الاجتماعية بين الافراد عن طريق اظهار تعاطفهم في أسلوب رقيق يعبر عن مشاعرهم او تقديم الشخصيات الشهيرة المحببة الى نفوس الناس

ان هذه الوظائف الرئيسية و المساعدة تعمل على حمل المجتمع الى بر الأمان و التطور

و التقدم و النمو و لكن يجب ان يكون التحرك بالاتجاه الإيجابي و الابتعاد عن الاتجاه السلبي لهذه الوظائف و التي حذر منها الكثير من الباحثين أمثال روبرت ميرتون الذي يقول – قد تعمل وسائل الاعلام الى نقل معلومات و انباء تنثير الفتنة داخل الدولة او نشر عداوة اجنبية او محلية او مناخ الصراع او الحرب و قد تعتمد على خدمة أغراض الحاكم او جماعة محددة ممن يهيمنون على وسائل الاعلام – و روبرت ميرتون يدعو الى انتقاء الأفضل و المناسب مما يدور في شبكات الاعلام من معلومات و أفكار متولدة من برامج متنوعة و مختلفة من حيث المصدر و المضمون و الهدف .

الاعلام أداة خطيرة و اثرها لا يكاد يخفى و لا ينكر و لذا لم تكن وليدة عصر من العصور بل استخدمت تقريبا منذ كان الانسان باختلاف في الوسائل فقط لا في اصل الاستخدام ... و لذا تساءلنا عن دور الاعلام في المجتمع و ما يستطيع ان يسهم به .

الاعلام في بناء المجتمع و تطويره قان الإجابة اكبر و أوسع من ان تحتويها عبارة محددة

ذلك لان المجتمع يقوم أساسا على الاتصال بين افراده و جماعاته و كل اتصال بين البشر يحمل في ثناياه ضربا او ضروبا من الاعلام و على ذلك فلا يمكن تخيل مجتمع بشري بدون اعلام و هو امر لم يستحدثه البشر و انما حثتهم اليه فطرتهم لانهم جبلوا على الاجتماع و التعارف (يا أيها الناس انا خلقناكم من ذكر و انثى و جعلناكم شعوبا و قبائل لتعارفوا ان اكرمكم عند الله اتقاكم ان الله عليم خبير) .

و هذا التعطش الفكري المتجدد لدى البشر الى المعرفة و التعارف هو ما اكسب التجمعات البشرية منذ القدم صفة المجتمعات و خصائصها و هو ايضا ما حدا بالإنسان في كل العصور الى تطوير وسائل الاتصال بغيره – من قريب او من بعيد حتى تطورت تلك الوسائل الى ما نشهد الان في العصر الحديث – اصبح يمثل قوة كبرى لها خطرها .

و اثرها في بناء و تطوير المجتمعات البشرية المختلفة

الفصل الثاني :

قانون السمععي البصري

وإقرار التعددية الإعلامية.

المبحث الأول: قانون الإعلام 05/12

المادة 4: تضمن أنشطة الإعلام على وجه الخصوص عن طريقين :

- _ وسائل الاعلام التابعة للقطاع العمومي .
- _ وسائل الاعلام التي تنشؤها هيئات عمومية .
- _ وسائل الاعلام التي تملكها او تنشطها أحزاب سياسية او جمعيات معتمدة .
- _ وسائل الاعلام التي يملكها او ينشطها اشخاص معنويون يخضعون للقانون الجزائي و يمتلك رأسمالها اشخاص طبيعيين او معنويون يتمتعون بالجنسية الجزائرية .

المادة 61: يمارس النشاط السمعي البصري من قبل:

- هيئات عمومية .
 - مؤسسات وأجهزة القطاع العمومي .
 - المؤسسات او الشركات التي تخضع للقانون الجزائي .
- ويعمارس هذا النشاط طبقا لاحكام هذا القانون العضوي والتشريع المعمول به .

قانون السمعي البصري 04/14

المادة 2: يمارس النشاط السمعي البصري بكل حرية في ظل احترام المبادئ المنصوص عليها في أحكام المادة 2 من القانون العضوي رقم 05-12 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق 12 يناير 2012 وأحكام هذا القانون وكذا التشريع والتنظيم ساري المفعول .

المادة 3: يمارس النشاط السمعي البصري من طرف:

- الأشخاص المعنوية التي تستغل خدمة الاتصال السمعي البصري التابعة للقطاع العمومي.
- مؤسسات وهيئات وأجهزة القطاع العمومي المرخص لها.
- المؤسسات والشركات التي تخضع للقانون الجزائي.

المبحث الثاني : البوادر التأسيسية للقنوات الخاصة .

بطاقة فنية لقناة النهار

قناة النهار الجزائرية Ennahar TV هي قناة إخبارية تبث برامجها على الأقمار الصناعية الثلاثة : النابل سات، أتلست و بدر 05 ، حيث بعد نجاح جريدة النهار الجزائرية تقرر إنشاء قناة النهار الجزائرية للانتقال من الصحافة و الإعلام إلى المكتوب إلى الإعلام السمعي البصري ، و قد شهدت نجاحا كبيرا .

اختصاصها : إخبارية

التأسيس : 2012

المقر الاجتماعي : الجزائر

موقع الويب : الموقع الرسمي لقناة النهار .

و هي قناة جزائرية مستقلة أنشأها مجموعة من الاعلاميين و الصحفيين الجزائريين .

نبذة عن القناة : انطلق البث التجريبي يوم 6 مارس 2012 بأول نشرة إخبارية قدمت من طرف الثنائي الإعلامي رياض بن عمر و نور اليقين مغريش . اتخذت القناة مقرها الرئيس بالعاصمة الأردنية عمان ليبدأ البث من هناك على قمر نايل سات . تهتم القناة بالشأن الإخباري و السياسي في الجزائر ، حيث أن برامجها كانت مزيجا بين نشرات الأخبار و الرياضة و أخبار الاقتصاد في الجزائر و كذا أخبار الصحف الوطنية و هذا من خلال برنامج بين السطور .

عرفت القناة بعدم حيادها في الطرح خاصة أثناء الحملة الانتخابية للانتخابات الرئاسية الجزائرية سنة 2014 ، فقد شن عليها و على الجريدة التابعة لها بعض من الناشطين الالكترونيين حملات مقاطعة بسبب ما وصفوه تفاهة القناة و تصغيرها لعقول المشاهدين و التحيز لجهة على حساب أخرى .

الفصل الثالث :

مرحلة الإنتاج.

المبحث الأول: مكونات البرامج التلفزيونية

من خلال مفهوم البرنامج التلفزيوني نرى أن البرنامج يحتوي على معلومات أي موضوع يجب أن ينقل من المرسل إلى المستقبل ، هذا الموضوع هو ما سنصطلح عليه "المحتوى" و هذا المحتوى يجب أن يضمن أهدافا يريد المرسل تحقيقها في المستقبل ، و هو ما سنصطلح عليه بـ "الاهداف " كما أن عملية نقل الموضوع تحتاج إلى أساليب محددة سنصطلح عليها بـ " الطريقة" لغرض تحقيقها للأهداف يجب أن تكون مبنية لتلائم ميول و رغبات المستقبل و قدراته العقلية و سنصطلح على ذلك بـ "طبيعة المستقبل " .

و بهذا نستخلص أن مكونات البرنامج التلفزيوني هي :

1- طبيعة المستقبل .

2- المحتوى.

3- الأهداف .

4- الطريقة .

و من بديهيات الأمور أن أي أمر لا يكتمل إلا بتوفر مكوناته لذا فإن البرنامج التلفزيوني لا يكتمل من غير هذه الأربعة .

المبحث الثاني : إعداد البرامج

تمر عملية التخطيط لإعداد البرنامج بخمس مراحل أساسية :

- 1- اختيار الفكرة (الموضوع): يستطيع المعد من خلال المعيشة الكاملة للواقع المحيط به و احساسه بمشاكله و قضاياها و اهتماماته أن يلمح الافكار التي تتناسب مع سياق البرنامج الذي يعده و تعتبر المتابعة الدائمة لوسائل الاعلام المختلفة و القراءة للكتب المختلفة و الدراسات التي تقوم بها في مراكز البحث و الجامعات ... لكل هذه تمثل روافد مهمة لخلق أفكار جيدة لان الفكرة هي رأس المال للمعد .
- لابد للفكرة المختارة أن تهم الجمهور المستهدف و تثير انتباهه و تمس مشكلاته و أن تتناسب الفكرة موضوع البرنامج و اهتماماته المعدة و أن تكون الفكرة أخلاقية ، بمعنى أنها تحترم أخلاقيات المجتمع و قيمه و عاداته
- و يتراوح عرض البرنامج ما بين الاعلام أي تقديم معلومات معينة لجمهور المشاهدين أو لفئة منهم و يتضح ذلك أكثر من خلال النشرات و البرامج الاخبارية و التثقيف كالبرامج السياسية و الدينية و الاجتماعية أو الترفيهية أو التوجيه و التعليم .
- مرحلة البحث العلمي و جمع المعلومات ، و تبدأ هذه المرحلة بعد الاستقراء على الموضوع أو فكرته الأساسية بشكل عام و تحديد الهدف منه ، وهي قد تمتد في المراحل الأخيرة لتنفيذ البرنامج من خلال الكتب و المراجع و النشرات و الصحف و شبكة المعلومات الدولية و الانترنت .
- يعرف كتاب و معدو البرامج التلفزيونية شكلين للسيناريو التلفزيوني :
- أ- **النصوص الكاملة** : و هي التي تستخدم عادة في البرامج الدراسية حيث يكون بوسع الكاتب أن يتحكم في كل عناصرها و يحدد كافة تفاصيلها من البداية حتى النهاية .

- ب- **النصوص غير الكاملة :** و في هذا النوع لا يستطيع الكاتب أو معد البرنامج أن يتحكم في كل عناصر البرنامج ، و من ثم يقتصر المطلوب منه على مجرد تحديد الخطوط الرئيسية للبرنامج و النقاط أو الجوانب التي يلتزم بها الأشخاص المشاركون فيه .ذ
- و قد جرت العادة أن يكتب السيناريو الكامل أو شبه الكامل في شكل عمودين تنقسم الصفحة إلى قسمين أو عمودين هما :
- القسم الأول : يكون على يمين الصفحة و يشمل ثلث المساحة فقط و يخصص للصورة أو لملاحظات فإن هذا القسم يشتمل عادة على العناصر التالية : المناظر و الديكورات و الأشخاص و سائر الكائنات الحية
- و الاكسسوارات و شرح ما يجري من أحداث و حركة و المادة القيمية و الشرائح و اللوحات و كافة وسائل الاتصال المرئية .
- **القسم الثاني:** يقع على يسار الصفحة و يشغل المساحة المتبقية ، و في ثلثي الصفحة يخصص للصوتيات كالحوار و التعليق و المؤثرات الصوتية و الموسيقى الصوتية .
- 2- **الاتصال و التنسيق :** و في هذه المرحلة تعتبر الممارسات النهائية لإعداد البرنامج كالاتصال بالمصادر و التأكيد معهم على ميعاد التصوير و التنسيق مع فريق العمل كالمخرج و مقدم البرنامج و التواجد في مكان التصوير لمتابعة سير العمل وفقا للطريقة المتفق عليها و السيناريو المكتوب .
- 3- **عوامل نجاح البرنامج :** هناك اعتقادات شائعة حول نجاح البرنامج و أسبابها عند كثير من العاملين المتخصصين في الاعلام المرئي و المسموع ليست بخاطئة و لكنها تلامس أجزاء من الحقيقة العلمية فمنهم من يعتقد أن نجاح البرنامج يعتمد على الموضوع ، و منهم من يعتقد أن أي موضوع له علاقة بهوموم الناس سيكون ناجحا بمجرد استنكار سريع لكثير من البرامج الرياضية و كثير من البرامج التي تهتم بهوموم الناس .

و كثير من البرامج التي تقدم المعلومات التي يحتاجها المستقبل و كثير من البرامج قد فشلت و السبب هو أن البرنامج الناجح يعتمد على عدة عوامل منها :

أولاً: أهمية الموضوع بالنسبة للمستقبل : إن أي موضوع لا يهتم به المستقبل أو لا يمكن إثارة اهتمامه به سوف يجعل المستقبل عازفاً عن متابعته و هذا يعني تولد النفور لديه ، مما يحول دون تحقيق الأهداف لعدم وصول الرسالة إليه ، و لاستقطاب المستقبل لابد من أن يختار مصمم البرنامج موضوعاً يهتم به المستقبل أو أن يكون قادراً على إثارة اهتمامه به منذ اللحظات الأولى و ذلك بإشعاره بأن الموضوع مفيد أو لا و ممتع ثانياً أو إحداهما على الأقل .

ثانياً : أن تكون غايات البرنامج من الغايات التي ينشدها المستقبل :

ليس من المنطقي أن يكون أي برنامج قادراً على إجلال المشاهد لمدة ساعة أو نصف ساعة ليسمع و يشاهد أصواتاً و صوراً لا تحقق له أي غاية يريدتها و مهما كانت أهمية الموضوع بالنسبة له أو بالأحرى أن أهمية الموضوع بالنسبة له تكمن بين طيات الغايات التي يحققها هذا الموضوع له ، و ليس من الضروري أن تكون هذه الغايات هي معلومات تمنحه الفائدة أو ما يحققه الإمتاع العقلي أو الوجداني له بل ربما تكون غايات بالترويج .

ثالثاً : اختيار المعلومات الأنسب من الموضوع : لأي موضوع بسيط كان أو معقد معلومات

كثيرة و له زوايا كثيرة يمكننا بلفت النظر إليه من خلالها إذا كيف سيتم اختيار المعلومات

المناسبة للبرنامج التلفزيوني من بين هذه المعلومات الكثيرة ؟

وذلك أنه سيتم اختيار المعلومات التي تؤدي إلى تحقيق الأهداف فقط فأياً معلومة لا تؤدي إلى

تحقيق هدف أو أكثر من الأهداف التي حددت للبرنامج تكون أشبه بالزوائد الشخصية التي

تشوه شكل البرنامج ، فليس من الضرورة أن تضخ المعلومات التي ستحصل عليها من

المراجع كاملة مهما كانت علاقتها قوية بالموضوع ، ابق جسد برنامجك رشيق الشكل و الحركة باختبارك المعلومات الأنسب و هي المعلومات التي تؤدي إلى تحقيق الأهداف فقط .

رابعاً : اختيار الأسلوب الأمثل :

و المقصود به هو الشكل النهائي للبرنامج ، و لكي يكون الأسلوب مثالياً عليه أن يتسم بالسمات التالية :

- 1- الدقة .
- 2- الوضوح.
- 3- التنوع .
- 4- أن يراعي القواعد الرئيسية في عرض المعلومات .
- 5- أن يختار التقنية المناسبة لأسلوب التقديم .
- 6- أن يستغل كافة إمكانيات العرض .

الإطار التطبيقي

عملية التصوير:

تمت عملية التصوير في ظرف شهر واحد.

بعد الإتفاق مع المؤطر وتحديد إنتاج برنامج تلفزيوني حوارى حول موضوع اثر الإنفتاح السمعي البصري على المتلقى، ثم ضبط السيناريو والإخراج للبرنامج، كما تم التواصل مع محترف فى التصوير (مدير التصوير) وكذلك سكريبىٲ، ليتم بعدها ضبط موعد التسجيل مع الضيوف. تم تأجيل التسجيل لأكثر من مرة لتعذر حضور الضيوف مجتمعين .

عملية المونتاج :

بعد انتهاء عملية التصوير 0نكون قد حصلنا على مجموعة لقطات ومشاهد تكون في حالات كثيرة

غير متسلسلة و فيها زيادات نتيجة للاخطاء التي ترتكب من قبل شخصيات البرامج او الفنانين

وهذه الزيادات اما ان تكون لقطات كاملة او أجزاء من اللقطة ، ان عملية المونتاج في البرامج التلفزيوني ،هي عملية ربط اللقطات والمشاهد على وفق التتابع المكنوب في السيناريو بعد رفع الزيادات ونادرا ما تكرر لهذه العملية في لبرنامج التلفزيوني .وظائف غير هذه الوظيفة التقنية ،كان تؤدي وظيفة درامية وان كان ذلك في جزء او اكثر من برنامج فسيكون مشارا اليه في السيناريو من قبل الكاتب ،او عبر ملاحظة مضافة الى السيناريو منة قبل المخرج .

هذا هو واقع الحال والناحية العلمية في المونتاج الذي يقو به مونثير البرنامج التلفزيوني ،اما من الناحية العلمية فان بإمكان المونتاج ان يؤدي وظائف جمالية درامية عبر وسائله وانواعه فان تمكن كاتب السيناريو منها يمكن له ان يضيف الى السيناريو الملاحظات التي تمنح المونتاج القدرة على تأدية هذه الوظائف لتعميق دوره والارتقاء بالبرنامج عبر مراحل النجاح .

شارة البداية:

جامعة عبد الحميد ابن باديس

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

شعبة العلوم الإنسانية

قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص السمعي البصري والفضاء العمومي

يقدم

برنامج تلفزيوني حوارى

تقديم

مصور حبيب

شارة النهاية :

كنتم مع

عين على المجتمع

اعداد وتقديم: مصور حبيب

اشراف: د مالفى عبد القادر

مسئول التصوير: فيصل ساهلى

سكرىبت: سميرة بن عودة

مونتاج: طه مصطفى

شكر خاص لكل من ساعم في انتاج هذا البرنامج

التقطيع الفني:

رقم اللقطة	زمن اللقطة	نوع اللقطة	حركة الكاميرا	مضمون اللقطة
01	0:28	قريبة	ثابتة	جنريك البداية
02	0:29	قريبة	ثابتة	تقديم الحصة للمنشط
03	1:10	قريبة	ثابتة	طرح السؤال
04	1:20	قريبة	ثابتة	الاستاذ بن جدية
05	3:24	قريبة	ثابتة	المنشط
06	4:04	قريبة	ثابتة	الأستاذ شقرون
07	5:40			فيديويا مصاحب للتلفزيون الجزائري
08	6:07	قريبة	ثابتة	الأستاذ شقرون
09	6:55	قريبة	ثابتة	المنشط
10	7:25	قريبة	ثابتة	الاستاذ بن جدية
11	10:57	قريبة	ثابتة	المنشط
12	11:30	قريبة	ثابتة	الأستاذ شقرون
13	14:02			فيديو مصاحب لقناة BBC

14	14:20	قريبة	ثابتة	الأستاذ شقرون
15	17:09		ثابتة	فيديو مصاحب لقناة لنظرية الاحتمية القيمة
16	18:01	قريبة	ثابتة	المنشط
17	18:10	قريبة	ثابتة	الاستاذ بن جدية
18	20:54	قريبة	ثابتة	المنشط
19	21:00	قريبة	ثابتة	الأستاذ شقرون
20	21:50	قريبة	ثابتة	المنشط
21	22:18			جنريك النهاية

الخاتمة:

تعتبر البرامج التلفزيونية الحوارية أداة قوية تستخدمها الوسيلة الاعلامية في تمرير الايديولوجية الخاصة بها، من خلال المضامين المقدمة ،كما تعمل على توجيه السلوكات وفق نمط محدد تفرضه طبيعة ومضمون البرنامج ،وقد كانت خلاصة هذا البحث المتواضع النسبي بأن عمل القنوات الخاصة في الجزائر بعد الانفتاح السمعي البصري، هو تحصيل لما يقدمه التلفزيون العمومي ،بحيث تكتفي المؤسسة السمعية البصرية بمحاكاة مختلف البرامج الوطنية والنقل فقط دون معالجة اعلامية محترفة،في حين صمود التلفزيون العمومي وريادته للمشهد الاعلامي دون تغييرات في الطرح والمعاجة.

قائمة المراجع: